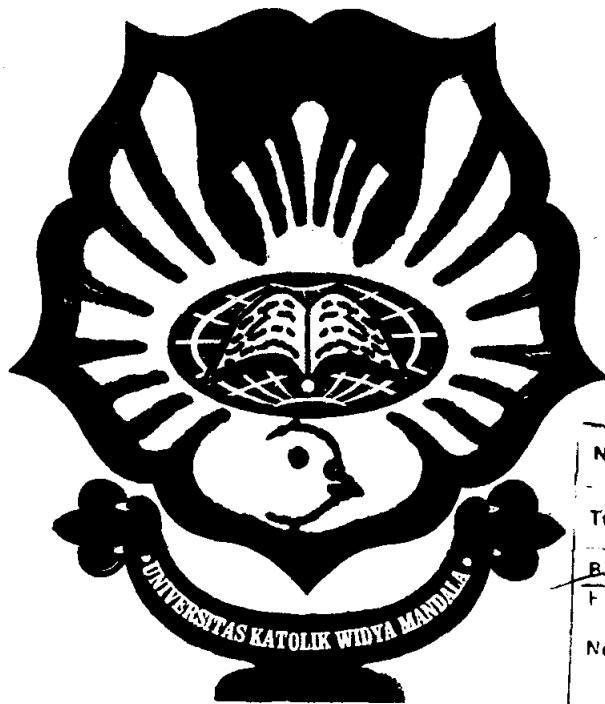


SKRIPSI

AFAN ANUGROHO

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA RETAIL GAME MANIA
DI SURABAYA**



No. INDUK	0433/02
TGL TERIMA	01 Nov 2001
REVISI	
FADITH	
No. BUKU	FE-m Anu a-1
KIP. KE	1 (SATU)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2001

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA RETAIL GAME MANIA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH:

AFAN ANUGROHO
3103094186

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
OKTOBER 2000**

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Retail Game Mania di Surabaya yang ditulis oleh Afan Anugroho telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.

Pembimbing I : Drs. Ec. Trisno Musanto



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Afan Anugroho NRP 3103094186

Telah disetujui pada tanggal $\frac{24}{10}$ dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji.


Arini

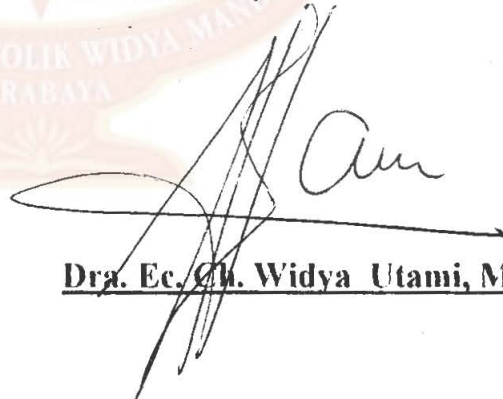
Mengetahui,

Dekan,



Drs. Simon Harjanto, Ak

Ketua Jurusan,



Dra. Ec. Ch. Widya Utami, MM

KATA PENGANTAR

Salam sejahtera, segala puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Adapun maksud dan tujuan penulis menyusun skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jawa Timur.

Dalam penulisan skripsi ini empati, pemikiran, dan dorongan dari berbagai pihak sangat dirasakan sebagai semangat dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karenanya, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. M. Sairozi, MM selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Trisno Musanto selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya.
4. Bapak Drs. Ec. Agus Sunaryanto, MM selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama kuliah di Universitas Katolik Widya mandala Surabaya.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Bapak Roy selaku manajer Retail Game Mania Surabaya yang banyak memberikan informasi, izin penelitian, serta memberi data yang penulis perlukan.
7. Papa, Mama, dan Saudara-saudaraku tercinta yang telah memberikan dorongan semangat dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa Vonny yang selalu memberi dorongan, motivasi, dan do'a serta menghiburku untuk setiap waktu.
9. Teman-teman Kru Game Mania, PMKRI, Pandala.

Semoga dengan bantuan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapat imbalan yang melimpah dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhir kata, semoga skripsi ini berguna bagi sctiap pembacanya.

Surabaya, 14 Oktober 2000

Penulis,

ABSTRAKSI

Globalisasi, menjadikan dunia menjadi satu tanpa batas (*borderless*), sehingga produk-produk negara maju akan membanjiri pasar negara-negara berkembang. Pada kondisi persaingan yang semakin mengglobal, orang sudah tidak peduli lagi dari mana asal barang dijual dan dari mana barang dihasilkan, yang paling penting bagi konsumen adalah kualitas produk, harga yang bersaing, dan layanan yang memuaskan. Perusahaan ini bukan merupakan perusahaan manufaktur, maka kualitas layanan merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan. Retail Game Mania Surabaya menerapkan strategi pasarnya dengan cara ofensif dan defensif. Berpijak pada kenyataan ini maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data interval dengan menggunakan skala Likert yang diperoleh langsung dari konsumen (responden) melalui instrument penelitian kuesioner. Penelitian dilakukan dengan cara survey pendahuluan, survey lapangan, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Analisis statistik yang digunakan mean dan standar deviasi, analisis korelasi dan determinasi secara simultan dan partial, dan analisis regresi linier berganda. Sedangkan pengujian hipotesis digunakan uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa variabel-variabel kualitas layanan yaitu *tangibles* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *emphaty* (X_5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena $F_{hitung} (150,082) > F_{tabel} (2,21)$. Besarnya pengaruh kualitas layanan pada dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 89,60%, sedangkan sisanya sebesar 10,40% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model. Hal ini berarti naik turunnya kepuasan pelanggan akibat dari pengaruh perubahan kualitas layanan pada dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* adalah sebesar 89,60. Keeratan hubungan antara variabel-variabel kualitas layanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan secara simultan (bersama-sama) adalah positif dan kuat karena nilai multiple R mendekati 1 yaitu sebesar 0,947, berarti semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan dan sebaliknya. Berdasarkan hasil analisis determinasi parsial dan pengujian parsial dengan menggunakan uji t, diketahui bahwa kualitas layanan pada dimensi *tangibles* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *emphaty* (X_5) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai t_{hitung} untuk *tangibles* ($2,089$) $> t_{tabel} (1,645)$, nilai t_{hitung} untuk *reliability* ($2,208$) $> t_{tabel} (1,645)$, nilai t_{hitung} untuk *responsiveness* ($3,893$) $> t_{tabel} (1,645)$, nilai t_{hitung} untuk *assurance* ($3,190$) $> t_{tabel} (1,645)$, dan nilai t_{hitung} untuk *emphaty* ($3,328$) $> t_{tabel} (1,645)$. Hasil analisis determinasi diperoleh bahwa kualitas layanan pada dimensi *responsiveness* (X_3) mempunyai pengaruh atau kontribusi paling dominan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 14,82%.

DAFTAR ISI

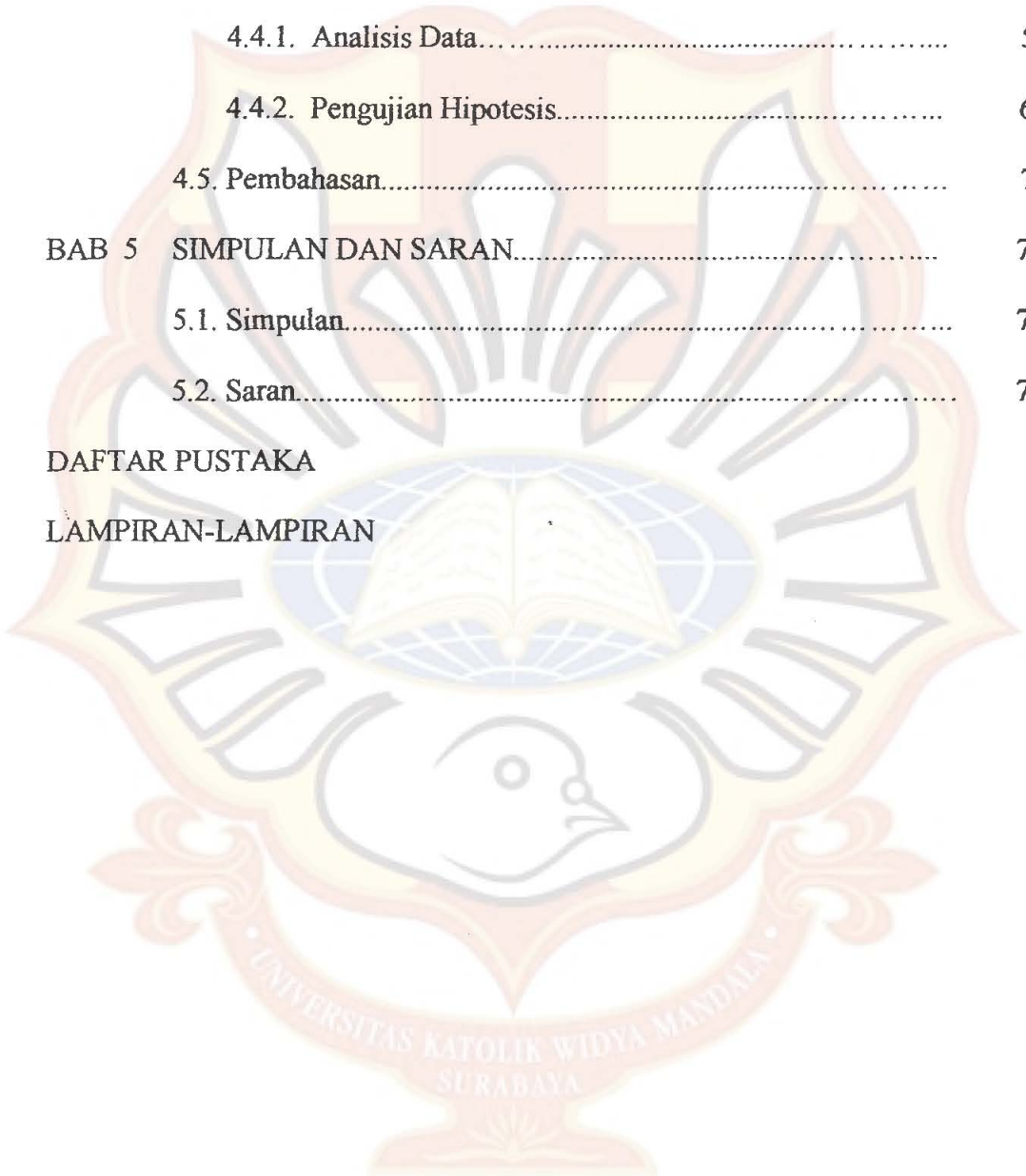
	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAKSI.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	5
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2.2. Pemasaran Relasional.....	10
2.2.3. Kualitas Layanan.....	10
2.2.4. Kepuasan Pelanggan.....	14

	2.2.5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
	2.3. Model Analisis.....	23
	2.4. Hipotesis.....	25
BAB 3	METODE PENELITIAN.....	26
	3.1. Desain Penelitian.....	26
	3.2. Identifikasi Variabel.....	26
	3.3. Definisi Operasional Variabel.....	27
	3.4. Jenis dan Sumber Data.....	30
	3.5. Pengukuran Data.....	31
	3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	31
	3.7. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	32
	3.8. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
	3.9. Teknik Pengambilan Data.....	35
	3.10. Teknik Analisis Data.....	35
	3.11. Pengujian Hipotesis.....	39
BAB 4	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	42
	4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	42
	4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	42
	4.1.2. Struktur Organisasi.....	43
	4.1.3. Tujuan Perusahaan.....	46
	4.2. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	47
	4.3. Deskripsi Data.....	50

4.3.1. Karakteristik Responden.....	50
4.3.2. Kualitas Layanan.....	52
4.3.3. Kepuasan Pelanggan.....	53
4.4. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	53
4.4.1. Analisis Data.....	53
4.4.2. Pengujian Hipotesis.....	60
4.5. Pembahasan.....	71
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1. Simpulan.....	74
5.2. Saran.....	75

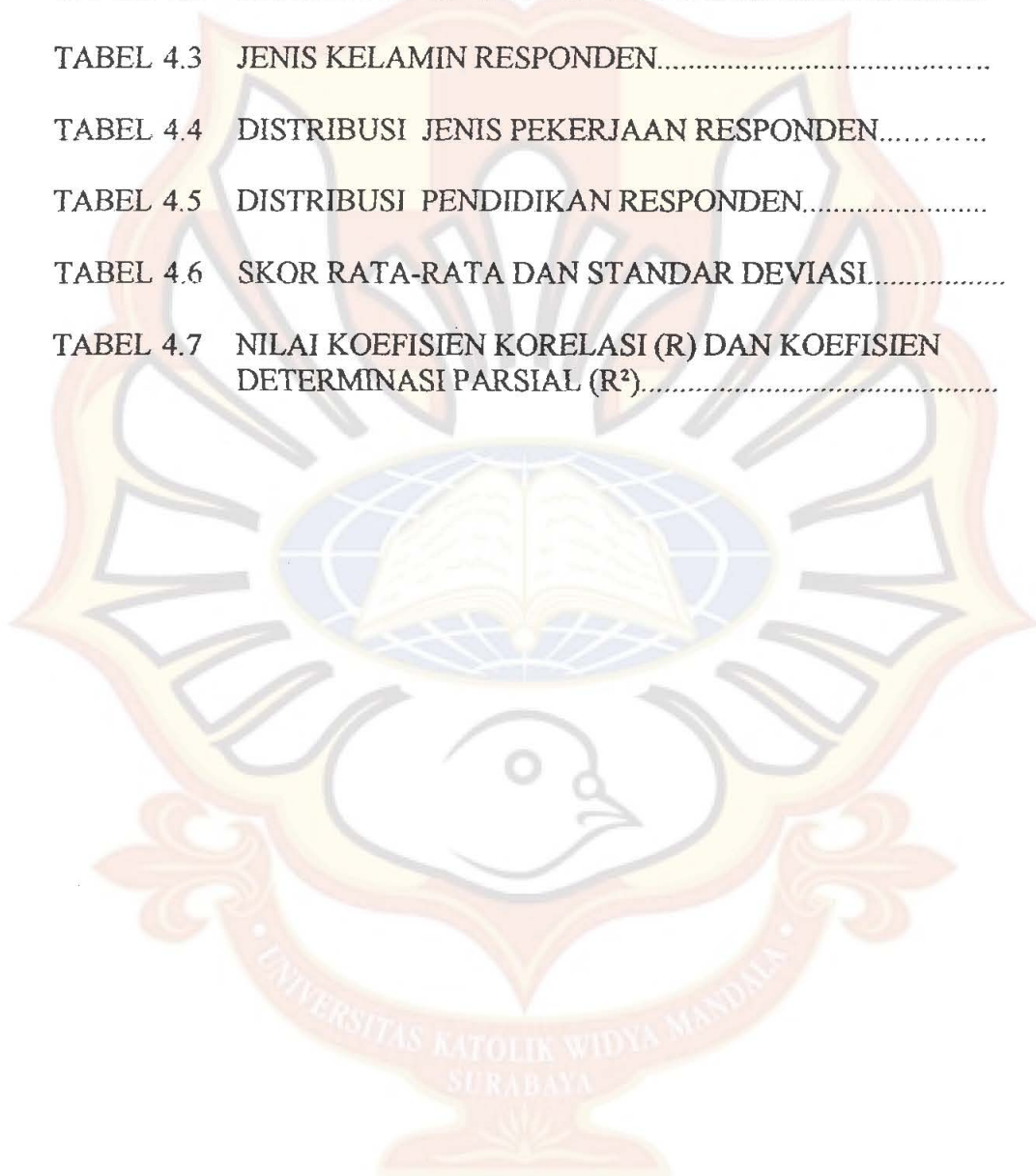
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	HALAMAN
TABEL 4.1 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ALAT UKUR.....	48
TABEL 4.2 DISTRIBUSI UMUR RESPONDEN.....	50
TABEL 4.3 JENIS KELAMIN RESPONDEN.....	51
TABEL 4.4 DISTRIBUSI JENIS PEKERJAAN RESPONDEN.....	51
TABEL 4.5 DISTRIBUSI PENDIDIKAN RESPONDEN.....	52
TABEL 4.6 SKOR RATA-RATA DAN STANDAR DEVIASI.....	54
TABEL 4.7 NILAI KOEFISIEN KORELASI (R) DAN KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL (R ²).....	57



DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
GAMBAR 4.1. STRUKTUR ORGANISASI GAME MANIA.....	43
GAMBAR 4.2. KURVA UJI F	62
GAMBAR 4.3. KURVA NORMAL X_1 TERHADAP Y.....	64
GAMBAR 4.4 KURVA NORMAL X_2 TERHADAP Y.....	65
GAMBAR 4.5 KURVA NORMAL X_3 TERHADAP Y.....	67
GAMBAR 4.6 KURVA NORMAL X_4 TERHADAP Y.....	69
GAMBAR 4.7 KURVA NORMAL X_5 TERHADAP Y.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

1. DAFTAR KUISIONER
2. REKAPITULASI DATA KUALITAS LAYANAN BERDASARKAN JAWABAN KUISIONER
3. REKAPITULASI DATA KEPUASAN BERDASARKAN JAWABAN KUISIONER
4. NILAI RATA-RATA SKOR KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN RETAIL GAME MANIA SURABAYA
5. PRINT OUT KOMPUTER HASIL PERHITUNGAN UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ALAT UKUR UNTUK ITEM PERNYATAAN KUALITAS LAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN SPSS FOR WINDOWS RELEASE 7.5
6. PRINT OUT KOMPUTER HASIL PERHITUNGAN UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ALAT UKUR UNTUK ITEM PERNYATAAN KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN SPSS FOR WINDOWS RELEASE 7.5
7. PRINT OUT KOMPUTER HASIL PERHITUNGAN REGRESI LINIER BERGANDA DENGAN MENGGUNAKAN SPSS FOR WINDOWS RELEASE 7.5
8. HARGA KRITIK DARI R PRODUCT MOMENT
9. TABEL DISTRIBUSI F
10. TABEL T
11. INTERPRESTASI NILAI R