

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA INTERNET
PADA WARNET JAVA NET
DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

Antonius Ago

NPM. 0642110123

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL " VETERAN " JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2010**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkah anugerah dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan -Konsumen Dalam Memakai Jasa Internet pada Warnet Java net di Surabaya.**

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu kewajiban bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jawa Timur, khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam rangka memenuhi tugas akademik guna melengkapi sebagian syarat untuk menempuh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur

Skripsi ini dapat selesai atas bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing Ibu Susi Hariyawati, S.Sos, selaku dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ” Veteran ” Jawa Timur yang telah mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra, Ec, MSi selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional ” Veteran ” Jawa Timur.

2. Bapak Sadjudi, Drs, MSi selaku ketua Program Studi Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak Nurhadi, Drs, Msi selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
4. Bapak dan ibu dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam materi perkuliahan.
5. Kedua orang tua serta kakak penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Teman – teman Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur angkatan 2006 yang sudah memberikan semangat dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih ada kekurangannya. Oleh karena itu segala ide, kritik dan saran yang konstruktif senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi penelitian ini. Semoga dengan terselesainya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Mei 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	8
2.2.2 Pemasaran	8
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2.2.3 Konsep Pemasaran	9
2.2.2.4 Bauran Pemasaran	10
2.2.3 Jasa	11

2.2.3.1	Pengertian Jasa	
2.2.3.2	Karakteristik Jasa	13
2.2.3.3	Klasifikasi Jasa	14
2.2.3.4	Sifat-sifat Khusus Pemasaran Jasa	16
2.2.3.5	Macam-macam Jasa	18
2.2.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	
	Jasa	20
2.2.5	Harga	22
2.2.5.1	Pengertian Harga	22
2.2.5.2	Tujuan Penetapan Harga	23
2.2.5.3	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan	
	Harga	24
2.2.5.4	Sasaran Penetapan Harga	26
2.2.5.5	Metode Penetapan Harga	26
2.2.6	Pelayanan	28
2.2.6.1	Pengertian Pelayanan	28
2.2.6.2	Tujuan Pelayanan	29
2.2.6.3	Kualitas Layanan	29
2.2.7	Fasilitas	32
2.2.8	Kepuasan Konsumen	34
2.2.8.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	34
2.2.8.2	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan	
	Konsumen	35
2.2.8.3	Strategi Kepuasan Konsumen	36

2.2.8.4 Pengukuran Kepuasan Konsumen	38
2.3 Kerangka Berpikir	39
2.4 Hipotesis	41
BAB III : METODE PENELITIAN	42
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	46
3.2.3 Penarikan Sampel	47
3.3 Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1 Jenis Data	48
3.3.2 Sumber Data	48
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	49
3.4 Teknik Analisis dan Pengujian Uji hipotesis	49
3.4.1 Uji Kualitas	49
3.4.1.1 Uji Validitas	49
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	50
3.4.1.3 Uji Asumsi Klasik	51
3.4.3 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.4.4 Uji Hipotesis	55
3.4.4.1 Uji F	55
3.4.4.2 Uji t	56

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	58
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	58
4.1.2 Lokasi Perusahaan	59
4.1.3 Gambaran Umum Penelitian	59
4.2 Karakteristik Responden	60
4.2.1 Identifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.2 Identifikasi Berdasarkan Usia	60
4.2.3 Identifikasi Berdasarkan Pekerjaan	61
4.3 Penyajian Data	62
4.3.1 Deskripsi Hasil Penelitian	62
4.3.2 Deskripsi Variabel Harga	62
4.3.3 Deskripsi Variabel Pelayanan	64
4.3.4 Deskripsi Variabel Fasilitas	66
4.3.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	69
4.4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	72
4.1.1 Uji Validitas	72
4.1.2 Uji Reliabilitas	74
4.5 Analisis Dan Pembahasan	75
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	75
4.5.2 Multikolinieritas	75
4.5.3 Heterokedastitas	76
4.5.4 Autokorelasi	77

4.5.5 Uji Normalitas	78
4.5.6 Analisis Hasil Perhitungan koefisien Regresi	80
4.6 Pengujian Hipotesis	82
4.6.1 Uji Hipotesis Secara Simultan	82
4.6.2 Uji Hipotesis Secara Parsial	84
4.7 Pembahasan	89
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	93

DAFTAR PUSTAKA



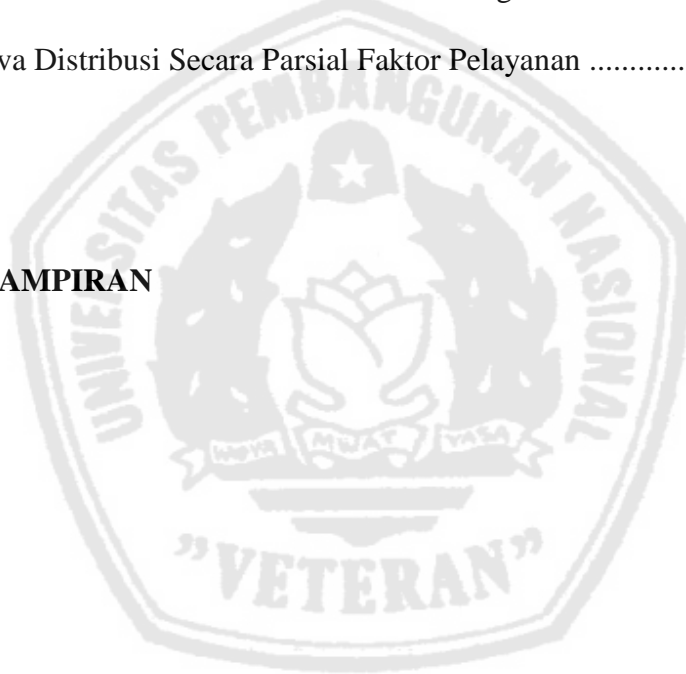
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Identifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Identifikasi Berdasar Usia	61
Tabel 4.3 Identifikasi Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Harga	62
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Pelayanan	64
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Fasilitas	66
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	70
Tabel 4.8 Uji Validitas	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.10 Nilai VIF	75
Tabel 4.11. Tes Heterokedastisitas	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Model	79
Tabel 4.13 Analisis Varian	82
Tabel 4.14 Hasil Analisis Variabel X terhadap Y	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar Kerangka Berpikir	39
Gambar Kurva Statistik Durbin Watson	78
Gambar Penerimaan/Penolakan Secara Simultan	83
Gambar Kurva Distribusi Secara Parsial Faktor Harga	85
Gambar Kurva Distribusi Secara Parsial Faktor Pelayanan	86

DAFTAR LAMPIRAN



FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMAKAI JASA INTERNET PADA WARNET JAVA NET DI SURABAYA

Abstraksi

ANTONIUS AGO

Pada kemajuan zaman dewasa ini atau yang sering disebut era globalisasi, batasan-batasan dan wilayah satu tempat dengan wilayah yang lain hampir tidak ada. Demikian juga dengan proses komunikasi yang dulu dilakukan dengan cara konvensional dengan berbicara secara langsung, sekarang sekarang sudah dapat dilakukan dari jarak jauh dengan menggunakan produk-produk teknologi informasi, dimana orang-orang akan lebih mudah melakukan komunikasi tanpa harus terganggu oleh jarak antar orang yang akan berkomunikasi. Salah satu jasa dari teknologi informasi yang banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat pada saat ini adalah sarana internet, melalui perusahaan kecil jasa layanan informasi. Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen, maka perlu diperhatikan faktor-faktor kualitas layanan jasa seperti harga, pelayanan, dan fasilitas yang ada pada warnet tersebut. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan warnet Java Net Di Surabaya tidak diketahui. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang yang diambil dengan menggunakan teknik penarikan sampel *Purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Selanjutnya data dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda.

Berdasarkan analisis data disimpulkan bahwa **1)** Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel harga, pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen, **2)** Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, **3)** Dari seluruh variabel bebas yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel pelayanan yang memiliki pengaruh paling dominan.

Keyword : harga (X_1), pelayanan (X_2), fasilitas (X_3) dan kepuasan konsumen (Y).

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan dan kemajuan zaman telah membawa umat manusia kepada perubahan-perubahan ke arah yang lebih baik. Kemajuan zaman ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar semakin ketat, sehingga menuntut setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang industri maupun jasa menerapkan strategi pemasaran yang lebih baik.

Salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan adalah pemasaran, agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan dan fasilitas-fasilitas yang menunjang.

Dengan strategi pemasaran yang baik seperti memberikan kepuasan konsumen sangat penting karena dapat menghasilkan lebih banyak pelanggan baru, mengurangi dampak kehilangan pelanggan, lebih banyak pendekatan dari persaingan harga, pelayanan yang unggul juga bisa memberikan semangat karena membutuhkan pembangunan budaya organisasi di mana orang ditantang untuk menunjukkan potensi mereka agar diakui dan dihargai. Pelayanan merupakan komponen nilai yang pokok yang menggerakkan setiap perusahaan untuk sukses.

Pola hubungan manusia dari waktu ke waktu mengalami perubahan dan perkembangan, komunikasi sebagai kebutuhan hidup sehari-hari saat ini sudah

merupakan kebutuhan mutlak. Jika manusia dahulu berkomunikasi dengan cara yang konvensional seperti dengan cara bertatap muka dan berbicara secara langsung, komunikasi pada zaman sekarang sudah dapat menggunakan sarana teknologi informasi seperti telepon, satelit, internet, dan lain-lain, yang tentu lebih bisa menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Seseorang yang mempunyai kepentingan bisnis atau urusan tertentu tidak harus bertemu langsung relasi bisnisnya, tetapi bisa dengan melakukan pembicaraan terlebih dahulu dengan menggunakan pesawat telepon. Kondisi demikian dimungkinkan karena perkembangan yang sangat pesat di bidang teknologi informasi yang semakin bisa menyediakan fasilitas dan alat komunikasi yang semakin modern dan canggih.

Salah satu jasa dari teknologi informasi yang banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat pada saat ini adalah sarana internet melalui perusahaan kecil jasa layanan informasi. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang ditawarkan murah, kualitas pelayanan yang baik, dan fasilitas yang disediakan memadai dan nyaman kepada pelanggan dari para pesaing. Maka dengan perbedaan yang diberikan penyedia jasa menimbulkan adanya *gap* atau kesenjangan, maka dapat diketahui apakah terpenuhi atau tidak harapan dari konsumen, sehingga akan mempengaruhi tercapainya kepuasan konsumen.

Warnet yang merupakan salah satu perusahaan kecil yang bergerak dalam bidang layanan jasa internet merupakan salah satu komponen bagi perkembangan sektor informasi. Sektor informasi ini mempunyai perkembangan yang cukup

pesat, yang dapat dilihat dengan semakin maraknya jumlah warnet sekarang ini. Setiap warnet itu mempunyai layanan yang berbeda-beda. Di Surabaya telah banyak bermunculan warnet yang menandakan bahwa persaingan antar warnet semakin kompetitif, sehingga harus lebih berhati-hati dalam menjaga keberadaan warnetnya.

Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen maka perlu diperhatikan faktor-faktor kualitas layanan jasa yang diberikan kepada konsumen. Pada saat ini, konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi jasa mempunyai banyak pertimbangan-pertimbangan seperti harga, pelayanan dan fasilitas yang ada pada warnet tersebut. Hal ini penting sekali untuk dilakukan mengingat bahwa konsumen akan melakukan pembelian ulang apabila kinerja dari jasa tersebut mampu memberikan sesuai dengan harapan mereka. Apabila kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga mereka tidak akan melakukan pembelian secara berulang atau bahkan merekomendasikan kepada calon konsumen lain hal-hal yang buruk terhadap warnet tersebut sehingga dampaknya akan sangat merugikan warnet itu sendiri.

Kepuasan konsumen juga merupakan hal yang penting untuk diteliti, karena hal ini merupakan salah satu alasan konsumen untuk melakukan pembelian ulang jasa internet pada warnet tersebut.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan atau pihak warnet dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian

secara berulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang tentunya menguntungkan bagi perusahaan dalam hal ini adalah pihak warnet yaitu Java net yang berlokasi di Rungkut Surabaya itu sendiri.

Berawal dari masalah ini, maka peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian terhadap warnet dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memakai jasa internet pada warnet Java net di Rungkut Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Jasa internet pada warnet Java net di Surabaya?
- b. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Java net di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Java net di Surabaya?

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial antara harga, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Java net di Surabaya?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

- a. Manfaat teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan teori pemasaran. Khususnya digunakan sebagai solusi alternative dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menilai kualitas layanan pada warnet.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi manajemen perusahaan khususnya dibidang pemasaran, selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.