



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PEMBELI

(Studi Pada Pembeli di Toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Agung Sunanto
NPM : 21501081367



UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung dari kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pembeli di Toko Emas Sehati, Dampit, Kabupaten Malang. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 80 responden. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang profesional dan promosi yang berkelanjutan serta tepat sasaran sangat mempengaruhi secara langsung terhadap kepuasan pembeli.

Kata kunci: Pelayanan, Promosi dan Kepuasan.



ABSTRACT

This study aim to analyze the direct influence and indirect influence of service quality and promotion against buyer's satisfaction on the golden store Sehati, Dampit, Kabupaten Malang. This type of research is an explanatory type using a quantitative to 80 respondents. The sample technique used in this study is purposive sampling. The analysis technique used in this study is path analysis.

The results of this study indicate that professional service and promotion on a sustainable accurate very direct influence of buyer's satisfaction.

Keyword: Service, Promotion and Satisfaction



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi ekonomi saat ini yang kurang baik berakibat pada semua aspek kehidupan. Salah satu penyebabnya adalah turunnya nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika. Kondisi ini juga berpengaruh terhadap penjualan emas. Emas merupakan instrumen investasi yang rentan terhadap perubahan kondisi ekonomi. Emas yang disamping dapat digunakan untuk investasi juga dapat digunakan sebagai perhiasan.

Perhiasan merupakan dambaan bagi semua orang terutama kaum perempuan. Dengan menggunakan perhiasan maka seorang perempuan akan merasa lebih terhormat dibandingkan dengan orang lain, oleh sebab itu setiap wanita akan berusaha dengan sekuat tenaga untuk bisa menggunakan perhiasan. Disamping perhiasan digunakan untuk mempercantik diri bagi kaum wanita ternyata perhiasan juga dapat juga digunakan sebagai alat penyimpan kekayaan atau investasi. Banyak orang yang membeli perhiasan hanya semata mata digunakan untuk penyimpan kekayaan atau investasi, hal ini dilakukan jika seseorang mempunyai uang digunakan untuk membeli perhiasan dan nanti jika dibutuhkan maka perhiasan tersebut dapat dijual kembali.

Kondisi seperti ini dimanfaatkan betul oleh Toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang, melihat peluang tersebut, maka toko emas berusaha untuk memenuhi kebutuhan pembeli tersebut. Tapi perkembangan penjualan perhiasan tidak selamanya berjalan dengan mulus. Akhir akhir ini penjualan perhiasan mengalami penurunan yang sangat signifikan dibandingkan dengan tahun tahun sebelumnya. Penurunan tersebut ada yang diakibatkan oleh faktor eksternal yaitu karena semakin banyaknya bermunculan toko toko penjualan emas yang

baru dan juga karena rendahnya daya beli masyarakat. Tetapi setelah dilakukan analisis sementara ternyata penurunan pembelian emas juga disebabkan adanya faktor internal yang mempengaruhi penjualan tersebut. Faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pembeli tersebut adalah masalah kualitas yang diberikan oleh pemilik toko emas Sehati.

Berdasarkan evaluasi ternyata dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko emas terhadap variabel ketanggapan, kehandalan, jaminan, empathy dan bukti fisik dan promosi sangat kurang mendukung. Hal ini dapat dilihat bahwa petugas dalam melayani pembeli kurang tanggap artinya pembeli tidak dilayani dengan baik, petugas juga kurang handal dalam memberikan pelayanan terhadap pembeli bahkan petugas terkesan kurang mampu memberikan pelayanan dengan baik begitu juga dengan bukti fisik yang ada di lokasi toko karena lokasinya kurang strategis, pewarnaan toko yang kurang bagus juga masalah parkir yang kurang tertata dengan baik dan yang lebih mendukung penurunan penjualan adalah kurangnya promosi yang dilakukan oleh Toko Emas Sehati. Berbeda dengan toko-toko yang lain yang ada disekitar wilayah tersebut sangat konsisten dalam melakukan kegiatan promosi misalnya dengan memberikan kalender ke pembeli, penulisan nama toko yang mencolok dan terkesan modern serta pemasangan spanduk yang ada di depan toko yang sangat mencolok.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini mengambil judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap kepuasan Pembeli Toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang..

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakualitas pelayanan yang terdiri dari ketanggapan, kehandalan, jaminan, perhatian, bukti langsung dan promosi berpengaruh simultan terhadap kepuasan pembeli di Toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang?
2. Bagaimanakualitas pelayanan yang terdiri dari ketanggapan, kehandalan, jaminan, perhatian, bukti langsung dan promosi berpengaruh parsial terhadap kepuasan pembeli di toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas pelayanan yang terdiri dari ketanggapan, kehandalan, jaminan, perhatian, bukti langsung dan promosi berpengaruh simultan terhadap kepuasan pembeli di Toko Emas Sehati Kabupaten Malang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas pelayanan yang terdiri dari ketanggapan, kehandalan, jaminan, perhatian, bukti langsung dan promosi berpengaruh parsial terhadap kepuasan pembeli di Toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Pengelola Toko.

Sebagai bahan masukan untuk menentukan langkah-langkah dan strategi berikutnya dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan di Toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang.

2. Bagi Peneliti

- a. Menambah wawasan peneliti tentang kualitas pelayanan yang dilakukan di Toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang.
- b. Menambah wawasan peneliti tentang tingkat kepuasan pembeli di Toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara ketanggapan, kehandalan, jaminan, perhatian, bukti langsung dan promosi terhadap kepuasan pembeli di Toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang. Berdasarkan hasil analisis pada bab-bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan ketanggapan, kehandalan, jaminan, perhatian, bukti langsung dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pembeli.
2. Secara parsial atau sendiri-sendiri variabel ketanggapan, kehandalan, jaminan, perhatian, bukti langsung dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pembeli di Toko Emas Sehati Dampit Kabupaten Malang.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya dilakukan di salah satu toko Emas yang konsumennya sangat terbatas sekali.
2. Waktu penelitiannya sangat singkat sehingga data yang dikumpulkan sangat sedikit dan kurang memberikan hasil penelitian yang maksimal.

5.3 Saran-saran

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat diberikan beberapa saran-saran sebagai berikut:

1. Hendaknya pengelola toko lebih memperhatikan masalah kenyamanan dan keindahan tempat toko, karena dengan memperhatikan hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pembeli.
2. Bagi peneliti berikutnya yang akan mengambil topik penelitian yang sama hendaknya perlu menambah variabel lain dan waktu penelitian yang dapat mempengaruhi kepuasan pembeli.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cetakan Kesepuluh. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Adi, Daniel Okki Rizki Kusuma, 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk CKE Teknik Semarang*. Skripsi tidak dipublikasikan. Universitas Pandanaran Semarang.
- Cooper, R. Donald and Emory. C. William. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi V. (Alih Bahasa Alien Gunawan dan Imam Nor Marwan). Jakarta: Erlangga.
- Engel, James F, Blackwell Roger D, Miniard Paul W. 2005. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gujarati, Darnodar. 2009. *Ekonometrika Dasar*. Cetaka Kedua. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Husein, Umar. 2002. *Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, Ronald. 2008. *Manajemen Pemasaran: Perilaku Konsumen*, Cetakan Ketiga. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kerlinger, Fred N. Elazar. 2007. *Pendhazur J. Foundation Analysis*. Terjemahan Taufik, Analisis Korelasi dan Regresi Berganda. Yogyakarta: Nur Cahya.
- Kotler, Philips. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- , and Alan, R. Andreasen. 2006. *Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba*, Edisi Ketiga, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Gajahmada University Press.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu, 2008. *Perilaku Konsumen*, Cetakan V, Edisi Diperbarui. Bandung: Penerbit PT. Eresco.
- Maulana, 2015. *Pengaruh Persepsi Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Alfamart Sidoarjo*. Skripsi Tidak Dipublikasikan.
- Madani, Ronny Malavia. 2001. *Petunjuk Praktis Operasional SPSS 10.0*, Edisi Pertama. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- Mc, Charty, Jerome. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Agus Dharma, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Mursid, M. 2006. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Rangkuti, Feddy. 2002. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Rifaldi dkk, 2016. *Pengaruh kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan pelanggan Pada Mahasiswa/i Admisitrasi Niaga Politehnik Negeri Jakarta*.

- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 2006. Metode Penelitian Survey, Edisi Revisi, Cetakan Pertama. Jakarta: LP3ES
- Sudjana. 2007. Statistika, Untuk Ekonomi dan Niaga II, Edisi Baru. Bandung: Penerbit Tarsito.
- Surachman, Sumawihardja. 2006. Intisari Manajemen Pemasaran. Bandung: CV. Ranmadja Karya.
- Suryabrata, Sumadi. 2008. Metode Penelitian, Edisis Ketiga, Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Swastha, DH, Basu dan Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern, Cetakan Kelima. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Suyuti, 2017. Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Kopros Coffe Sumpersari Kota Malang. Skripsi Tidak Dipublikasikan, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- , dan Handoko. 2007. Manajemen Pemasaran Analisi Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE Universitas Gajahmada.
- , 2006. Azas-Azas Marketing, Edisis Keempat. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Tjiptono, Fandi. 2001. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

