

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN
PADA LAYANAN GALLERY INDOSAT
(Study Kasus Pengguna Layanan di GalLery Indosat Mojokerto)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

INTAN DWI STEVIA
0942010019

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2013

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN
PADA LAYANAN GALLERY INDOSAT
(Study Kasus Pengguna Layanan di GalLery Indosat Mojokerto)

Disusun Oleh :
INTAN DWI STEVIA
NPM. 0942010019

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama

Susi Hariyawati, S.Sos. M.Si
NIP. 196402151991032001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji Syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dalam Penyusunan skripsi ini penulis mengambil Judul yaitu “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Layanan Gallery Indosat”.

Penyusunan proposal ini merupakan salah satu kewajiban bagi mahasiswa dalam rangka memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Hasil penulisan proposal ini bukanlah kemampuan dari penulis semata, namun terwujud karena bantuan dan bimbingan dari Ibu Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si sebagai dosen pembimbing. Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Lia Nirawati, M. Si selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Dosen–dosen jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Seluruh karyawan Galerry Indosat Mojokerto yang telah membantu meluangkan waktunya untuk memberikan informasi saran bagi penulis.
6. Kedua Orang Tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Dan teman-teman seperjuangan angkatan 2009 di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis UPN atas segala bantuan dan partisipasinya kepada penulis selama ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan tersebut mendapat limpahan berkat dari Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan proposal ini.

Harapan penulis semoga dengan terselesainya proposal ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Surabaya, Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.1.3Konsep Pemasaran	10
2.1.1.4Pengertian Bauran Pemasaran	12
2.1.2 Pemasaran Jasa	15
2.1.2.1 Definisi Jasa.....	15

2.1.2.2 Karakteristik Jasa	17
2.1.2.3 Klasifikasi Jasa.....	18
2.1.2.4 Macam-macam Jasa	20
2.1.2.5 Sifat-Sifat Khusus Pemasaran Jasa	21
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	24
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	24
2.1.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
2.1.4 Pelayanan	28
2.1.4.1 Pengertian Pelayanan	28
2.1.4.2 Tujuan Pelayanan	29
2.1.5 Lokasi.....	31
2.1.5.1 Pengertian Lokasi.....	31
2.1.6 Fasilitas	32
2.1.7 Produk	35
2.1.7.1 Pengertian Produk	35
2.1.7.2 Penggolongan Produk.....	38
2.1.8 Kepuasan Konsumen	41
2.1.8.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	41
2.1.8.2 Strategi Kepuasan Konsumen	44
2.1.8.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	45
2.2 Kerangka Berpikir	48
2.3 Hipotesis.....	50

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	51
3.1.2 Pengukuran Variabel	54
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	55
3.2.1 Populasi	55
3.2.2 Sampel	55
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel.....	56
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.3.1 Jenis Data.....	57
3.3.2 Sumber Data	57
3.3.3 Pengumpulan Data	57
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	58
3.4.1 Uji Validitas.....	58
3.4.2 Uji Reliabilitas	59
3.5 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.6 Teknik Analisis Data	63
3.7 Uji Hipotesis.....	64
3.7.1 Uji F.....	64
3.7.2 Uji t.....	66
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya PT. Indosat	68

4.1.2	Tujuan.....	71
4.1.3	Visi, Misi, Motto dan Budaya PT. Indosat.....	71
4.2	Penyajian Data.....	74
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
4.2.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
4.2.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.2.4	Deskripsi Variabel Pelayanan (X_1)	76
4.2.5	Deskripsi Variabel Lokasi (X_2).....	77
4.2.6	Deskripsi Variabel Fasilitas (X_3)	79
4.2.7	Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	80
4.3	Analisis dan Pengujian Hipotesis	83
4.3.1	Uji Validitas.....	83
4.3.2	Uji Reliabilitas	85
4.3.3	Uji Asumsi Klasik/BLUE (Best Linear Unbiased Estimator ..	86
4.3.4	Regresi Linier Berganda.....	90
4.4	Pengujian Hipotesis	92
4.4.1	Uji Simultan (Uji F)	92
4.4.2	Analisis Secara Parsial (Uji t).....	94
4.5	Pembahasan	98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1	Data penggunalayanan Gallery Indosat 5
3.1	Pengambilankeputusanadatidaknyaautokorelasi..... 62
4.1	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 74
4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 75
4.3	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 74
4.4	Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Pelayanan (X_1)..... 76
4.5	Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Lokasi (X_2)..... 78
4.6	Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Fasilitas (X_3)..... 80
4.7	Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Konsumen (Y)..... 81
4.8	Tabel Uji Validitas Variabel Pelayanan (X_1)..... 84
4.9	Tabel Uji Validitas Variabel Lokasi (X_2) 84
4.10	Tabel Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_3)..... 85
4.11	Tabel Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)..... 85
4.12	Tabel Hasil Uji Reliabilitas..... 86
4.13	Tabel Hasil Uji Multikolinier..... 87
4.14	Tabel Hasil Uji Heterokedasitas..... 88
4.15	Tabel Hasil Uji Normalitas 89
4.16	Tabel Hasil Regresi Linier Berganda 91

4.17	Tabel Hasil Uji F	93
4.18	Tabel Hasil Uji t	95

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar2.1 Bagan Kerangka Berpikir.....	49
Gambar3.1 Kurva Uji F	65
Gambar3.2 Kurva Uji t.....	67
Gambar4.1 Uji Normalitas	90
Gambar4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan HoUji F.....	94
Gambar4.3 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel X_1	96
Gambar4.4 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel X_2	97
Gambar4.5 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel X_3	98

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Jawaban Responden
- Lampiran 3 Frekuensi Variabel Pelayanan (X1), Lokasi (X2), Fasilitas (X3) dan
Kepuasan Konsumen (Y)
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA
LAYANAN GALLERY
INDOSAT
(Study Kasus Pengguna Layanan di
Gallery Indosat
Mojokerto)

Oleh :
INTAN DWI STEVIA
NPM. 0942010019

Pada era globalisasi saat ini segala sesuatu berjalan dan berkembang dengan pesat. Dewasa ini kebutuhan telekomunikasi menjadi kebutuhan yang sangat penting di negara-negara maju maupun negara berkembang seperti Indonesia. Pada saat ini pertelekomunikasian di Indonesia dimarakkan oleh hadirnya telepon genggam atau seluler digital GSM (Global System for Mobile communications). Dilihat dari perkembangan telekomunikasi di Indonesia melalui situs i-mobile, kini Indonesia memiliki tak kurang dari 11 operator selular, antara lain Indosat, Telkomsel, XL, Axis, Three, Flexy, Smart dan lainnya. Persaingan antara operatorpun cukup ketat, karena semua operator berusaha dalam meraih pasar dan memperoleh keuntungan dari para pelanggannya. Perumusan masalah dari penelitian ini adalah Apakah Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Gallery Indosat Mojokerto.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel pelayanan, lokasi, fasilitas. Sample dari yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 orang pengguna atau konsumen layanan Gallery Indosat Mojokerto. Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner pada 100 orang pengguna atau konsumen layanan Gallery Indosat Mojokerto. Tehnik analisis yang digunakan adalah tehnik analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis dari penelitian ini adalah variabel pelayanan, lokasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Gallery Indosat. Variabel pelayanan, lokasi dan fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel fasilitas mempunyai pengaruh yang dominan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Keyword : Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2), Fasilitas (X_3) dan Kepuasan Konsumen (Y)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap Perusahaan mempunyai tujuan untuk memuaskan konsumennya antara lain dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberi kepuasan secara lebih efektif dan efisien. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitik beratkan pada kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya sehingga produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan dan meningkatkan konsumen. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang terjangkau. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

Kepuasan konsumen sulit untuk diidentifikasi sehingga untuk mengetahui seberapa jauh produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat diterima oleh konsumen itu sulit untuk mengetahuinya. Kepuasan pelanggan merupakan

suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada produk tersebut. Demikian pula, sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain.

Dewasa ini kebutuhan telekomunikasi menjadi kebutuhan yang sangat penting di negara-negara maju maupun negara berkembang seperti Indonesia. Pada saat ini pertelekomunikasian di Indonesia dimarakkan oleh hadirnya telepon genggam atau seluler digital GSM (Global System for Mobile communications).

Dilihat dari perkembangan telekomunikasi di Indonesia melalui situs i-mobile, kini Indonesia memiliki tak kurang dari 11 operator selular, antara lain Indosat, Telkomsel, XL, Axis, Three, Flexy, Smart dan lainnya. Persaingan antara operatorpun cukup ketat, karena semua operator berusaha dalam meraih pasar dan memperoleh keuntungan dari para pelanggannya. Banyak layanan jasa yang ditawarkan oleh operator seluler. Dari tarif hemat antar sesama pelanggan, diskon pemakaian pada jam tertentu sampai bonus pulsa dan sms, namun pada saat ini pelanggan sudah mulai kritis dalam memilih produk yang akan digunakannya. Sesuai kebutuhan dan fasilitas yang ditawarkan, pelanggan akan memilih dari produk beberapa operator tersebut. Usaha untuk mempertahankan

para pelanggan bukanlah hal mudah, sebab diperkirakan untuk mendapatkan satu pelanggan saja biayanya jauh lebih mahal daripada mempertahankan satu pelanggan. Mempertahankan pelanggan bagi sebuah perusahaan merupakan satu prestasi tersendiri yang mencerminkan kehandalan perusahaan tersebut dalam menjaga kualitas produk, harga, pelayanan maupun kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap produk, harga, pelayanan yang diberikan oleh Gallery Indosat. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan dan harapannya terpenuhi, sebaliknya konsumen tidak akan merasa puas apabila keinginan dan harapannya belum terpenuhi. Jadi, perusahaan kartu seluler yang ingin unggul dalam menciptakan kepuasan konsumen harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi.

Jenis produk yang ditawarkan oleh kartu Indosat seperti kartu perdana dengan nomer yang mudah diingat (nomer cantik), voucher isi ulang, dan voucher elektrik yang ditawarkan kepada konsumen. Kualitas produk yang merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk produk, sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah. Bentuk produk yang merupakan komponen-komponen fisik dari suatu produk yang menghasilkan suatu manfaat. Dan kehandalan yang merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan semata-mata bertujuan untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat dan membuat masyarakat membeli produk tersebut.

Lokasi atau tempat sangat mempengaruhi konsumen karena dengan letak yang strategis dan mudah dijangkau sehingga konsumen mudah dalam menemukan atau nyaman dalam menggunakan jasa pelayanan Gallery tersebut.

Pelayanan merupakan layanan yang bersifat langsung dan tidak langsung dimana pihak perusahaan dapat memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen sehingga mempermudah konsumen untuk melakukan komplain ataupun berbicara tentang fitur dari Indosat tersebut. Apabila pelayanan yang diberikan baik maka konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dan konsumen merasa akan terpenuhi kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan harapan konsumen, untuk itu usaha Indosat untuk memuaskan konsumen dari menggunakan pelayanan melalui call center dan gerai-gerai Indosat yang sudah berada di seluruh Indonesia.

Meskipun perusahaan telah berusaha memberikan kepuasan yang optimal kepada konsumennya, akan tetapi tingkat kepuasan masing-masing konsumen berbeda. Kepuasan konsumen yang akan cenderung turun akan mengancam perusahaan.

Indosat adalah salah satu perusahaan operator seluler yang menyediakan jasa telekomunikasi kepada konsumen, salah satu produk yang telah dihasilkan oleh Indosat adalah kartu prabayar IM3 (Indosat Multi Media Mobile). Bisnis operator seluler pada saat ini sangat pesat dengan banyaknya pesaing, sehingga perusahaan operator seluler saling bersaing baik dalam kualitas produk, harga, promosi, dan pendistribusian produk, maka diharapkan dapat memberikan suatu kepuasan pada konsumen karena pengguna jasa (konsumen telepon seluler)

menginginkan suatu produk dengan kualitas, harga, promosi, dan distribusi yang baik dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dari survey peneliti yang dilakukan, peminat bagi pengguna layanan Gallery Indosat oleh warga Mojokerto sangatlah banyak terutama bagi para remaja. Berikut adalah jumlah data pengguna layanan Gallery Indosat di Mojokerto :

Tabel 1.1

Data pengguna layanan Gallery Indosat Di Mojokerto

Periode Agustus – Desember 2012

DATA PENGGUNA KARTU IM3 INDOSAT DI MOJOKERTO			
TAHUN 2012	UMUR 14-17	18-22	23-30
AGUSTUS	130	98	78
SEPTEMBER	159	80	77
OKTOBER	94	98	81
NOVEMBER	106	85	95
DESEMBER	146	89	86
TOTAL	635	450	387

Sumber : Gallery Indosat Mojokerto Tahun 2012

Berdasarkan latar belakang di atas, maka berikut ini akan diteliti lebih lanjut adanya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan Gallery Indosat di Mojokerto dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada layanan gallery Indosat Mojokerto”

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan Gallery Indosat di Mojokerto?
2. Apakah secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan Gallery Indosat di Mojokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan dari pelayanan, lokasi dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan Gallery Indosat di Mojokerto.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan dari pelayanan, lokasi dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan Gallery Indosat di Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi peningkatan kualitas layanan untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang pada akhirnya mampu menciptakan loyalitas pelanggan.

2. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan kontribusi bagi perkembangan Ilmu Administrasi Bisnis dalam bidang Manajemen Pelayanan, khususnya tentang kualitas layanan yang baik untuk pencapaian kepuasan pelanggan. Serta hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber bagi penelitian selanjutnya.