

Analisis Hubungan
Lima Dimensi Kualitas Jasa Dengan Kepuasan Konsumen
CV. Srengenge Cipta Imagi di Yogyakarta

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : MH Bayu Wicaksono
Nomor Mahasiswa : 99311099
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

Analisis Hubungan
Lima Dimensi Kualitas Jasa Dengan Kepuasan Konsumen
CV. Srengenge Cipta Imagi di Yogyakarta

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



oleh

Nama : MIH Bayu Wicaksono
Nomor Mahasiswa : 99311099
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, September 2004

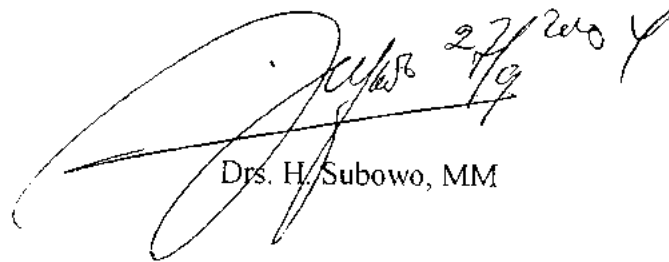
Penulis,

MH Bayu Wicaksono

Analisis Hubungan
Lima Dimensi Kualitas Jasa Dengan Kepuasan Konsumen
CV. Srengenge Cipta Imagi di Yogyakarta

Nama : MH Bayu Wicaksono
Nomor Mahasiswa : 99311099
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, September 2004
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing

 27/2004
Drs. H. Subowo, MM

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SKRIPSI BERJUDUL
ANALISIS HUBUNGAN
LIMA DIMENSI KUALITAS JASA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
CV. SRENGENGE CIPTA IMAGI DI YOGYAKARTA


Disusun Oleh: MOHAMAD HARIKIN BAYU WICAKSONO
Nomor Mahasiswa: 99311099

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal: 13 Oktober 2004

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Subowo, MM

Penguji : Drs. Supardi, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Suwarsono, MA

ABSTRAK

Skripsi ini berlatar belakang pada perusahaan periklanan. Perusahaan yang diteliti adalah CV. Srengenge Cipta Imagi di Yogyakarta. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka masalah yang dirumuskan adalah apakah ada hubungan antara lima dimensi kualitas jasa dengan kepuasan konsumen CV. Srengenge Cipta Imagi serta apakah faktor yang paling dominan dengan kepuasan konsumen CV. Srengenge Cipta Imagi. Lima dimensi kualitas jasa tersebut adalah *reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibels*.

Jenis dan sumber data adalah data primer dan data sekunder. Untuk metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara yang diberikan kepada konsumen CV. Srengenge Cipta Imagi di Yogyakarta. Metode analisis data dilakukan dengan cara analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis verifikatif meliputi analisis regresi berganda, gunanya untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dan arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Selain itu digunakan analisis korelasi berganda, yang berguna untuk mengetahui atau membuktikan besarnya hubungan secara bersama-sama variabel independen (X1, X2, X3, X4, X5) dengan variabel dependen (Y) berupa nilai (R). Dengan menggunakan uji-t atau t-test untuk mengetahui signifikansi hubungan antara lima dimensi kualitas jasa dengan kepuasan konsumen digunakan analisis korelasi parsial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara lima dimensi kualitas jasa dengan kepuasan konsumen. Selanjutnya faktor yang paling dominan dengan kepuasan konsumen CV. Srengenge Cipta Imagi adalah variabel Reliability.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan setetes ilmu pengetahuan dari samudera ilmu pengetahuan yang Dia miliki pada manusia. Karena hanya dengan itulah manusia dapat belajar, mengerti, memahami dan berpikir sesuatu sehingga pada akhirnya dapat diselesaikannya skripsi ini.

Skripsi ini mengambil tema dengan latar belakang pada perusahaan periklanan. Skripsi ini membahas tentang analisis hubungan lima dimensi kualitas jasa (*reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibels*) dengan kepuasan konsumen CV. Srengenge Cipta Imagi di Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat terlaksana dengan baik dan lancar tanpa adanya bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Dalam kesempatan ini dihaturkan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Suwarsono Muhammad, MA. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. H. Subowo MM. Dosen pembimbing skripsi atas pengarahan, kesabaran, pengertian dan waktunya.
3. Kedua orang tuaku, Papa Sobri Ahmad (Alm) dan Mama Hikmah. Tanpa ketulusan cinta dan kasih sayang kalian apalah jadinya anakmu ini...
4. Keluarga yang selalu menjadi teman dan pendukung setiaku, Mba Pipit dan Mas Uwi-kakak kakak terbaik abad ini, Nasywa Hikmatia Maritza-the rising star, De Ony-teman setia 24 jam...

5. My Yulia Rahmadani, this is for us honey...
6. Keluargaku di Srengenge, Mas Uwi, Mas Ulung-terima kasih buat semua pelajarannya ya kangmas!, Mas Aat-sepupu terhebat yang pernah ada!, Bai-sahabat menjadi dewasa, Syarip-sahabat tertulus, Lody, Mas Nug, Mas Hanung, Mba Yanti, Mba Dwi, Mba Mar, Agnis, Sumar. Kalian semua memang advertising banget...
7. Para sahabat sejati dalam suka dan duka, Yopi, Fira, Debby, Widi, Gandi, Sigit, Bela, Rya, Ade, Deya... dan orang-orang yang pernah ada dalam hidupku... What a wonderful journey, guys...
8. Supporter KKN, Atmo dan Febri serta anak-anak kampung Gaten, om Peng An... terima kasih buat hiburannya. Saudaraku lainnya Daus, Jen, Neng Vey, Rizda, Neng Liii, Mba Nina, Mas Andi, Prita , Mba Nia serta yang lainnya dari Klan Muhadi
9. Si Otat AB8331E, The blue AB5980YH... kalian memang bisa diandalkan
10. Pihak-pihak lain yang belum sempat dihadirkan disini, yang telah memberikan kontribusinya dalam bentuk apapun baik disadari atau tidak hingga dapat diselesaikannya karya yang monumental ini. Terima kasih semuanya...

Wassalamualikum Wr.Wb

Yogyakarta, September 2004

Penulis,

MH Bayu Wicaksono

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen.....	11
2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
2.1.5 Pemasaran Jasa.....	22
2.1.6 Definisi Lima Dimensi Kualitas Jasa.....	23
2.1.7 Atribut Pemasaran.....	24
2.1.7.1 Produk.....	24
2.1.7.2 Harga.....	25
2.1.7.3 Distribusi.....	26
2.1.7.4 Promosi.....	27
2.1.8 Kepuasan Konsumen.....	29
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Formulasi Hipotesis.....	34

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....	35
3.2 Variabel Penelitian.....	35
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.4 Teknik Pengujian Instrumen.....	36

3.4.1 Uji Validitas.....	36
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.5 Jenis Data.....	38
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.7 Populasi dan Sampel.....	40
3.8 Metode Analisis Data.....	42
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.8.2 Analisis Verifikatif.....	42
3.8.2.1 Analisis Regresi Berganda.....	42
3.8.2.2 Analisis Korelasi Berganda.....	44
3.8.2.3 Analisis Korelasi Parsial.....	46

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif.....	47
4.1.1 Karakteristik Responden.....	47
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	48
4.1.2 Persepsi Konsumen terhadap Dimensi Jasa CV. Srengenge Cipta Imagi.....	49
a. Variabel Reliability (X1).....	49
b. Variabel Responsiveness (X2).....	50
c. Variabel Assurance (X3).....	51
d. Variabel Empathy (X4).....	53

e. Variabel Tangibels (X5).....	54
f. Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	55
4.2 Analisis Verifikatif.....	56
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
a. Hasil Uji Validitas.....	57
b. Hasil Uji Reliabilitas.....	58
4.2.2 Hasil Regresi Linear Berganda.....	60
4.2.3 Analisis Korelasi Berganda.....	63
4.2.4 Analisis Korelasi Parsial.....	65
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	48
4.3 Penilaian Variabel Reliability.....	49
4.4 Penilaian Variabel Responsiveness.....	51
4.5 Penilaian Variabel Assurance.....	52
4.6 Penilaian Variabel Empathy.....	53
4.7 Penilaian Variabel Tangibels.....	55
4.8 Penilaian Variabel Kepuasan Konsumen.....	56
4.9 Hasil Uji Validitas.....	57
4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
4.11 Estimasi Regresi Linear Berganda.....	61
4.12 Koefisien Korelasi Parsial.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Pengujian Hipotesis Dengan Uji F.....	65
4.2 Pengujian terhadap Koefisien Regresi Reliability.....	67
4.3 Pengujian terhadap Koefisien Regresi Responsiveness.....	68
4.4 Pengujian terhadap Koefisien Regresi Assurance.....	69
4.5 Pengujian terhadap Koefisien Regresi Empathy.....	70
4.6 Pengujian terhadap Koefisien Regresi Tangibels.....	71

LAMPIRAN

Lampiran

- LAMPIRAN I. Daftar Pertanyaan Responden Konsumen CV. Srengenge Cipta Imagi
- LAMPIRAN II. Rekapitulasi 30 Responden Pada CV. Srengenge Cipta Imagi
- LAMPIRAN III. Penentuan Kategori Jawaban Berdasarkan Rata-rata
- LAMPIRAN IV. Uji Validitas
- LAMPIRAN V. Regression
- LAMPIRAN VI. Tabel t Pada α 5%
- LAMPIRAN VII. Tabel Korelasi Product Moment (r) 1-Tail
- LAMPIRAN VIII. Tabel F Pada α 5%