

## ABSTRAK

Kondisi lingkungan pasar global memberikan indikasi pada peningkatan persaingan, ketidak stabilan kondisi ekonomi, dan perubahan dalam hubungan perdagangan global. Peningkatan persaingan global yang ada telah menekan perusahaan pada pertumbuhan keuntungan yang rendah dan memaksa perusahaan untuk menampilkan produk dan pelayanan mereka dalam perspektif konsumen. Dalam menyesuaikan tekanan ini, perusahaan harus membuat pelayanan yang lebih inisitif atau menopang persaingan yang lebih menguntungkan.

Untuk memberikan persaingan didalam servis industri penting sekali memiliki kualitas servis yang tinggi. Agar dapat memberikan servis yang lebih baik, perlunya dilakukan penelitian yang lebih dalam. Oleh karena itu perlunya mengukur kepuasan pelanggan dengan meneliti lebih dalam proses pelayanan terhadap konsumen serta merespon dengan cepat dan lebih baik dari pesaing. Konsep kepuasan pelanggan adalah bagian dari konsep manajemen kualitas total dari pembentukan harapan, standar dan persyaratan penampilan produk. Konsep manajemen kualitas total berfokus pada pandangan terhadap produk barang dan servis sebagai solusi dari masalah konsumen, terpenting tujuan dari penelitian ini berfokus pada:

1. Perbaikan kualitas servis dalam perusahaan yang memiliki bisnis utama sebagai pendukung industri manufaktur.
2. Penelitian ini untuk melihat sejauh mana kualitas servis memenuhi harapan dan persyaratan pelanggan.
3. Melihat seberapa baik kualitas pelayanan dan kualitas produk memenuhi kepuasan pelanggan.

Kuesioner kepuasan pelanggan disebar pada 7 pelanggan industri manufaktur; keseluruhan responden di jawab oleh 100 responden. Hasil dari analisis kepuasan pelanggan ditunjukkan pada analisis validitas, reliabilitas, statistik deskriptif dan analisis linier regresi.

Menggunakan alat statistik untuk menentukan validitas dari instrumen variabel penelitian, diidentifikasi terdapat 18 variabel instrumen adalah valid.

Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah variabel servis pengiriman dengan besarnya pengaruh sebesar 0.353.

Faktor dominan kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah variabel kualitas produk dengan besarnya pengaruh sebesar 0.236.

Kesimpulan dan saran dari hasil penelitian, variabel servis pengiriman adalah variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dari penelitian ini, diharapkan hasil ini dapat memberikan masukan pada perusahaan terhadap kelemahan dan hasil yang dicapai perusahaan, dalam usaha untuk melakukan perbaikan dalam pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

## **ABSTRACT**

*The condition of global market environmental is characterized by increased competition, uncertain economic conditions, and shift in global trading relationships. Increase global competition is adding pressure to bottom line profit performance and forcing company to view their products and services from the customers perspective. In adapting to this pressure, company must looking to service initiatives as away to create or sustain competitive advantages.*

*Hight quality of services is imperative for competitiveness of a service industries. In order to provide much better service, a deeper research on quality service is necessity. Measuring customer satisfaction is therefore, critical to the process of serving the customer and responding faster and better than the competition. Customer satisfaction is as integrate part of total quality management. The customer drives total quality management by establishing expectation, standard and performance requirement. Total quality management on viewing product and services as solutions to customer problems.*

*The objective of this research is to address the impotance of;*

- 1. Improving service quality in the company as core business supporting industry manufacturing.*
- 2. Research of the service quality meet the expectation and requirement of the customers.*
- 3. Determaining how well the servis quality and product quality meet in customer satisfaction.*

*The customer satisfaction questionnaires were sent to 7 industrial manufacturing customers; the overall response was 100 responded. The results of this customer satisfaction analysis show that validity, reliability, statistic descriptive and linier regression.*

*Determining the validity of research instrument by using statistic tool it is indicated that 18 variabeles are valid.*

*The most dominant factor in influencing the customer satisfaction is variable service delivery with factor loading 0.353.*

*The second dominan factor in influencing the customer satisfaction is product quality with factor loading 0.236.*

*Conclusion and suggestion base on the reserach is that a variabel servis delivery is a dominant variabel that as an effect toward of customer satisfaction.*

*Base on this research, hope this result will give company the input of weakness point and the performance of the company, in the effort to improve service quality, sustainable customer value and customer satisfaction.*