

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Study Pada Sardo Swalayan Kota Malang)**

SKRIPSI



Oleh :
ANIF WAHYUDAH
NIM :10510115

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2014**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Study Pada Sardo Swalayan Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :
ANIF WAHYUDAH
NIM :10510115

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Sardo Swalayan kota Malang)

SKRIPSI

Oleh

ANIF WAHYUDAH

NIM : 10510115

Telah Disetujui 3 Juli 2014

Dosen Pembimbing,

M. Fatkhur Rozi, SE., MM

NIP. 197601182009011003

Mengetahui,

Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei

NIP. 19750707200511005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya :

Nama : Anif Wahyudah
NIM : 10510115
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Sardo Swalayan Kota Malang)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan **“Duplikasi”** dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada **“Klaim”** dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 14 Juli 2014

Hormat saya,

Anif Wahyudah

NIM: 10510115

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Kepada kedua orangtuaku, ibuku naimah dan Ayahku Miskan terimakasih sudah membesarkanku dengan cinta dan

kasih tanpa mengeluh, terimakasih atas motivasinya ibu dan ayahku, aku menyayangimu, dan untuk adikku satu-satunya M. Andrean Al baihaqi, trimakasih atas senyummu yang selalu membuatku lebih semangat

dalam hidup ini tanpamu maka aku bukan apa-apa.

Untuk semua sahabatku seluruh mahasiswa manajemen terimakasih atas supportnya dan aku tidak akan melupakan kisah kisah kita selama kuliah, khususnya temanku syafrida ,Maya, sisil trimakasih buat kebahagiaan yang kalian berikan untukku,

MOTTO

**JANGAN TAKUT MENGHADAPI
MASA DEPAN .**

**KARENA KAMULAH YANG
MENGHADAPI MASA DEPANMU**

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pujisyukur kepada Allah Swt, berkat rahmat dan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar. Sholawat dan salam penulis persembahkan kepada nabi Muhammad S.A.W, berkat perjuangannya yang telah menghadirkan pencerahan untuk umat manusia dan menjadi motivasi bagi penulis untuk belajar, berusaha, dan menjadi lebih baik.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penulis berusaha dengan sekuat tenaga dan pikiran, namun penulis menyadari bahwa tanpa partisipasi dari banyak pihak tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan. Dengan iringan do'a dan kerendahan hati izinkanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr.H.Salim Al Idrus, MM.,M.ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Dr.H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. M. Fatkhur Rozi, SE., MM selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah meluangkan waktunya demi memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini,

5. Muhammad Sulhan,SE.,MM sebagai dosen wali yang telah memberikan motivasi dan bimbingan mulai semester satu hingga semester akhir.
 6. Seluruh dosen Jurusan Manajemen yang telah banyak memberikan pelajaran dan didikan, terima kasih atas masukan dan arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
 7. Bapak dan Ibu dosen, dan karyawan Fakultas yang selalu membantu dan memberikan dorongan semangat semasa kuliah.
 8. Kedua orang tua penulis Bapak Miskan Ibu Naimah yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, do'a, dan dorongan semangat kepada penulis semasa kuliah hingga akhir pengerjaan skripsi ini.
 9. Adik tersayang M. Andrean Al Baihaqi terima kasih telah menghibur disaat susah, senang.
 10. Semua teman-teman Manajemen, terutama angkatan 2010 semuanya. Terimakasih atas semua pengalaman dan motivasinya dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
 11. Buat teman saya Syafrida, sisil dan maya terimah kasih sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi.
 12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas keikhlasan bantuan moril dan spirituil, penulis ucapkan terima kasih sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
- Semoga Allah Swt membalas kebaikan mereka semua.

Manusia tidak pernah luput dari kesalahan dan lupa serta keterbatasan ilmu yang dimiliki penulis, menjadi celah timbulnya kekurangan. Oleh karena itu,

penulis mengharapkan masukan, saran, kritik, dan teguran dari semua evaluator dan pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan dapat menjadi literatur penambah wawasan dalam aspek pengajaran Manajemen terutama dalam pengembangan ilmu Manajemen Amiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Malang, 3 juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL DALAM	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	8

2.2 kajian Teori	12
2.2.1 Pengertian Pemasaran Jasa.....	12
2.2.2 pengertian dan Karakteristik jasa.....	14
2.2.3 Pengertian Pelayanan	16
2.2.4 Pengertian Kualitas pelayanan	17
2.2.5 Kualitas Pelayanan Dalam Perpektif islam	20
2.2.6 Pengertian Kepuasan Pelanggan	26
2.2.7 Faktor-Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan	28
2.2.8 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	30
2.3 Kerangka berfikir	31
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III: METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Lokasi Penelitin	35
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	36
3.5 Dfinisi Operasional Variabel	38
3.6 Uji Instrumen.....	45
3.7 Model Analisis Data	46
BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Paparan Data.....	55
4.1.1 Gambaran Umum Sardo Swalayan Kota Malang.....	55
4.1.2 Lokasi Perusahaan	57

4.1.3 Struktur Organisasi	58
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.2.1 Karakteristik Responden.....	58
4.2.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2.1.2 Berdasarkan Usia	60
4.2.1.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
4.2.1.4 Berdasarkan Pekerjaan	53
4.2.2 Uji Instrumen	54
4.2.2.1 Uji Validitas	65
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	65
4.2.2.3 Hasil Pengujian Instrumen	65
4.2.3 Deskripsi Variabel	67
4.2.3.1 Variabel Independent	67
4.2.3.2 Variabel Dependent	72
4.2.4 Uji Asumsi Klasik Regresi	73
4.2.4.1 Uji Normalitas	73
4.2.4.2 Uji Multikolinieritas.....	74
4.2.4.3 Uji Auto Kolerasi	75
4.2.4.4 Uji Heteroskedastitas	76
4.2.5 Analisis Regresi Berganda	77
4.2.6 Uji Hipotesis	77
4.2.6.1 Uji F (Simultan)	80
4.2.6.2 Uji t (Parsial)	81
4.3 Pembahasan Data Hasil Penelitian	82

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1Kesimpulan.....	86
5.2Saran	87
 DAFTAR PUSTAKA	 88
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	10
3.1 Definisi Operasional variabel.....	42
3.2 Skala Pengukuran.....	45
4.1 Hasil Output Kevalitan Responden.....	58
4.2 Komposisi Jenis Kelamin.....	59
4.3 Kompisisi Usia Responden	61
4.4 Komposisi Pendidikan Terakhir.....	62
4.5 Komposisi Pekerjaan.....	63
4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan pelanggan.....	66
4.7 Variabel Tangible (X1)	67
4.8 Variabel reliabilitas (X2)	68
4.9 Variabel Responsibility (X3)	69
4.10 Variabel Assurance (X4).....	70
4.11 Variabel Emphaty (X5).....	71
4.12 Variabel Kepuasan Pelanggan	72
4.13 Hasil Uji Normalitas	73
4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	74
4.15 Kaidah Keputusan Durpin watson	75
4.16 Uji Durbin Watson	75
4.17 Hasil Uji heteroskedastisitas	76
4.18 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda.....	78
4.19 Hasil Uji simultan	80

DAFTAR GAMBAR

2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	28
2.2 Kerangka Pemikiran.....	32
2.3 Model Hipotesis	33
4.1 Struktur Organisasi	58
4.2 Grafik Histrogram Jenis Kelamin Responden.....	60
4.3 Grafik Histrogram Usia Responden.....	61
4.4 Grafik Histrogram Pendidikan Terakhir Responden.....	63
4.4 Grafik Histrogram Pekerjaan Responden.....	64

ABSTRAK

Anif wahyudah 2014 SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Sardo Swalayan Kota Malang)

Pembimbing : M. Fatkhur Rozi, SE., MM

Kata Kunci : Kualitas Kelayanan, Kepuasan Pelanggan

Keberhasilan sebuah perusahaan tergantung kepada beberapa komponen yang saling berkaitan dan saling mendukung satu sama lain. Komponen tersebut adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, ada lima dimensi karakteristik yang digunakan untuk mengukur dan menilai sejauh mana perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan terkait dengan kepuasan pelanggannya, yaitu: tangible, reliability, responsibility, assurance dan empathy. Kualitas pelayanan merupakan harapan konsumen tentang pelayanan dan persepsi yang diterima yang berhubungan dengan pelayanan tersebut. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan yang muncul setelah membandingkan persepsi yang mereka terima dengan harapan mereka. Pelayanan dirasa memuaskan apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan. Sebaliknya, pelayanan dirasa tidak memuaskan apabila pelayanan yang diterima dibawah harapan pelanggan. Pelayanan yang baik dan berkualitas harus diberikan oleh perusahaan guna menarik konsumen baru maupun mempertahankan konsumen.

ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan data primer dan sekunder. Model analisis menggunakan uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji non-autokorelasi dan uji normalitas. Dilanjutkan dengan uji hipotesis menggunakan uji f (simultan), uji t (parsial).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Kualitas pelayanan yang terdiri dari lima variabel yaitu tangible (X1), Reliability (X2), Responsibility (X3), Assurance (X4) dan Empathy (X5). Secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan secara parsial tangible (X1), Reliability (X2), Responsibility (X3), Assurance (X4) dan Empathy (X5). Mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan koefisien determinan sebesar 0,044 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Sardo Swalayan Kota Malang sangat memuaskan

ABSTRACT

Anif wahyudah Thesis 2014. Title: "The Customer Service Quality Satisfaction Effect (Study on Swalayan Sardo Malang)

Lector : M. Fatkhur Rozi, SE., MM

Keywords : service Quality, Customer Satisfaction

The success of a company depends on several interrelated components and supporting each other. The components are quality service and customer satisfaction, there are five dimensions characteristic that is used to measure and assess the extent to which the company is able to provide the quality of service associated with its customer satisfaction, namely: tangible, reliability, responsibility, assurance and empathy. Quality of service is the consumer expectations and perceptions about the service they received related to such services. Customer satisfaction is feeling happy or disappointed customers who emerged after comparing the perception that they receive to their expectations. Service is considered satisfactory when everything that can be of service in accordance with customer expectations. Conversely, if the services are found to be satisfactory services received under the customer's expectations. Good service and quality to be provided by the company to attract new customers and retain consumers.

This research is a quantitative study, by using primary and secondary data. Analysis model using the classical assumption test consists of a test multicollinearity, heteroscedasticity test, test and test the autocorrelation of non-normality. Followed by hypothesis testing using test f (simultaneous), t test (partial).

The results showed that, quality of service which consists of five variables: tangible (X1), reliability (X2), Responsibility (X3), Assurance (X4) and Empathy (X5). Simultaneously significant effect on customer satisfaction. And partially tangible (X1), reliability (X2), Responsibility (X3), Assurance (X4) and Empathy (X5). Have a significant influence on customer satisfaction. And determinant coefficient of 0.044 indicates that the quality of service in Sardo Malang Mini market very satisfactory

مستخلص البحث

أنيف وحيودة البحث الساعة 2014. العنوان: "التأثير جودة الخدمة رضا العملاء (الدراسة على حسابهم الخاص ساردو مالانج)

المشرف : محمد فخر الرازي الماجستير

الكلمات الرئيسية: جودة الخدمة، رضا العملاء

النجاح الشركة يعتمد على عدة عناصر مترابطة ودعم بعضها البعض. المكونات هي جودة الخدمة ورضا العملاء، وهناك خمسة أبعاد السمة التي تستخدم لقياس وتقييم مدى قدرة الشركة قادرة على توفير جودة الخدمة المرتبطة رضا عملائها، وهي: المادية، والموثوقية، والمسؤولية، وضممان والتعاطف. جودة الخدمة هو توقعات المستهلك والتصورات حول الخدمات التي تلقى ذات الصلة لمثل هذه الخدمات. رضا العملاء هو الشعور بخيبة الأمل أو الزبائن سعداء الذين ظهروا بعد مقارنة التصور التي يتلقونها لتوقعاتهم. وتعتبر خدمة مرضية عندما يكون كل شيء يمكن أن يكون من الخدمة وفقا لتوقعات العملاء. على العكس، إذا تم العثور على أن تكون الخدمات خدمات مرضية الواردة بموجب توقعات العملاء. الخدمة الجيدة والجودة التي تقدمها الشركة لجذب عملاء جدد والاحتفاظ المستهلكين .

فهذا البحث هو الدراسة كمية ، وذلك باستخدام البيانات الأولية والثانوية. نموذج التحليل باستخدام اختبار الافتراض الكلاسيكي يتكون من الخطية المتعددة الاختبار، اختبار متغاير التفاوت واختبار واختبار الارتباط الذاتي من غير الطبيعية. تليها فرضية اختبار باستخدام اختبار و (في وقت واحد)، ر اختبار (جزئي) . النتائج أظهرت أن نوعية الخدمة والذي يتألف من خمسة متغيرات: الملموسة (X1) ، اعتمادية (X2) ، والمسؤولية (X3) ، ضمان (X4) والتعاطف (X5) . تأثير كبير في نفس الوقت على رضا العملاء. وملموس جزئيا (X1) ، اعتمادية (X2) ، والمسؤولية (X3) ، ضمان (X4) والتعاطف (X5) . ويكون لها تأثير كبير على رضا العملاء. ومعامل محدد من 0.044 يشير إلى أن جودة الخدمة في مالانج الذاتي ساردو مرضية للغاية .