

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PENJUALAN DAN
MUTU PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
BARANG BEKAS DI PASAR PROLIMAN BALAPAN
SURAKARTA**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Mencapai
Derajat Sarjana S-1 Jurusan Pendidikan Akuntansi**



Disusun Oleh:

DWI ARI SUSANTI
A. 210040037

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2008

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, dewasa ini para pengusaha dituntut untuk mengejar orientasi bisnisnya dari *profit oriented* menjadi *satisfaction oriented*. Dengan memberikan layanan yang memuaskan kepada konsumen/konsumen akan banyak keuntungan yang diperoleh. Keuntungan tersebut antara lain: reaksi terhadap produsen berbiaya rendah; manfa'at ekonomik retensi konsumen versus *perpetual prospecting*; nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan; daya persuasi *worth of mouth*; reduksi sensitivitas harga; dan kepuasan konsumen sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan. Bagi lembaga jasa, kepuasan konsumen tampak pada kualitas layanan yang meliputi: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Perkembangan industri retail yang sangat cepat menuntut produsen menyiapkan saluran distribusi yang efektif. Sebagian produsen tidak langsung menjual barang mereka pada kepada pemakai akhir. Diantara produsen dan pemakai terdapat saluran pemasaran, sekumpulan perantara pemasaran yang melakukan berbagai fungsi dan menyandang berbagai nama (Kotler dalam Wijaya, 2004:2). Sedangkan saluran yang menghubungkan produsen dengan konsumen akhir adalah pengecer (*retailer*).

Menurut Kotler (dalam Wijaya, 2004:2) “usaha pengeceran meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi atau bukan bisnis”. Pengecer merupakan usaha bisnis yang volume penjualannya terutama berasal dari penjualan eceran. Organisasi apapun yang menjual kepada konsumen akhir baik itu produsen, grosir, atau pengecer dikatakan melakukan usaha eceran. Inti dari pengecer dapat dinyatakan dalam dua ungkapan, yaitu: fokus konsumen dan peningkatan yang berkelanjutan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan konsumen terpenuhi. Setiap kegiatan di dalam kegiatan usaha dapat dianggap sebagai suatu transaksi antara dua orang atau lebih dimana salah satunya adalah penjual dan yang lainnya adalah konsumen.

Dalam satu rantai mutu setiap orang mempunyai harapan dan tanggung jawab yang ikut menentukan berhasil atau ketidaknya suatu kegiatan usaha. Biasanya harapan dan tanggung jawab dibagi dua, yaitu yang tersurat dan yang tersirat. Dengan mengetahui harapan dan tanggung jawab secara jelas diharapkan mutu pelayanan akan meningkat karena posisi masing-masing orang sudah jelas. Dalam kehidupan sehari-hari, semua orang pasti pernah mengalami masalah-masalah dalam hal pelayanan dan mutu suatu produk. Biasanya orang mengeluh mengenai standar pelayanan yang mereka terima, berarti orang sudah mempunyai standar minimal tentang pelayanan yang diinginkan. Pelayanan bermutu adalah sesuatu yang sangat relatif sifatnya. Artinya, walaupun pelayanan sudah diterima dengan baik oleh satu orang, belum tentu bahwa diterima dengan baik oleh orang lain. Akan tetapi, biasanya ada standar minimal yang harus dicapai secara umum.

Sehubungan dengan keluhan pelayanan, ada resiko bahwa kalau seorang konsumen tidak atau kurang puas dengan pelayanan yang diterima, konsumen tersebut tidak akan mau memakai pemberi pelayanan itu lagi. Di zaman ini, kekuatan konsumen semakin besar sehingga sangat perlu diperhatikan. Pelayanan yang bermutu adalah pelayanan yang berbasis masyarakat, melibatkan masyarakat dan dapat diperbaiki terus menerus. Dalam suatu proses, diperlukan adanya pemikiran mengenai apa yang dibutuhkan. Begitu juga dengan proses perubahan dalam perbaikan pelayanan penjualan. Disamping itu ada hubungan erat antara mutu suatu produk dengan kepuasan konsumen serta keuntungan industri. Mutu barang baru dengan jaminan kualitas yang baik akan menjamin kepuasan pelanggan. Sementara barang bekas yang masih memiliki mutu yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi, sekaligus mendukung harga yang tinggi dan sering juga biaya lebih rendah. Sehingga para pengusaha masa kini melihat tugas meningkatkan dan mengendalikan mutu produk sebagai prioritas utama, sehingga setiap pengusaha tidak punya pilihan lain kecuali menjalankan manajemen mutu total dengan begitu konsumen akan puas dan target penjualan dapat tercapai. Hal inilah yang melatarbelakangi untuk mengadakan penelitian berkaitan dengan kualitas pelayanan penjualan, mutu produk, serta kepuasan konsumen.

Berangkat dari latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Penjualan Dan Mutu Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Barang Bekas Di Pasar Proliman Balapan Surakarta”**.

B. Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Ruang lingkup penelitian hanya membahas masalah tentang kualitas pelayanan penjualan, mutu produk dan kepuasan konsumen barang bekas di pasar Proliman Balapan Surakarta.
2. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2008.

C. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini di kemukakan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan penjualan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen barang bekas di pasar Proliman Balapan Surakarta?
2. Apakah mutu produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen barang bekas di pasar Proliman Balapan Surakarta?
3. Apakah kualitas pelayanan penjualan dan mutu produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen barang bekas di pasar Proliman Balapan Surakarta?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan penjualan terhadap kepuasan konsumen barang bekas di pasar Proliman Balapan Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh mutu produk terhadap kepuasan konsumen barang bekas di pasar Proliman Balapan Surakarta.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan penjualan dan mutu produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen barang bekas di pasar Proliman Balapan Surakarta.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Sebagai bahan masukan dalam hal meningkatkan kepuasan konsumen yang berkaitan dengan pelayanan penjualan dan mutu produk.
2. Untuk mengembangkan wawasan ilmu-ilmu pendidikan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan penjualan, mutu produk dan kepuasan konsumen.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan, bila ingin mengadakan penelitian pada masalah yang sama.

F. Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan teori tentang kepuasan konsumen, kualitas pelayanan penjualan, mutu produk, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang metode penelitian, penentuan obyek penelitian yang terdiri atas populasi, sampel, sampling, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan tentang sejarah berdirinya pasar, struktur organisasi pengelola, penyajian data, analisis data, pengujian hipotesis, pembahasan hasil analisis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berupa kesimpulan data dan saran-saran.