

LEMBAR PERSETUJUAN BIMBINGAN TESIS

Nama : NURINI RETNO HARTATI
NIM : P.100030109
Program : Magister Manajemen
Judul : ANALISIS PENGARUH PENDIDIKAN, KOMPENSASI,
PROMOSI DAN KONFLIK DALAM ORGANISASI
TERHADAP MOTIVASI KERJA DI DINAS PENDIDIKAN
DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KARANGANYAR
Pembimbing : DR. Tri Gunarsih

Pembimbing :

DR. Tri Gunarsih

Mengetahui :

**Direktur Program Pascasarjana UMS
Magister Manajemen**

Dr. H.M. WAHYUDDIN, MS

NOTA PEMBIMBING

Dr. HM. Wahyuddin, S.E., M.M

Dosen Program Magister Manajemen

Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudara Rustika Atmawati

Kepada Yth

Direktur Program Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalammu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis Saudara :

Nama : Rustika Atmawati
NIM : P. 100 040 015
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Usulan Penelitian : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MATAHARI DEPARTEMENT STORE DI SOLO GRAND MALL**

Dengan ini kami menilai Tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian Tesis pada program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, Juli 2006

Pembimbing

Dr. HM. Wahyuddin, S.E., M.M

NOTA PEMBIMBING

Drs. Ahmad Mardalis, MBA

Dosen Program Magister Manajemen

Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudara Rustika Atmawati

Kepada Yth

Direktur Program Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalammu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap tesis Saudara :

Nama : Rustika Atmawati
NIM : P. 100 040 015
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Usulan Penelitian : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MATAHARI DEPARTEMENT STORE DI SOLO GRAND MALL**

Dengan ini kami menilai Tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian Tesis pada program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, Juli 2006

Pembimbing

Drs. Ahmad Mardalis, MBA

TESIS BERJUDUL
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA MATAHARI FASHION
DI SOLO GRAND MALL

Dipersiapkan dan disuMatahari oleh

Nama : Rustika Atmawati
NIM : P. 100 040 015
Program Studi : Magister Manajemen

Telah dipertahankan di depan dewan Penguji
Pada tanggal Juli 2006

SUMATAHARIAN DEWAN PENGUJI

Ketua/Sekretaris Sidang

.....

Pembimbing merangkap Penguji

Anggota Dewan Penguji

.....

.....

Surakarta, Juli 2006
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Program Pascasarjana
Direktur,

Dr. HM. Wahyudin, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rustika Atmawati
NIM : P. 100 040 015
Program Studi : Magister Ilmu Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Usulan Penelitian : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
MATAHARI FASHION DI SOLO GRAND MALL

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tesis yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Tesis ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Surakarta, Juli 2006

Yang membuat pernyataan,

Rustika Atmawati

MOTTO

- ❖ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.
(Q.S. Alam Nasrah: 6-7)

- ❖ Niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.
(Q.S. Al Mujadilah, 11)

- ❖ Masa depan harus dipikirkan, direncanakan, dan dipersiapkan sebaik-baiknya tetapi jangan sekali-kali khawatir akan hari esok.
(Dale Carnegie)

PERSEMBAHAN

Tesis ini dipersembahkan kepada :

- ❖ Suamiku Mas Jaka Sarsana
- ❖ Ananda Nadia Fausta Azhara
- ❖ Ananda Faza Salma Azhara

ABSTRAK

Perumusan Masalah (1) Apakah faktor Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) sejauh mana berasosiasi dengan kepuasan konsumen pada Matahari *Department Store* di Solo *Grand Mall*. (2) Faktor apakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada Matahari *Department Store* di Solo *Grand Mall*? Tujuan Penelitian adalah: (1) Untuk menganalisis faktor Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) sejauh mana berasosiasi dengan kepuasan konsumen pada Matahari *Department Store* di Solo *Grand Mall*. (2) Untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada Matahari *Department Store* di Solo *Grand Mall*.

Hipotesis Penelitian: (1) Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap kepuasan konsumen pada Matahari *Department Store* di Solo *Grand Mall*. (2) Diduga variabel Empati merupakan faktor yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada Matahari *Department Store* di Solo *Grand Mall*.

Data dan Sumber Data menggunakan data primer yang bersumber dari responden melalui jawaban kuesioner. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner, yaitu melalui penyebaran angket kepada konsumen Matahari *Department Store* di Solo *Grand Mall*. Populasi dalam penelitian berjumlah 1000 konsumen. Sampel yang diambil sebesar 100 orang.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *random sampling*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi logistik binari (*binary logistic regressio*). Uji ketepatan model regresi digunakan untuk menilai ketepatan model regresi dalam penelitian ini diukur dengan nilai *Chi-Square* dengan *Uji Hosmer and Lemeshow*.

Berdasarkan hasil analisis regresi *binary logistic* diperoleh bahwa variabel independen yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji ekspektasi B atau $Exp(B)$ diketahui bahwa kontribusi yang diberikan variabel empati terhadap kepuasan konsumen yang paling besar dibandingkan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Formulation of Problem (1) What is the Evidence Physical factor (Tangibles), Reliability (Reliability), Responsiveness (Responsiveness), Assurance (Assurance), and Empathy (Empathy) how far have association to with satisfaction of consumer at Matahari Department Store in Solo Grand Mall. (2) Factor what is most dominant in influencing satisfaction of consumer at Matahari Department Store in Solo Grand Mall? Target of Research is: (1) To analyse Evidence Physical factor (Tangibles), Reliability (Reliability), Responsiveness (Responsiveness), Assurance (Assurance), and Empathy (Empathy) how far have association to with satisfaction of consumer at Matahari Department Store in Solo Grand Mall. (2) To know most dominant factor in influencing satisfaction of consumer at Matahari Department Store in Solo Grand Mall.

Hypothesis Research: (1) Anticipated there are influence which is signifikan among Evidence Physical variable, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy to satisfaction of consumer at Matahari Department Store in Solo Grand Mall. (2) Anticipated by Empathy variable represent dominant factor in influencing satisfaction of consumer at Matahari Department Store in Solo Grand Mall.

Data And Source Data use primary data stemming from responder through questionary answer. Technique data collecting at this research is questionary, that is through spreading of enquette to Matahari Department Store consumer in Solo Grand Mall. Population in research amount to 1000 consumer. taken Sampel equal to 100 people

Technique Intake of sampel conducted with sampling random. used by method at this research is binary logistics regressio (regressio logistic binary). Test accuracy model regresi used to assess accuracy model regresi in this research is measured with Chi-Square value with Test Hosmer and Lemeshow.

Pursuant to result of logistic binary regresi analysis obtained that independent variable consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy have an effect on positive and signifikan to satisfaction of consumer. From result of B ekspektasi test or $\text{Exp}(B)$ known that given by contribution is empathy variable to satisfaction of consumer which is is biggest to be compared to physical evidence variable, reliability, responsiveness, and assurance.

Keyword: Quality of Service, Satisfaction of Consumer

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Pernyataan Keaslian Tesis.....	v
Motto.....	vi
Persembahan	vii
Abstrak	viii
Abstract	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Kata Pengantar	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
A. Kualitas Pelayanan	5
B. Faktor-faktor Kualitas Pelayanan.....	6

	C. Faktor Kualitas Pelayanan pada Bidang Jasa.....	6
	D. Kepuasan Pelanggan	7
	E. Konsep Kepuasan Pelanggan	9
	F. Tinjauan Penelitian Terdahulu	10
	G. Hipotesis Penelitian	12
BAB III	METODE PENELITIAN	13
	A. Kerangka Penelitian.....	13
	B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	14
	C. Data dan Sumber Data	14
	D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	14
	E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	15
	F. Instrumen Penelitian	15
	G. Metode Analisis Data.....	16
	1. Uji Instrumen	16
	a. Uji Validitas.....	16
	b. Uji Reliabilitas	17
	2. Uji Hipotesis	17
	3. Uji Ketepatan Model Regresi	19
BAB IV	ANALISA DATA.....	21
	A. Latar Belakang Responden	21

	B. Uji Kuesioner	24
	1. Uji Validitas	24
	2. Uji Reliabilitas	29
	C. Analisa Data.....	29
	1. Model Regresi Binary Logistik	29
	2. Uji Ketepatan Model Regresi	30
	3. Uji Koefisien Regresi.....	32
	4. Uji Ekspektasi B	32
	D. Analisis Kepuasan Konsumen	33
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	34
	A. Kesimpulan	34
	B. Keterbatasan Penelitian	34
	C. Saran-saran	35

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Distribusi responden berdasarkan kelompok umur.....	21
Tabel IV.2	Distribusi responden berdasarkan Jenis Kelamin	22
Tabel IV.3	Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan	22
Tabel IV.4	Distribusi responden berdasarkan Jenis Pekerjaan	23
Tabel IV.5	Distribusi responden berdasarkan Pendapatan.....	24
Tabel IV.6	Hasil Uji validitas instrumen Bukti Fisik (Buk_fik)	25
Tabel IV.7	Hasil Uji validitas instrumen Keandalan (andal).....	26
Tabel IV.8	Hasil Uji validitas instrumen Daya Tanggap (tanggap)	26
Tabel IV.9	Hasil Uji validitas instrumen Jaminan (jamin).....	27
Tabel IV.10	Hasil Uji validitas instrumen Empati (empati).....	28
Tabel IV.11	Ringkasan hasil Pengujian Reliabilitas	29
Tabel IV.12	Uji Koefisien Regresi Binary Logistik.....	31
Tabel IV.13	Uji Ekspektasi B.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Kerangka Penelitian	13
------------	---------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Kuesioner
- Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Logistic
- Lampiran 6 Tabel r Product Moment

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulisan tesis yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall” dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, tidak mungkin untuk dapat menyusun Tesis ini dengan baik karena keterbatasan penulis. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada semua pihak yang telah membantu, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H.M. Wahyuddin, SE., MS., selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk dapat mengikuti Program Pascasarjana Jurusan Magister Manajemen;
2. Bapak Dr. H.M. Wahyuddin, SE., MS., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan saran-saran serta pengarahan hingga selesainya penulisan tesis ini;
3. Bapak Drs. Ahmad Mardalis, MBA., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan saran-saran serta pengarahan hingga selesainya penulisan tesis ini;
4. Segenap dosen dan pengelola Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pelayanan administrasi demi suksesnya penyelesaian studi;

5. Suami dan anak-anakku tercinta yang senantiasa memberikan dorongan kepada penulis hingga selesainya tesis ini;
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis pribadi, pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, Juli 2006

Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pola pikir manusia yang semakin pesat membawa konsekuensi pada meningkatnya kebutuhan hidup baik kebutuhan pangan, papan, sandang dan sebagainya. Gejala mengkonsumsi bermacam-macam produk tampaknya kini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern, terutama untuk produk yang dapat digolongkan sebagai produk kebutuhan hidup. Perkembangan pusat perbelanjaan saat ini tumbuh dengan pesat, termasuk di kota Surakarta.

Solo Grand Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan/Mall yang tergolong besar di Surakarta dengan jumlah gerai 300 buah dan merupakan salah satu tujuan belanja alternatif masyarakat di Surakarta. Letak yang strategis dan kelengkapan produk yang dijual, merupakan alasan tersendiri mengapa Solo Grand Mall menjadi tujuan belanja di Surakarta. Matahari Department Store merupakan gerai terluas di Solo Grand Mall dengan aneka produk penjualannya.

Dalam era perdagangan bebas setiap perusahaan menghadapi persaingan ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan

konsumen serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing. Dengan demikian hanya perusahaan yang benar-benar berkualitas yang dapat bersaing.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 1996: 54).

Menurut Schnaars (Tjiptono, 1997: 24) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat (Tjiptono, 1996: 78) seperti:

1. Hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis;
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang;
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan;
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan;
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan;
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002: 30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu : Bukti Fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*).

Dari latar belakang permasalahan di atas peneliti mengadakan penelitian di Matahari Department Store, Solo Grand Mall Surakarta dengan judul penelitian “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE DI SOLO GRAND MALL”

B Perumusan Masalah

Adapun identifikasi permasalahan pada penelitian ini adalah:

- 1 Apakah faktor Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen pada Matahari Department Store di Solo Grand Mall Surakarta ?
- 2 Faktor apakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada Matahari Department Store di Solo Grand Mall ?

C Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis faktor Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) sejauh mana berasosiasi dengan kepuasan konsumen pada Matahari Department Store di Solo Grand Mall.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada Matahari Department Store di Solo Grand Mall.

D Manfaat Penelitian

1. Untuk Pengusaha Matahari Department Store di Solo Grand Mall.

Dengan diketahuinya faktor pengaruh Bukti Fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen, maka dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pengusaha di masa datang dalam rangka menciptakan kepuasan konsumen.

2. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan di bidang pemasaran yang telah diperoleh melalui perkuliahan dengan mengamati praktek pemasaran yang senyatanya di perusahaan.

3. Bagi Pihak lain

Untuk menambah wawasan dan literatur dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.