

ABSTRAK

Lena Syahfitri, NIM 7113210026. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan”. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan yang terdiri dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan. Penelitian ini dilakukan pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan dengan jumlah populasi 3.123 orang. Pengambilan sampel berdasarkan rumus *Slovin* dan Statifikasi Sampel, sehingga sampel yang didapat dan digunakan dalam penelitian ini 355 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner (angket) yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sampel (responden) dan mengumpulkannya kembali. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan rumus $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$. Sebelum data diregresikan maka terlebih dahulu di uji keterkaitannya antara variabel, datanya diuji menggunakan uji normalitas data, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Serta untuk mengetahui kontribusi dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen digunakan rumus Koefisien Determinasi (R^2).

Setelah kuesioner dianalisis maka diperoleh persamaan regresi $Y = -0,142 + 0,115 X_1 + 0,583 X_2 + 0,323 X_3 + 0,320 X_4 + (-334) X_5$ yang artinya jika bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dalam keadaan konstan maka kepuasan konsumen adalah sebesar -0,142. Selanjutnya diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,418 (41,8%) yang berarti bahwa variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memberikan kontribusi sebesar 41,8% dalam menjelaskan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen dan selebihnya 58,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan uji F dimana keputusan $F_{hitung} > F_{tabel}$. F_{tabel} diperoleh dengan df 2 (N – k-1), diperoleh 355-6-1 = 348 dan di dapat nilai sebesar 2,124. Dan hasil akhir diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 50,108 lebih besar dari pada F_{tabel} sebesar 2,124 ($F_{hitung} 50,108 > F_{tabel} 2,124$) dengan tingkat signifikan 0,000 > 0,05. Dengan demikian berarti hipotesis dalam penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan.

Kata kunci : Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Lena Syahfitri, NIM 7113210026. "The Effect of Service Quality To Customer Satisfaction At Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan". Thesis Department of Management, Faculty of Economics, University of Medan in 2015.

This study aimed to determine the effect of service quality dimensions that consist of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy to Customer Satisfaction At Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan. This research was carried out on a snowy Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan with a population of 3,123 people. Sampling was based on the formula Slovin and Statifikasi sample, so that samples obtained and used in this study of 355 people.

Data collection techniques used is through questionnaires (questionnaire) that is by distributing questionnaires kepada sample (respondents) and collect them again. The data analysis technique used is multiple linear regression using the formula $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$. Before data is regressed the first in association test between variables, data were tested using the test data normality, multicollinearity, and heteroscedasticity. And to investigate the contribution of service quality dimensions that consist of direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy for customer satisfaction used formula coefficients (R_2).

After the questionnaires were analyzed, the regression equation $Y = -0.142 + 0.115 X_1 + 0.583 X_2 + 0.323 X_3 + 0.320 X_4 + (-334) X_5$, which means that if direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy in a constant state then customer satisfaction is of -0.142. Subsequently obtained coefficient of determination (R^2) of 0.418 (41.8%) which means that the variable direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy contributed by 41.8% in explaining the dependent variable is the customer satisfaction and the remaining 58.2 % influenced by other factors beyond the variables in this study.

To test this hypothesis, F test where the decision of $F_{hitung} > F_{table}$. F_{table} obtained by $df_2 (N - k - 1)$, obtained $355 - 6 - 1 = 348$ and can be a value of 2.124. And the final results obtained value of F at 50.108 greater than F_{table} of 2.124 ($50.108 F_{hitung} > F_{table} 2.124$) with a significant level of $0.000 > 0.05$. Thus, it means this hypothesis is accepted. It can be concluded that there is significant influence and positif between direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy for customer satisfaction on a snowy Family Karaoke Road Master Patimpus Medan.

Keywords: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction.