



**PERSEPSI PELANGGAN PADA KUALITAS JASA DI
DISTRO DEADSEVENTIES JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public
Relations**

**Disusun Oleh:
Alifbata Putra Hasanuddin Pasiama
44208010095**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PUBLIC RELATIONS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**



**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

**Judul : PERSEPSI PELANGGAN PADA KUALITAS JASA DI DISTRO
DEADSEVENTIES JAKARTA BARAT**

Nama : Alifbata Putra Hasanuddin Pasiama

NIM : 44208010095

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Februari 2013

Mengetahui,

(Irmulan Sati T, SH. M.Si)



**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

**Judul : PERSEPSI PELANGGAN PADA KUALITAS JASA DI DISTRO
DEADSEVENTIES JAKARTA BARAT**

Nama : Alifbata Putra Hasanuddin Pasiama

NIM : 44208010095

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Februari 2013

Mengetahui,

1. Ketua Sidang

Nama : Suryaning Hayati, MM

(.....)

2. Penguji Ahli

Nama : A. Rachman, MM., M.Si

(.....)

3. Pembimbing

Nama : Irmulan Sati T, SH. M.Si

(.....)



**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : PERSEPSI PELANGGAN PADA KUALITAS JASA DI DISTRO
DEADSEVENTIES JAKARTA BARAT

Nama : Alifbata Putra Hasanuddin Pasiama

NIM : 44208010095

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Maret 2013

Diterima dan Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Irmulan Sati T, SH.M.Si)

Mengetahui,

Dekan FIKOM

(Dr. Agustina Zubair M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Suryaning Hayati, MM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Persepsi Pelanggan Pada Kualitas Jasa Di Distro Deadseventies Jakarta Barat”**. Adapun penyusunan Skripsi ini bertujuan melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Strata Satu pada Jurusan Public Relations di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam kesempatan ini, sudah sewajarnya penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan yang sangat berharga dalam menyelesaikan Skripsi ini, terutama kepada :

1. Ibu Irmulan Sati T, SH. M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan waktunya kepada Penulis selama proses penyusunan Skripsi ini berlangsung hingga selesai.
2. Ibu Suryaning, MM. selaku Kaprodi PR, Bapak Juwono Tri Atmodjo, Bapak Drs A. Rachman, MM.,M.Si dan Ibu Dr Agustina Zubair yang telah memberikan pengarahan, nasehat dan bantuan selama Studi di Universitas Mercu Buana.
3. Bapak, Ibu dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi atas bantuannya selama Studi di Universitas Mercubuana.
4. Khususnya Penulis ingin mempersembahkan Skripsi ini kepada Kedua Orangtuaku, Ayahku, kakak, adik dan Keluarga besarku yang

tersayang yang telah memberikan doa, perhatian, semangat dan rasa sayang yang tiada henti kepada penulis.

5. Melisa Nurmalasari, (alm) Jodi yang selalu memberikan semangat, Motivasi dan kasih sayang kepada Penulis.
6. Seluruh karyawan Distro Deadseventies atas kerjasamanya serta responden yang telah meluangkan waktu kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2000 sampai dengan 2009 khususnya angkatan 2008 yang telah sama mengalami masa-masa yang sangat mengesankan di Universitas Mercubuana.
8. Lighters Fams Community ex Zalma Auto Club, Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas bantuan, dukungan dan doa'nya hingga terselesaikannya Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Segala saran dan kritik sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAKSI	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Signifikansi Penelitian	6
1.4.1 Signifikansi Akademis	6
1.4.2 Signifikansi Praktis	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Komunikasi	7
2.2 Pengertian Public Relations	11
2.2.1 Fungsi Public Relations	13
2.2.2 Tugas Public Relations	14
2.3 Pengertian Customer Relations	15
2.4 Kualitas Customer Relations	19
2.5 Pengertian Persepsi	22
2.5.1 Sifat – Sifat Persepsi	22
2.6 Kepuasan Pelanggan	24
2.7 Service of Excellence	28
2.8 Teori Kepuasan	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian	36

3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	38
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	40
3.4.1 Definisi Konsep	40
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Pengolahan dan Analisis Data	44
3.6.1 Pengolahan Data	44
3.6.2 Analisis Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	47
4.2 Logo dan Slogan Perusahaan	48
4.2.1 Logo	48
4.2.2 Slogan	48
4.3 Visi dan Misi Perusahaan	49
4.3.1 Visi	49
4.3.2 Misi	49
4.4 Struktur Organisasi Perusahaan	49
4.5 Hasil Penelitian	50
4.5.1 Demografi Identitas Responden	50
4.5.2 Persepsi Pelanggan Pada Kualitas Jasa di Distro Deadseventies Store Jakarta Barat	53
4.5.3 Pembahasan	67
4.5.4 Hasil Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80
5.2.1 Saran Akademis.....	80

5.2.2 Saran Praktis.....	81
--------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA	x
-----------------------------	----------

LAMPIRAN	
-----------------	--

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4.2 Usia Responden	50
Tabel 4.3 Status Pekerjaan Responden	51
Tabel 4.4 Pengeluaran Belanja Responden Setiap Bulan	52
Tabel 4.5 Frekuensi Belanja Responden Setiap Bulan	52
Tabel 4.6 Kondisi fisik bangunan store	53
Tabel 4.7 Kebersihan dan kenyamanan ruangan di dalam store	54
Tabel 4.8 Penataan dan desain ruangan di dalam store	55
Tabel 4.9 Ketersedian tempat parkir.....	55
Tabel 4.10 Kerapian dan kebersihan penampilan Store Man.....	56
Tabel 4.11 Kecepatan Store Man menyambut kedatangan.....	57
Tabel 4.12 Kesigapan Store Man merespons dan memberikan pelayanan.....	57
Tabel 4.13 Ketepatan Store Man menjelaskan promo kepada pelanggan	58
Tabel 4.14 Kesigapan Store Man menangani keluhan pelanggan.....	59
Tabel 4.15 Store Man memberikan penjelasan secara baik dan jelas.....	59
Tabel 4.16 Store Man memiliki pengetahuan mengenai produk dan promo	60
Tabel 4.17 Pelayanan transaksi pembelian dilakukan dengan baik.....	61
Tabel 4.18 Store Man memberikan perhatian kepada pelanggan.....	62
Tabel 4.19 Store Man memahami masalah yang dihadapi pelanggan.....	62
Tabel 4.20 Kemampuan Store Man menyampaikan informasi personal	63
Tabel 4.21 Store Man lebih mengutamakan kepentingan pelanggan	63
Tabel 4.22 Store Man memiliki pengetahuan di bidang fashion.....	64
Tabel 4.23 Store Man memiliki kemampuan berkomunikasi secara baik	65
Tabel 4.24 Store Man bersikap ramah dan humoris	65
Tabel 4.25 Store Man mampu menjalin hubungan baik	66