

**ANALISIS PENGARUH ANTARA KARAKTERISTIK PELAYANAN  
JASA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
PADA KOPERASI IKHLAS DI KOTA SURAKARTA**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Kesarjanaan Jenjang Strata 1 Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**BAMBANG SUMARYANTO**

**B 100 040 189**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2008**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Sebagai perusahaan perbankan Koperasi Ikhlas tidak hanya dituntut untuk melayani simpan-pinjaman uang saja, akan tetapi juga harus mampu bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memberikan kualitas jasa pelayanan yang terbaik. Oleh karena itu diperlukan suatu konsep berwawasan pelanggan dimana Bank memusatkan perhatian penuh terhadap kepuasan pelanggan.

Namun usaha-usaha yang dilakukan perusahaan guna mencapai kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan yang baik belum tentu sesuai dengan harapan-harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Karena kenyataannya, pelanggan belum tentu mendapatkan kepuasan sesuai dengan harapan pasien. Kepuasan yang dirasakan pelanggan tergantung dari persepsi mereka terhadap harapan dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Apabila harapan pelanggan lebih besar dari kualitas pelayanan yang diterima maka konsumen tidak puas. Demikian pula sebaliknya, apabila harapan sama atau lebih kecil dari kualitas pelayanan yang diterima, maka pelanggan akan merasakan kepuasan.

Menurut Parasuraman (1985: 44 dalam Achmad dan Ainaini, 2006: 219) kualitas jasa meliputi lima dimensi yaitu keandalan, ketanggapan, keyakinan,

empati dan berwujud. Keandalan meliputi penerimaan dan pemeriksaan tepat dan cepat, prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit dan jadwal pelayanan yang tepat. Ketanggapan meliputi keluhan pelanggan yang selalu diperhatikan, ditanggapi, dan ditangani cepat dan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan. Keyakinan meliputi pengetahuan dan kemampuan pegawai dalam bekerja, pelayanan yang sopan, ramah, jaminan keamanan, kepercayaan dan kenyamanan dalam menjalani transaksi. Empati meliputi keluhan pelanggan diperhatikan, sikap pegawai yang sabar dan simpatik. Berwujud meliputi ruangan yang bersih, rapi dan nyaman, kerapian dan kebersihan pegawai.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang perlu diperhatikan, terutama untuk usaha yang bergerak dalam bidang jasa perbankan. Oleh karena itu setiap Bank dituntut untuk mampu menetapkan suatu strategi agar tetap *survive* dalam persaingan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik dapat digunakan sebagai alat untuk menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya. Sehingga tujuan yang ditetapkan dapat berwujud. Ketidakpuasan pelanggan dapat timbul karena adanya proses informasi dalam evaluasi terhadap suatu pelayanan. Pelanggan akan menggunakan informasi masa lalu dan masa sekarang untuk melihat pelayanan-pelayanan yang memberi manfaat sesuai dengan yang mereka harapkan. Kepuasan konsumen adalah fungsi seberapa dekat harapan pelanggan atas suatu produk pelayanan tersebut. Jika kinerja perusahaan lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka pelanggan akan

mengalami ketidakpuasan. Pelanggan membentuk harapan mereka berdasarkan pesan yang diterima dari produsen. Jika produsen melebih-lebihkan manfaat suatu produk, akan mengakibatkan ketidakpuasan (Kotler, 1997: 68 dalam Oktavia dan Wahyuddin, 2006: 184). Adanya kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa pelayanan akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai konsep yang menekankan pada tuntutan pembelian seperti yang dikemukakan oleh Dick dan Basu (1994: 99-113 dalam Oktavia dan Wahyuddin, 2006: 183), proporsi pembelian dan profitabilitas pembelian. Pelanggan yang mendapatkan kepuasan atas jasa pelayanan yang dibelinya cenderung menggunakan jasa pelayanan tersebut kembali. Salah satu faktor penting yang dapat membuat pelanggan puas adalah kualitas. Kualitas dapat digunakan pengguna jasa pemasaran untuk mengembangkan loyalitas pelanggan dari pelanggan yang lainnya. Berdasarkan hal itu maka dilakukan penelitian dengan judul: **ANALISIS PENGARUH ANTARA KARAKTERISTIK PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KOPERASI IKHLAS DI KOTA SURAKARTA.**

## **B. Perumusan Masalah**

Adanya kualitas pelayanan jasa pada sebuah institusi yang bergerak dalam bidang jasa, seperti perusahaan perbankan sangat berpengaruh terhadap

kepuasan pelanggan dalam pembentukan loyalitas pelanggan. Sehingga kualitas pelayanan jasa yang baik akan membuat pelanggan merasakan kepuasan dan menggunakan pelayanan jasa tersebut di kemudian hari. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan jasa berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Ikhlas di Kota Surakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan jasa berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan pada Koperasi Ikhlas di Kota Surakarta?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Koperasi Ikhlas di Kota Surakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adanya penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Koperasi Ikhlas di Kota Surakarta bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan jasa pada Koperasi Ikhlas di Kota Surakarta terhadap kepuasan pelanggan.
2. Mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan jasa pada Koperasi Ikhlas di Kota Surakarta terhadap loyalitas pelanggan.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Koperasi Ikhlas di Kota Surakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Koperasi Ikhlas di Kota Surakarta adalah:

1. Bagi Perusahaan
  - a. Memberikan masukan kepada para pengguna jasa pemasaran, khususnya yang bergerak dibidang perbankan mengenai pentingnya faktor kualitas pelayanan jasa dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
  - b. Sebagai bahan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh perusahaan, dan dapat dipergunakan sebagai dasar pemikiran kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Bagi instansi pendidikan

Memberikan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu pemasaran.
3. Bagi penelitian

Memberikan tambahan informasi kepada peneliti di bidang ilmu pemasaran khususnya yang terkait dengan masalah perbankan.

## **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Skripsi ini disusun dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi teori yang meliputi teori tentang pemasaran, dimensi kualitas, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta referensi yang mendukung dan berhubungan dengan permasalahan yang dikemukakan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini dikemukakan tentang kerangka pemikiran, metode analisa data, sumber dan jenis data serta teknik pengumpulan data yang penulis lakukan.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan latar belakang perusahaan, struktur organisasi perusahaan, statistik diskriptif responden dan proses analisa terhadap data yang ada.

### **BAB V PENUTUP**

Penulis akan menyimpulkan permasalahan yang dibahas berdasarkan analisa yang telah dilakukan, disertai saran-saran sebagai masukan demi kelanjutan dan perkembangan perusahaan.

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**