

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS : PT. BANDO INDONESIA)**

SKRIPSI

Nama : Arnold Sitanggang
NIM : 43109120113



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS : PT. BANDO INDONESIA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

Nama : Arnold Sitanggang
NIM : 43109120113



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arnold Sitanggang

NIM : 43109120113

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuanyang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Januari 2013



(Arnold Sitanggang)
NIM : 43109120113

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Arnold Sitanggang
NIM : 43109120113
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: PT.Bando
Indonesia)**
Tanggal Ujian : 08 Maret 2013

Disahkan Oleh :
Pembimbing Skripsi



(Daru Asih, SE, M.Si)
Tanggal :

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Wiwik Utami, Ak, M.Si)
Tanggal : 22-3-2013



(Dr. Rina Astini, SE, MM)
Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus: PT.Bando Indonesia)

Dipersiapkan dan Disusun oleh:
Arnold Sitanggang
43109120113

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 08 Maret 2013

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi



(Daru Asih, SE, M.Si)

Anggota Dewan Penguji



(Dra. Yuli Harwani R, MM)

Anggota Dewan Penguji



(Luna Haningsih, SE, ME)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala petunjuk, kesehatan dan rahmat yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Adapun penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat di dalam memperoleh gelar Sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulisan skripsi ini rampung dengan bantuan berbagai pihak yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Karenanya, penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Yenon Orsa, Ir. MT, selaku Direktur Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Arief Bowo Prayoga K., SE, MM selaku Wakil Dekan dan Pembina Kemahasiswaan Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Strata 1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Daru Asih, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan dalam studi dan dalam pembuatan skripsi ini.
8. Teristimewa kepada Almarhum Ayah Tercinta Tinogi Sitanggang, Ibu Tercinta Hesti Br.Purba, dan seluruh keluarga yang banyak memberikan nasehat, dukungan dan doa restu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Special kepada Bang Ade, Daniel yang sangat banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini, sahabat-sahabat yang banyak memberi dukungan, Ambon, Dyah, Sarwo, Adi dan rekan-rekan seperjuangan lainnya.
10. Kepada sahabat-sahabat Mulyadi Ramahalim, Jatmiko, yang banyak memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan di kampus, yang telah memberikan kenangan manis, dukungan serta solidaritasnya kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan informasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan pahala dan balasan yang berlipat ganda atas amal dan budi baik semua pihak tersebut di atas. Amin.

Akhirnya, dari segala ketulusan hati semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 05 Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	4
2.1 Pengertian Pemasaran.....	4
2.2 Konsep Pemasaran Holistik.....	4
2.2.1 Orientasi Pemasaran Holistik dan Nilai Pelanggan.....	5
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6

2.3 Bauran Pemasaran.....	7
2.4 Kualitas Pelayanan.....	13
2.5 Kepuasan Pelanggan	15
2.5.1 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	17
2.5.2 Manfaat Program Kepuasan Pelanggan	19
2.5.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	21
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	24
3.2 Desain Penelitian.....	25
3.3 Variabel Penelitian	25
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5 Jenis Data.....	28
3.6 Populasi dan Sampel.....	28
3.7 Metode Analisis Data.....	29
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Karakteristik Responden.....	31
4.1.1 Perusahaan Bergerak di Bidang.....	32
4.1.2 Lama Bekerja Sama Dengan PT.Bando Indonesia.....	33
4.1.3 Berapa Line(Jalur) dalam satuan meter produk Conveyor Belt Yang anda miliki saat ini.....	34
4.2 Analisis Deskriptif Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi	35

4.2.1 Analisis Deskriptif Responden Mengenai Dimensi Produk....	35
4.2.2 Analisis Deskriptif Responden Mengenai Dimensi Harga.....	36
4.2.3 Analisis Deskriptif Responden Mengenai Dimensi Pelayanan..	37
4.2.4 Analisis Deskriptif Responden Mengenai Dimensi Promosi.....	38
4.3 Analisis Deskriptif Yang Dicapai Masing-Masing Dimensi.....	39
4.3.1 Analisis Deskriptif Skor Responden Mengenai Dimensi Produk.	39
4.3.2 Analisis Deskriptif Skor Responden Mengenai Dimensi Harga...	40
4.3.3 Analisis Deskriptif Skor Responden Mengenai Dimensi Pelayanan.....	41
4.3.4 Analisis Deskriptif Skor Responden Mengenai Dimensi Promosi	42
4.4 Analisis Komprehensif.....	43
4.5 Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ...	44
4.5.1 Analisis Tingkat Kelayakan Faktor.....	44
4.5.2 Analisis Faktor Dan Rotasi.....	46
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 KESIMPULAN.....	51
5.2 SARAN.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN	
Lampiran 1: Kuesioner.....	54
Lampiran 2: Data Penelitian.....	82
Lampiran 3: Surat Keterangan Penelitian.....	97

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian..... 25
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian (Lanjutan)..... 26
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian (Lanjutan)..... 27
Tabel 4.1	Perusahaan Bergerak diBidang..... 32
Tabel 4.2	Lama Bekerjasama Dengan PT.Bando Indonesia.....33
Tabel 4.3	Berapa Line (Jalur) dalam satuan meter produk Conveyor Belt yang anda miliki saat ini.....34
Tabel 4.4	Pernyataan Responden Mengenai Dimensi Produk..... 35
Tabel 4.5	Pernyataan Responden Mengenai Dimensi Harga..... 36
Tabel 4.6	Pernyataan Responden Mengenai Dimensi Pelayanan..... 37
Tabel 4.7	Pernyataan Responden Mengenai Dimensi Promosi..... 38
Tabel 4.8	Skor Dimensi Produk..... 39
Tabel 4.9	Skor Dimensi Harga..... 40
Tabel 4.10	Skor Dimensi Pelayanan..... 41

Tabel 4.11	Skor Dimensi Promosi.....	42
Tabel 4.12	Rekapitulasi Skor Dimensi.....	43
Tabel 4.13	Nilai KMO dan Bartlett Test.....	45
Tabel 4.14	Total Varians Yang Dapat Dijelaskan Untuk Masing-Masing Faktor.....	47
Tabel 4.15	Rotated Component Matrix Untuk Menentukan Variabel Ke Dalam Faktor	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Gambar <i>Holistic Marketing Dimensions</i>	5
Gambar 2.2 Gambar Tingkat kepuasan pelanggan.....	16
Gambar 4.2 Grafik Nilai Akar Untuk Empat Faktor.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	54
Lampiran 2 Data Penelitian.....	59
Lampiran 3 Surat Ijin dan Pengantar Penelitian.....	64