

KATA PENGANTAR

Puji syukur untuk Tuhan semesta alam, yang karunianya selalu dilimpahkan kepada kita semua. Atas rahmatNYA, akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LIQUID PETROLIUM GAS (LPG) DUKUH KUPANG TIMUR SURABAYA (STUDY KASUS PADA CV.AISYAH, DUKUH KUPANG TIMUR)”** serta skripsi ini juga merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak DRS.EC.Gendut Sukarno,MS selaku dosen wali saya pada jurusan ekonomi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
2. Ibu DRA.EC.Nuryanti Takrini,MSi selaku dosen pembimbing utama saya pada jurusan ekonomi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.

3. Ibu dan bapak tercinta, terima kasih atas cinta, kasih sayang /yang selalu menyertaiku, semoga kudapat membalasnya serta tuhan selalu melindungi keduanya.
4. Kakak, adik, saudara – saudara ku tercinta, terima kasih atas cinta, kasih sayang yang selalu menyertaiku, semoga kudapat membalasnya serta tuhan selalu melindungi keduanya.
5. Keluarga besar ku yang tercinta dan tetap selalu semangat kuucapkan banyak terima kasih atas semua kegembiraan didalam keluarga ini.
6. Semua pihak dan teman-teman yang banyak memberikan bantuan dan dukungan moril yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Namun penulis sudah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik – baiknya. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi penulis dan juga pembaca dan juga penulis menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Sehubung dengan hal itu kiranya tidak ada kata yang dapat diucapkan kecuali terima kasih yang sebesar besarnya, dengan semoga bantuan mereka di terima di sisi Tuhan yang maha kuasa.

Kita harapkan penulisan ini bermanfaat, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, mudah - mudahan saran dari semua pihak diterima,

dan dicatat sebagai amal dan mendapatkan balasan yang setimpal sebagai amal ibadah.

Surabaya, 02 Desember 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

ABSTRAKSI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Perumusan Masalah.....7

1.3 Tujuan Penelitian.....8

1.4 Manfaat Penelitian.....8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....10

2.2 Landasan Teori.....12

2.2.1 Pengertian Pemasaran12

2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....13

2.2.3 Konsep Pemasaran.....14

2.2.4 Tujuan Pemasaran.....15

2.2.5 Kualitas.....16

	2.2.6	Produk.....	17
	2.2.7	Kualitas Produk.....	18
	2.2.8	Kepuasan Konsumen.....	20
	2.2.9	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	22
	2.2.10	Kerangka Konseptual.....	24
	2.3	Hipotesis.....	26
BAB III	3.1	Definisi Oprasional Dan Pengukuran Fariabel.....	26
	3.1.1	Definisi Oprasional.....	26
	3.1.2	Pengukuran Fariabel.....	29
	3.2	Tehnik Penentuan sample.....	31
	3.3	Tehnik Pengumpulan Data.....	31
	3.3.1	Jenis Data.....	31
	3.3.2	Sumber Data.....	32
	3.3.3	Pengumpulan Data.....	32
	3.4	Tehnik Analisis Dan Uji Hipotesis.....	32
	3.4.1	Tehnik Analisis.....	32
	3.4.2	Pengujian Hipotesis.....	36
	3.4.2.1	Asumsi Model Struktural Equation Modeling.....	35
	3.4.2.2	Pengujian Hipotesis Kausal.....	37
	3.4.2.3	Pengujian Model Dengan One	

	Step Approach.....	38
	3.4.2.4 Evaluasi Model.....	38
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1	Deskriptif Obyek Penelitian.....	42
4.1.1	Sejarah Singkat Pengusaha Agen LPG.....	42
4.1.2	Jenis Usaha.....	42
4.1.3	Pembagian Tugas Dan Tanggung Jawab.....	43
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden.....	44
4.2.2	Deskripsi Performance.....	45
4.2.3	Deskripsi Features.....	46
4.2.4	Deskripsi Reliability.....	47
4.2.5	Deskripsi Conformance To Specifications....	48
4.2.6	Deskripsi Durability.....	49
4.2.7	Deskripsi Asthetic.....	51
4.2.8	Deskripsi Customer Satisfaction.....	52
4.3	Analisis Data.....	53
4.3.1	Evaluasi Out Lier.....	53
4.3.2	Evaluasi Reliabilitas.....	55
4.3.3	Evaluasi Validitas.....	56
4.3.4	Evaluasi Construct Realibility Dan Variance Extracted.....	58

	4.3.5	Evaluasi Normalitas.....	59
	4.3.6	Analisis Model SEM.....	61
	4.3.7	Uji Kausalitas.....	64
	4.3.8	Analisis Unidimensi First Order.....	65
	4.3.9	Analisis Unidimensi Second Order.....	65
	4.4	Pembahasan.....	66
	4.4.1	Pembentukan Variabel Laten.....	66
BAB V		KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1	Kesimpulan.....	74
	5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA			
LAMPIRAN			

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan LPG pada CV. Aisyah.....	7
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	45
Tabel 4.3	Frekwensi jawaban performance.....	45
Tabel 4.4	Frekwensi jawaban feature.....	46
Tabel 4.5	Frekwensi jawaban reliability.....	47
Tabel 4.6	Frekwensi jawaban conformance to specifications.....	48
Tabel 4.7	Frekwensi jawaban Durability.....	49
Tabel 4.8	Frekwensi jawaban Asthetic.....	51
Tabel 4.9	Frekwensi jawaban Customer Satisfaction.....	52
Tabel 4.10	Outlir data.....	54
Tabel 4.11	Reliabilitas data.....	55
Tabel 4.12	Evaluasi Validitas.....	57
Tabel 4.13	Construk reliabilitiy dan variance extracted.....	58
Tabel 4.14	Evaluasi Normalitas.....	60
Tabel 4.15	Evaluasi criteria goodness of fit indices.....	62
Tabel 4.16	Evaluasi criteria goodness of fit indices.....	63
Tabel 4.17	Uji kausalitas.....	64
Tabel 4.18	Unidimensi first order.....	65

Tabel 4.19	Unidimensi second order.....	66
Tabel 4.20	Uji hipotesis.....	66
Tabel 4.21	Frekuensi dan factor loading performance.....	67
Tabel 4.22	Frekuensi dan factor loading features.....	67
Tabel 4.23	Frekuensi dan factor loading reliability.....	68
Tabel 4.24	Frekuensi dan factor loading conformance to specification...	69
Tabel 4.25	Frekuensi dan factor loading durability.....	69
Tabel 4.26	Frekuensi dan factor loading aesthetic.....	70
Tabel 4.27	Frekuensi dan factor loading kepuasan konsumen.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka konseptual.....	24
Gambar 3.1	Model quisioner.....	30
Gambar 3.2	Dimensi durability beserta indikatornya.....	33
Gambar 3.3	Dimensi kepuasan konsumen beserta indikatornya.....	34
Gambar 4.1	Model pengukuran dan structural.....	61
Gambar 4.2	Model pengukuran dan structural.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner.
- Lampiran 2 Tabulasi jawaban responden.
- Lampiran 3 Hasil analisis pengolahan Struktur equation model dari product quality dan customer satisfaction.

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
LIQUID PETROLIUM GAS (LPG) DUKUH KUPANG
TIMUR SURABAYA (STUDY KASUS
PADA CV.AISYAH, DUKUH
KUPANG TIMUR)

ABSTRAKSI
OLEH
HELMY

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing para pengusaha untuk selalumentingkatkan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha untuk memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih memuaskan pelanggan agar usahanya tetap tumbuh dan berkembang seta akan menciptakan kepuasan terhadap konsumen. Agen LPG CV.Aisyah adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang produk, yaitu produk LPG 3 Kilogram yang berupaya untuk selalu membangun dan menjaga citra kualitas produk sebaik mungkin dan dapat memberikan kualitas – kualitas produk pula kepada konsumen, serta dapat diandalkan serta selalu lebih maju ke depan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa terhadap informasi tentang konsekuensi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada agen LPG CV.Aisyah di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan sample sebanyak 129 orang dengan menggunakan tehnik accidental sampling yang artinya metode penelitian yang respondenya adalah konsumen yang biasa membeli pada CV.Aisyah baik skala besar maupun sekala kecil.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis atau tehnik SEM serta dari hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan uji hipotesis kausal menunjukkan hasil yang signifikan yaitu ($p \leq 0,10$)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Negara yang sudah maju dan mapan dalam bidang ekonomi, jumlah pengeluaran belanja rumah tangga konsumen yang tinggi bukanlah menjadi persoalan karena didukung dengan pendapatan individu yang tinggi pula. Akan tetapi jika di Negara berkembang seperti Indonesia yang merupakan Negara agraris di mana sebagian besar kebanyakan pendapatan penduduknya berasal dari sektor – sektor pertanian terkadang jumlah pengeluaran rumah tangga konsumen yang tinggi tidak seimbang dengan jumlah pendapatan yang di peroleh oleh para individu, sehingga dapat di katagorikan sebagai pendapatan dibawah rata – rata atau bisa juga disebut rendah serta minimum.

Masyarakat Indonesia cenderung memiliki pendapatan yang rendah sedangkan pengeluaran untuk konsumsi sehari – hari mereka cukup tinggi, sehingga menyebabkan banyaknya masyarakat yang hidup dalam garis kemiskinan. Hal ini sebenarnya bukan hanya disebabkan oleh mahalnya harga kebutuhan tetapi juga karena pola hidup masyarakat sendiri. Pola hidup masyarakat Indonesia yang suka mencontoh pula konsumsi masyarakat di Negara maju membuat jumlah pengeluaran dan pendapatan mereka menjadi tak seimbang.

Namun tidak semua masyarakat Indonesia berperilaku seperti itu. Sebagian masyarakat Indonesia ada pula yang pengeluaran rumah tangganya disesuaikan dengan pendapatan mereka. Mereka yang mengeluarkan pendapatan secara efisien biasanya cukup selektif untuk memilih produk – produk mana yang cukup layak untuk dibeli, sehingga dapat menghemat pengeluaran pendapatannya tersebut.

kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, sedangkan Wilkie mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa (Tjiptono, 1997).

Kotler dan Armstrong (2002:9) Mengartikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan, peningkatan daya saing produk dilakukan melalui peningkatan kualitas berdasarkan pada konsumen internal dan eksternal, dan memberikan nilai lebih pada konsumen. Pendapatan masyarakat Indonesia biasanya lebih banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok dari pada untuk investasi atau menabung. Salah satu produk kebutuhan pokok yang akhir – akhir ini cukup mendapat sorotan karena harganya yang melonjak tinggi adalah produk minyak tanah. Sebagian besar masyarakat Indonesia terutama dari kalangan ekonomi menengah kebawah yang pada khususnya menggunakan produk minyak tanah baik sebagai bahan bakar

untuk memasak ataupun beberapa kegiatan lainnya. Namun akhir – akhir ini produk minyak tanah menjadi sulit didapatkan dan walaupun ada harganya juga relatif mahal, sehingga masyarakat menjadi kesulitan untuk memperolehnya. Kelangkaan dan mahalnya harga minyak tanah ini terjadi karena adanya pengurangan suplai dan pengurangan subsidi pada produk minyak tanah sehubungan dengan adanya kebijakan pemerintah tentang program konversi produk minyak tanah ke gas *liquid petroleum gas* (LPG)

(Salvatory, edisi ke 5 tahun 2005 hal 17) mengatakan bahwa teori ini didasarkan pada pengamatan bahwa bila rata - rata perusahaan , institusi atau suatu Negara cenderung akan memperoleh profit, hasil atau laba normal dari investasi jangka panjang, maka perusahaan, institusi atau Negara yang lebih efisien pengeluarannya dari rata – rata perusahaan tersebut akan memperoleh hasil, laba atau profit yang lebih besar atau di atas normal. Hal ini amatlah menguntungkan jika rakyat atau masyarakat ikut menghemat pengeluaran dari produk minyak tanah dengan menggunakan LPG sehingga dapat menghemat pengeluaran baik dari rumah tangga itu sendiri maupun pemerintah.

Program konversi produk minyak tanah ke gas LPG dipilih oleh pemerintah sebagai solusi agar masyarakat dapat berhemat dalam pemakaian bahan bakar untuk sehari – hari. Hal ini disebabkan karena semakin melambungnya harga minyak di pasar dalam beberapa tahun terakhir. Harga komoditi tersebut diperkirakan akan terus naik di masa mendatang dan hal ini akan diiringi dengan berkurangnya suplai bahan bakar minyak. Dua tahun yang lalu

misalnya, harga minyak dunia masih berkisar pada harga US \$ 50 per barrel dan kini sudah mencapai US & 70 per barrel. Padahal di Indonesia, bahan bakar minyak yang masih di subsidi (khususnya minyak tanah), maka dengan semakin mahalnya harga minyak di pasar dunia, subsidi yang dikucurkan pemerintahpun akan semakin besar. Hal ini disebabkan karena harga minyak tanah di Indonesia tidak bisa dinaikkan mengikuti harga pasar dunia. Padahal, sebagian minyak tanah yang dikonsumsi di dalam negeri masih diimpor dari Negara lain.

Melihat keadaan tersebut maka produk LPG lantas dipilih karena produksi dan potensi kandungannya masih cukup besar di Indonesia. Untuk konsumsi domestik sudah lebih dari cukup sehingga sebagian masih bisa di ekspor dari segi ini, berdasarkan kesetaraan nilai kalori, subsidi produk LPG lebih rendah daripada minyak tanah. Pemerintah dapat menghemat subsidi hingga Rp. 15 – Rp. 20 triliun jika program ini berhasil.

Dari segi biaya, menurut penelitian atas perhitungan keuntungan konsumen secara ekonomis yang dilakukan oleh Pertamina, pemakaian produk LPG juga jauh lebih hemat daripada minyak tanah dalam menghasilkan pembakaran. Dari hasil penelitian tersebut juga menyatakan bahwa pengeluaran untuk membeli minyak tanah lebih besar jika dibandingkan dengan LPG (untuk tabung ukuran 3 kg). Biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli minyak tanah selama 1 bulan (30 hari) sebesar Rp. 75.000,00 sedangkan LPG dengan tabung 3 kg hanya Rp. 51.000,00, sehingga konsumen dapat menghemat biaya belanja rumah tangga dalam hal ini pengeluaran konsumsi bahan bakar sebesar

Rp.24.000,00. Disamping itu LPG sulit untuk dioplos dan disalahgunakan. Sedangkan dari segi kebersihan, LPG lebih bersih daripada minyak tanah karena pada saat pembakaran tidak menimbulkan jelaga atau kotoran, sehingga dapat mengurangi polusi udara, serta dapat berpengaruh terhadap kepuasan si pemakainya

Kualitas produk tidak dapat begitu mudah dibangun, butuh kerja keras, yang lebih. Maka metode pemasaran yang dibangun harus lebih dinamis dan dapat diubah sesuai dengan perilaku konsumen yang dipakai sebagai tolak ukur dalam penentuan arah didalam memberikan produk yang berkualitas oleh badan usaha tersebut.

menurut Kotler dan Armstrong (1997:36) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. perasaan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk dan juga kepuasan merupakan sesuatu yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud.

Manfaat Kepuasan Konsumen Kepuasan konsumen terhadap suatu produk ini sangat penting karena Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah Fokus kepuasan pelanggan merupakan upaya mempertahankan pelanggan dalam rangka menghadapi produsen yang menawarkan harga rendah. Dimana terdapat banyak juga perusahaan - perusahaan yang menemukan fakta – fakta bahwa para pelanggan tersebut itu biasanya bersedia atau sudi serta berkeinginan untuk

mengeluarkan biaya yang agak mahal atau bias dikatakan cukup agak tinggi agar dapat atau untuk bisa mendapatkan kualitas produk yang baik.

Seseorang pelanggan atau para pengguna produk – produk yang mengalami ketidakpuasan pada masa -masa pasca pembelian dapat mempunyai kemungkinan akan merubah perilaku keputusan didalam hal pembelianya dengan cara mencari alternative - alternatif pada distributor lainnya yang dapat atau akan pada konsumsi - konsumsi berikutnya untuk atau agar dapat meningkatkan kepuasannya serta untuk juga dapat digunakan dalam rangka menambah profit dari tokonya tersebut.

Obyek yang akan digunakan di dalam penelitian kali ini adalah agen LPG CV.AISIYAH Surabaya yang merupakan salah satu agen dari Pertamina pusat cabang Surabaya Jawa Timur, Pada agen ini disamping melayani pemesanan kepada para toko - toko atau pelanggan – pelanggan juga menyediakan jasa berlangganan LPG kepada toko

– toko langgananya. Oleh karena itu perusahaan atau agen ini selalu berusaha meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggannya. Yang diberikan benar – benar untuk melayani pelanggan dengan begitu dapat diharapkan order atau pesanan – pesanan dari para konsumen akan dapat meningkat atau menjadi lebih baik.

Berikut ini akan disajikan data hasil penjualan CV.AISYAH Surabaya, Agen LPG Surabaya wilayah Jawa Timur dalam 5 bulan terakhir, mulai Februari – Juni 2010, adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 : Penjualan LPG pada CV.AISYAH periode bulan Februari – Juni 2010

Periode	Penjualan tabung LPG (3 Kilogram)
Februari 2010	13651 tabung LPG
Maret 2010	13328 tabung LPG
April 2010	14057 tabung LPG
Mei 2010	16379 tabung LPG
Juni 2010	12819 Tabung LPG

Sumber : CV.AISYAH Surabaya, Tahun 2010

Berdasarkan Tabel 1.1 bahwa selama 5 bulan terakhir dari bual Februari – juni 2010 telah terjadi penurunan penjualan tanbung gas LPG sebanyak dua kali, pada periode bulan Februari ke Maret 2010 dan pada periode bulan Mei ke Juni 2010.

Berdasarkan uraian – uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian lebih mendalam tentang pengaruh kualitas produk dan kepuasan konsumen untuk kemudian yang nantinya akan dijadikan sebagai penelitian dengan judul ” Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen LPG di Surabaya (study kasus pada CV.AISYAH)”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada agen LPG CV.AISYAH Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada agen LPG CV.AISYAH Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Sebagaimana layaknya karya ilmiah ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi Universitas

Memberikan sumbangan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan perbandingan bagi penelitian lain serta sebagai wujud dharma bakti kepada perguruan tinggi UPN"Veteran" Jawa Timur pada umumnya dan Fakultas.

2. Bagi Agen LPG

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitanya dengan kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan atau memperluas pandangan tentang pelajaran yang didapat dari bangku kuliah dan memperdalam pengetahuan terutama dalam bidang yang dikaji serta sebagai referensi ilmiah bagi para peneliti berikutnya.