PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS SERVIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Nama : Hardizon

NIM : 55106110103

Program : **Pasca Sarjana Program Magister Manajemen**

Tanggal : Maret 2009

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr. Ir. Har Adi Basri, MEc

Pembimbing Utama **Pembimbing II**

Dr.Ir.Alugoro Mulyowahyudi, MSc Rina Astini, SE, ME.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam karya akhir ini :

Judul : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS SERVIS TERHADAP**

KEPUASAN PELANGGAN

Nama : Hardizon

NIM : 55106110103

Program : **Pasca Sarjana Program Magister Manajemen**

Merupakan hasil studi pustaka, dan karya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis diperguruan tinggi lain. Semua informasi data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Maret 2009

Hardizon

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan hidayahnya, penulis telah dapat menyelesaikan studi Magister Manajemen. Penulis telah berusaha untuk menyelesaikan karya akhir ini dengan sebaik-baiknya.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga dapat

menyelesaikan karya akhir ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis haturkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc, Phd sebagai Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana (MM-UMB) Jakarta dan Dr. Ir. Har Adi Basri, MEc sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen beserta segenap staff pengajar atas bekal ilmu pengetahuan dan wawasan berfikir kami terhadap penulisan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr.Ir. Alugoro Mulyowahyudi, MSc sebagai pembimbing utama dan Ibu Rina Astini, SE, ME selaku pembimbing kedua yang senantiasa menyediakan waktu dan ilmunya untuk mengarahkan, membimbing dan memperingatkan kami untuk segera menyelesaikan karya akhir ini.
3. Seluruh guru besar dan pengajar yang telah membimbing dan mendidik penulis dalam proses pembelajaran selama ini, serta seluruh rekan rekan civitas akademika yang telah banyak membantu penulis sehingga memungkinkan penulis dapat menyelesaikan tugas karya akhir ini.
4. Istri dan keluarga tercinta atas semua dukungan, kesabaran, bantuan, pengorbanan waktu dan doa yang tiada henti, serta memberikan inspirasi, semangat dan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini.

Penulis telah memberikan seluruh kemampuan untuk menyelesaikan karya akhir ini, meskipun demikian sebagai manusia biasa penulis banyak mempunyai keterbatasan dan kekurangan oleh karena itu bentuk kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan iklas untuk perkembangan ilmu dimasa yang akan datang. Akhir kata semoga penyelesaian karya akhir ini bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, Maret 2009

DAFTAR ISI

ABSTRACT i

ABSTRAK ii

PENGESAHAN iii

PERNYATAAN iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GRAFIK xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan dan Pembatasan Masalah 5

1.2.1. Rumusan Masalah 5

1.2.2. Batasan Masalah 5

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 6

1.3.1. Tujuan Penelitian 6

1.3.2. Kegunaan Penelitian 6

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN 8

2.1. Sejarah Perusahaan 8

2.2. Visi Perusahaan 10

2.3. Misi Perusahaan 10

2.4. Tantangan Bisnis 10

BAB III TINJAUAN PUSTAKA 12

3.1. Landasan Teori 12

3.1.1. Kepuasan Pelanggan 12

3.1.2. Kualitas Pelayanan 14

3.1.3. Kualitas Servis Komunikasi 15

3.1.4. Kualitas Servis Penjualan 16

3.1.5. Kualitas Servis Pengiriman 17

3.1.6. Kualitas Produk 17

3.2. Kerangka Pemikiran 18

3.3. Hipotesis 19

BAB IV METODE PENELITIAN 20

4.1. Tipe Penelitian 20

4.2. Objek Penelitian 20

4.3. Waktu dan Tempat Penelitian 20

4.4. Sumber Data 21

4.5. Metode Pengambilan Data 21

4.6. Metode Pengambilan Sample 22

4.7. Metode Pengukuran Data 22
4.8. Pengukuran Validitas dan Reliabilitas Variabel 23
3.8.1. Pengukuran Validitas 23
3.8.2. Pengukuran Reliabilitas 24
4.9. Metode Analisa Data dan Uji Hipotesis 24
4.9.1. Metode Analisa Data 24
4.9.1.1. Analisa Statistik Deskriptif 24
4.9.1.2. Analisa Statistik Inferensial 25
4.9.1.3. Uji Asumsi Klasik 25
4.9.1.4. Analisa Regresi 27
4.9.2. Uji Hipotesis 28
4.10. Definisi Operasional Variabel 29

BAB V HASIL PENELITIAN, PENGUJIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN 32
5.1. Demografis Responden 32
5.1.1. Katagori Usia Responden 32
5.1.2. Katagori Jenis Kelamin Responden 33
5.1.3. Katagori Tingkat Pendidikan Responden 34
5.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan 35
5.2.1. Uji Validitas 35
5.2.2. Uji Reliabilitas 40
5.2.3. Analisa Statistik Deskriptif 40
5.2.4. Analisa Statistik Inferensial 58
5.2.5. Analisa Korelasi 62
5.2.6. Analisa Regresi Linier Berganda 64
5.2.7. Uji Hipotesis 66
5.2.8. Pembahasan 71
5.2.8.1. Sevis Komunikasi 72
5.2.8.2. Sevis Penjualan 73
5.2.8.3. Servis Pengiriman 73
5.2.8.4. Kualitas Produk 73

BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI 74
6.1. Kesimpulan 74
6.2. Rekomendasi 76
DAFTAR PUSTAKA 78
LAMPIRAN 80
RIWAYAT HIDUP 115

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Katagori Usia Responden 32

Tabel 2. Katagori Jenis Kelamin Responden 33

Tabel 3. Katagori Tingkat Pendidikan Responden 34

Tabel 4. Kepuasan Pelanggan validitas instrumen variabel (Y) 36

Tabel 5. Kualitas Sevis Komunikasi validitas instrumen variabel (X_1) 36

Tabel 6. Kualitas Servis Penjualan validitas instrumen variabel (X_2) 37

Tabel 7. Kualitas Servis Pengiriman validitas instrumen variabel (X_3) 38

Tabel 8. Kualitas produk validitas instrumen variabel (X_4) 39

Tabel 9. Distribusi frekuensi respon kualitas servis komunikasi (X_1) 41

Tabel 10. Servis komunikasi untuk responsivitas pelayanan 41

Tabel 11. Servis komunikasi untuk kompetensi staf penjualan 42

Tabel 12. Servis komunikasi untuk akses pelayanan 42

Tabel 13. Servis komunikasi untuk sopan santun 43

Tabel 14. Servis komunikasi untuk kredibilitas pelayanan 43

Tabel 15. Distribusi frekuensi respon kualitas servis penjualan (X_2) 44

Tabel 16. Servis penjualan untuk pengajuan penawaran 44

Tabel 17. Servis penjualan untuk harga 45

Tabel 18. Distribusi frekuensi respon kualitas servis pengiriman (X_3) 45

Tabel 19. Servis pengiriman untuk jadwal pengiriman 45

Tabel 20. Servis pengiriman untuk informasi pengiriman 46

Tabel 21. Servis pengiriman untuk pengiriman yang mendesak 46

Tabel 22. Servis pengiriman untuk dokumen pengiriman 47

Tabel 23.	Distribusi frekuensi respon terhadap kualitas produk (X_4)	47
Tabel 24.	Kualitas produk untuk durabilitas	48
Tabel 25.	Kualitas produk untuk konformance	48
Tabel 26.	Kualitas produk untuk performan	49
Tabel 27.	Kualitas produk untuk reliabilitas	49
Tabel 28.	Distribusi frekuensi respon terhadap kepuasan pelanggan (Y)	49
Tabel 29.	Kepuasan pelanggan untuk benefit	50
Tabel 30.	Kepuasan pelanggan untuk kontinyunitas order	50
Tabel 31.	Kepuasan pelanggan untuk kuantiti order	51
Tabel 32.	Analisis Deskriptif variabel X_1	51
Tabel 33.	Analisis Deskriptif variabel X_2	53
Tabel 34.	Analisis Deskriptif variabel X_3	54
Tabel 35.	Analisis Deskriptif variabel X_4	56
Tabel 36.	Analisis Deskriptif variabel Y	57
Tabel 37.	Analisis korelasi variabel X dan Y	63
Tabel 38.	Coefficients Regresi	64
Tabel 39.	Coefficients	67
Tabel 40.	ANOVA	70

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.	Katagori usia responden	33
Grafik 2.	Katagori jenis kelamin	34
Grafik 3.	Katagori Tingkat Pendidikan Responden	35
Grafik 4.	Scatterplot	60
Grafik 5.	Distribusi Normal	61
Grafik 6.	Normal P-P Plot of Regression stanrdized Residual	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Kepuasan Pelanggan	80
Lampiran 2	Indikator Pertanyaan	83
Lampiran 3	Rekapitulasi Data Kuesioner	85
Lampiran 4	Reliabilitas dan Validitas	92
Lampiran 5	Korelasi	95
Lampiran 6	Frekuensi Tabel	96
Lampiran 7	Regresi	111