

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN HARTONO MALL DI DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh:**

**MONIKA PAULINA NATALIE**

**11140092**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2018**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN HARTONO MALL DI DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh:**

**MONIKA PAULINA NATALIE**

**11140092**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2018**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN HARTONO MALL DI DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

**Disusun Oleh:**

**MONIKA PAULINA NATALIE**

**NIM : 11140092**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN HARTONO MALL DI DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**MONIKA PAULINA NATALIE****11140092**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal **25 JAN 2018**

Nama Dosen

1. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM :

(Ketua Tim)

2. Dr. Singgih Santoso, MM :

(Dosen Penguji)

3. Jonathan Herdioko, SE., MM :

(DosenPenguji)

TandaTangan

Yogyakarta, **30 JAN 2018**

Disahkan oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN HARTONO MALL DI DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk

menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 15 Januari 2018



Monika Paulina Natalie

11140092

## HALAMAN MOTTO

**“Jangan seorompokun menganggap engkau rendah karena engkau muda.**

**Jadilah teladan bagi orang-orang percaya,  
dalam perkataanmu, dalam tingkah lakumu, dalam kasihmu,  
dalam kesetiaanmu dan dalam kesucianmu”**

**1 Timotius 4:12**

**“Dengarkanlah nasihat dan terimalah didikan,  
supaya engkau menjadi bijak  
di masa depan”**

**Amsal 9:20**

**“ Bersukacitalah dalam pengharapan, Sabarlah  
dalam kesesakan, dan bertekunlah  
dalam doa”**

**Roma 12:12**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### The Script Present For :

- ✚ **Tuhan Yesus Kristus**
- ✚ **Kedua orangtua saya**
- ✚ **Keluarga Terkasih**
- ✚ **Bapak Dr. Singgih Santoso, MM**
- ✚ **Seluruh Dosen Fakultas Bisnis**
- ✚ **Sahabat-sahabat saya ciwik-ciwik hits**
- ✚ **Marcellia Anastasya The**
- ✚ **Teman-teman Fakultas Bisnis 2014**
- ✚ **Almamaterku Tercinta**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hartono Mall di Daerah Istimewa Yogyakarta*” ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih yang tidak berkesudahan dalam kehidupan saya. Di mana penyertaan yang sempurna dari awal perkuliahan hingga selesainya penulisan Skripsi ini, tangan Tuhan selalu menopang.
2. Keluarga tercinta saya yaitu Papa dan mama selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat dan kasih sayang yang tulus dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah saya dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Saudara tercinta : Ignatius Elvin S dan Philipus Tomi S
4. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

6. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini hingga selesai tepat waktu.
7. Semua keluarga terkasih di kota Bandung dan Tasikmalaya yang tak pernah berhenti memberikan motivasi dan doa kepada saya.
8. Sahabat tersayang yaitu ciwik-ciwik hits ( Susela, Thalia, Sayoga, Michelle, dan Giovanni ) dan Marcellia Anastasya The yang mana sudah melewati masa susah dan senang selama kuliah bersama-sama dan selalu menjadi saudara yang setia disaat merantau dan jauh dari keluarga, kalian juga yang menjadi motivator yang baik untuk saya menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
9. Teman-teman Manajemen 2014 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi penyempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta, Januari 2018

Penulis,

Monika Paulina Natalie

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAKSI .....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3

1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
1.5. Batasan Penelitian .....	5
<b>BAB II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	6
2.2. Kualitas pelayanan .....	7
2.3. Kepuasan konsumen .....	7
2.4. Lima dimensi kualitas jasa .....	8
2.4.1. Bukti fisik (tangible) .....	8
2.4.2. Keandalan (reliability) .....	8
2.4.3. Ketanggapan (responsiveness) .....	9
2.4.4. Jaminan (assurance) .....	9
2.4.5. Empati (emphaty).....	9
2.5. Penelitian Terdahulu .....	10
2.6. Kerangka Penelitian .....	10
2.7. Hipotesis Penelitian .....	12
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>13</b>
3.1. Data .....	13

3.1.1. Definisi Pengumpulan Data .....	14
3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran .....	15
3.2.1. Definisi Operasional Variabel .....	15
3.2.2. Pengukuran Variabel .....	18
3.3. Metode Analisis Data .....	19
3.3.1. Uji Validitas .....	19
3.3.2. Uji Reliabilitas .....	20
3.3.3. Analisis Deskriptif .....	21
3.3.4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	21
3.3.5. Analisis Regresi Linear Berganda .....	22
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
4.1. Deskripsi Objek Pengujian instrument penelitian .....	26
4.1.1. Analisis Validitas .....	26
4.1.2. Analisis Reliabilitas .....	28
4.1.3. Analisis Deskriptif .....	29
4.1.3.1. Analisis Profil Responden .....	29
4.1.4. Analisis Koefisien Determinasi .....	34
4.1.4.1. Uji F .....	35

4.1.4.2. Uji t .....	36
4.2. Pembahasan Hasil .....	38
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>40</b>
5.1. Kesimpulan .....	40
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	41
5.3. Saran .....	42
5.3.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian untuk perusahaan ...	42
5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>44</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>47</b>

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas .....	27
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	28
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Gender .....	29
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	30
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis pekerjaan.....	31
Tabel 4.6. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran per bulan.....	32
Tabel 4.7. Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi responden berkunjung.....	33
Tabel 4.8. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	34
Tabel 4.9. Hasil Uji F (F test) .....	35
Tabel 4.10. Hasil Uji t .....	37

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian .....	11

©UKDW

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I	Surat Ijin Penelitian .....	48
Lampiran 2	Kuesioner.....	50
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
Lampiran 4	Uji Koefisien Determinasi $R^2$ , Uji F dan Uji t.....	61
Lampiran 5	Frekuensi .....	63

©UKDW

## ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel Bukti fisik/berwujud (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*), Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan purposive sampling dengan kriteria Pengunjung Hartono Mall Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat enam hipotesis sebagai berikut yaitu: pertama, Bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. Kedua, keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. Ketiga, Ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. Keempat, Jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. Kelima, empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. keenam, komponen variabel kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear beganda. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa dari lima komponen variabel Kualitas pelayanan terdapat satu komponen variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta yaitu ketanggapan, sedangkan empat komponen yang lain yaitu bukti fisik, keandalan, jaminan, dan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta.

*Kata kunci : Bukti fisik Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati dan kepuasan konsumen Hartono Mall.*

## ABSTRACT

This study examines the effect of the component variables on brand image which consists the variables of tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy and the product image customer the satisfaction of the Hartono Mall in Yogyakarta. The data collection method is by distributing questionnaire forms. Samples were selected by using the purposive sampling method. The respondents are 100 visitors of Hartono Mall Yogyakarta.

Based on these criteria, there are six hypothesis, as follow: First, the tangible gives a not significant effect image to the satisfaction; second, reliability gives a not significant effect image to the satisfaction; third, responsiveness variable gives a significant effect image to the satisfaction; fourth assurance variable gives a not significant effect image to the satisfaction; fifth, empathy variable gives a not significant effect image to the satisfaction, sixth, supposedly the component variables of the service quality which includes the tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, give a significant effect simultaneously image to the satisfaction of Hartono Mall Yogyakarta.

The hypothesis were tested by using the multiple linear regression tool. The result shows that there are 1 of 5 component variables give a significant effect image to the satisfaction of Hartono Mall Yogyakarta. It is Responsiveness. While, user image is not significant. It can be concluded that tangible, reliability, assurance, empathy of the service quality on Hartono Mall Yogyakarta..

keywords: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and customer satisfaction of Hartono mall Yogyakarta.*

## ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel Bukti fisik/berwujud (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*), Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan purposive sampling dengan kriteria Pengunjung Hartono Mall Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat enam hipotesis sebagai berikut yaitu: pertama, Bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. Kedua, keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. Ketiga, Ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. Keempat, Jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. Kelima, empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta. keenam, komponen variabel kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear beganda. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa dari lima komponen variabel Kualitas pelayanan terdapat satu komponen variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta yaitu ketanggapan, sedangkan empat komponen yang lain yaitu bukti fisik, keandalan, jaminan, dan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta.

*Kata kunci : Bukti fisik Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati dan kepuasan konsumen Hartono Mall.*

## ABSTRACT

This study examines the effect of the component variables on brand image which consists the variables of tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy and the product image customer the satisfaction of the Hartono Mall in Yogyakarta. The data collection method is by distributing questionnaire forms. Samples were selected by using the purposive sampling method. The respondents are 100 visitors of Hartono Mall Yogyakarta.

Based on these criteria, there are six hypothesis, as follow: First, the tangible gives a not significant effect image to the satisfaction; second, reliability gives a not significant effect image to the satisfaction; third, responsiveness variable gives a significant effect image to the satisfaction; fourth assurance variable gives a not significant effect image to the satisfaction; fifth, empathy variable gives a not significant effect image to the satisfaction, sixth, supposedly the component variables of the service quality which includes the tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, give a significant effect simultaneously image to the satisfaction of Hartono Mall Yogyakarta.

The hypothesis were tested by using the multiple linear regression tool. The result shows that there are 1 of 5 component variables give a significant effect image to the satisfaction of Hartono Mall Yogyakarta. It is Responsiveness. While, user image is not significant. It can be concluded that tangible, reliability, assurance, empathy of the service quality on Hartono Mall Yogyakarta..

keywords: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and customer satisfaction of Hartono mall Yogyakarta.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pusat Perbelanjaan merupakan istilah yang tak asing lagi, terlebih bagi masyarakat Yogyakarta. Pusat perbelanjaan sering di sebut juga dengan sebutan “Mall”, Mall merupakan jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan jalan yang teratur sehingga berada di antara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan.

Aktivitas yang dilakukan oleh para pengunjung dalam pusat perbelanjaan sangat beragam. Berbelanja, menikmati makanan di restoran, atau sekedar jalan-jalan semua dapat dinikmati di pusat perbelanjaan tersebut.

Pusat perbelanjaan di Yogyakarta cukup beragam, salah satunya adalah Hartono Mall. Hartono Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan di Yogyakarta, letak yang strategik pun menjadi alasan utama yang menjadikan tujuan belanja masyarakat sekitarnya.

Namun seperti yang kita ketahui dalam era perdagangan bebas setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang

dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Menurut Schaar (Tjiptono,1997), tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas, kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat (Tjiptono,1996:78) seperti:

1. Hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-or-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan
6. Laba yang di peroleh dapat meningkatkan

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empaty*).

Bedasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empaty*). Sejauh mana berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hartono Mall Yogyakarta, dan untuk

mengetahui faktor yang paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen matahari Hartono Mall Yogyakarta.

## 1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimanakah pengaruh faktor bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan konsumen Hartono Mall Yogyakarta?
- b. Bagaimanakah pengaruh faktor keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen Hartono Mall Yogyakarta?
- c. Bagaimanakah pengaruh faktor daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen Hartono Mall Yogyakarta?
- d. Bagaimanakah pengaruh faktor jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen Hartono Mall Yogyakarta?
- e. Bagaimanakah pengaruh faktor empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen Hartono Mall Yogyakarta?
- f. Bagaimanakah pengaruh variable-variabel (bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*)) secara simultan terhadap kepuasan konsumen berkunjung ke Hartono Mall Yogyakarta.

## 1.3 Tujuan Penelitian

1.4.1. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh variable bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan berkunjung ke Hartono Mall Yogyakarta.

- b. Untuk menganalisis pengaruh variable keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan berkunjung ke Hartono Mall Yogyakarta.
- c. Untuk menganalisis pengaruh variable daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan berkunjung ke Hartono Mall Yogyakarta.
- d. Untuk menganalisis pengaruh variable jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan berkunjung ke Hartono Mall Yogyakarta.
- e. Untuk menganalisis pengaruh variable empati (*empaty*) terhadap kepuasan berkunjung ke Hartono Mall Yogyakarta.
- f. Untuk menganalisis pengaruh variable-variabel (bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empaty*)) secara simultan terhadap kepuasan konsumen berkunjung ke Hartono Mall Yogyakarta.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Bagi Penulis**

Penelitian ini merupakan salah satu wadah dalam menerapkan ilmu manajemen yang dipelajari selama kuliah dan melatih untuk berpikir secara ilmiah dengan menganalisa data dari obyek yang akan diamati.

### **1.4.2 Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap kualitas

pelayanan Hartono Mall Yogyakarta. Sehingga dapat digunakan untuk memperbaiki, meningkatkan dan mengembangkan kinerjanya untuk mencapai kepuasan konsumen.

### **1.4.3 Bagi Pihak Lain**

Hasil penelitian ini dapat memberikan satu informasi khususnya dalam bidang kualitas pelayanan yang dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan maupun referensi sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

## **1.5 Batasan Masalah**

- a. Responden penelitian adalah masyarakat kota Yogyakarta yang pernah berbelanja di Hartono Mall Yogyakarta.
- b. Penelitian dilakukan di lingkungan Hartono Mall Yogyakarta
- c. Lokasi dan Waktu Penelitian

Waktu : September 2017 - Selesai

Tempat : Lokasi penelitian dilakukan di lingkungan Hartono Mall Yogyakarta

Sampel : Masyarakat atau pelanggan kalangan pelajar/mahasiswa - dewasa yang melakukan transaksi di Lingkungan Hartono Mall Yogyakarta sebanyak 100 responden.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan memperoleh hasil dari profil responden terbanyak dengan gender Wanita sebanyak 65 orang (65%), usia 18 - 25 tahun sebanyak 54 orang (54%), Jenis Pekerjaan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 47 orang (47%), Tingkat Pengeluaran Per Bulan sebesar Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 32 orang (32%), dan frekuensi responden yang Berkunjung di Hartono Mall Selama tiga Bulan terakhir sebanyak 1-2 kali adalah 43 (43%). Profil tersebut merupakan bagian dari total keseluruhan 100 orang responden (100%).
2. Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :
  1. Bukti Fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,097 \geq 0,05$  . Hal ini berarti hipotesis penelitian ditolak.
  2. Keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,164 \geq 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis penelitian ditolak.

3. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.
4. Jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,948 \geq 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis penelitian ditolak.
5. Keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,165 \geq 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis penelitian ditolak.
6. Komponen variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hartono Mall Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Variabel independen yang digunakan hanya kualitas pelayanan (bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati).
2. Penelitian ini menyesuaikan kuisisioner dengan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
3. Masih tingginya keengganan konsumen dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Hal ini

tampak dalam jawaban responden yang banyak mengumpul pada daerah sangat setuju sehingga hal ini memungkinkan adanya jawaban-jawaban yang bias.

### **5.3 Saran**

#### **5.3.1 Saran berdasarkan hasil penelitian untuk Perusahaan**

Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada pelanggannya sehingga para pelanggan akan menjadi pelanggan yang setia (loyal), maka sebaiknya Hartono Mall Yogyakarta disarankan agar tetap terus mempertahankan kualitas variabel daya tanggap. Dan sebaiknya pihak Hartono Mall pun lebih memperhatikan variabel-variabel lainnya (bukti langsung, keandalan, jaminan, dan empati) yang tidak berpengaruh, karena itu sangat penting bagi kepuasan konsumen Hartono mall Yogyakarta.

Adanya pengaruh dari kualitas daya tanggap, ini menunjukkan bahwa pihak Hartono Mall dalam memberikan layanan khususnya dalam penanganan antrian membuat pelanggan puas, selain itu kesiapan para karyawan dalam menangani setiap transaksi dan penyampaian informasi kepada pelanggan hendaknya dipertahankan.

#### **5.3.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Dari hasil penelitian yang dilakukan, ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepannya, yaitu :

1. Menambahkan variabel bebas lainnya yang dapat memberikan hasil penelitian yang lebih luas tentang peningkatan kepuasan Konsumen.
2. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.
3. Wilayah dan skala penelitian pada penelitian selanjutnya dapat diperbesar dan diperluas.

©UKDW

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, dan Kotler. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Aprilya, Viona. 2013. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J.Co Cabang Padang*. Padang : Universitas Negeri Padang.
- Azwar, dan Saiffudin. 2003. *Metode Penelitian*, Cetakan Ke-enam. Yogyakarta, Penerbit : Pustaka Pelajar.
- Camelia Hanifah Amalina. 2010. *Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Konsumen Pada Ritel Modern*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Fandi, Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandi, Tjiptono. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : penerbit Andi.
- Fandy, Tjiptono. 1996. *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Gerson, Richard. F. 2004. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, PPM, Jakarta.
- Gerson, Richard. F. 2004. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, PPM, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit-Undip.
- Huda, Miftahul. 2012. *Cooperative Learning Metode, Teknik, Struktur, dan Model Terapan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- J. Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineka Cipta

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 & 2 edisi 12*. Diterjemahkan oleh Bob sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Penerbit Prenhallido, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 9. Terjemahan: Hendra Teguh et.al. Jakarta, PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta : Indeks.
- Paramarta, W.A. 2008. *Pengaruh Servqual terhadap kepuasan di Pizza Hut*. Forum Manajemen. Vol. 6. No. 2.
- Paramata, Wayan Arya. 2008. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar". Jurnal Forum Manajemen Vol 6
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat
- Rangkuti, Freddy 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

- Revilino, Riky. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sepatu Adidas Nihan Sport cabang Padang*. Padang : Universitas Negeri Padang.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV Alfabeta.
- Swastha Basu, dan Irawan. 2005. *Asas-asas Marketing*. Liberty, Yogyakarta.
- Wendri, Rusli. 2011. "Pengaruh Merek Dan Citra Diri Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Telepon Seluler Di Yogyakarta." *Jurnal JRMB* 6, (No 1).
- Wendri, Rusli. 2012. *Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Dan Kepercayaan*. Yogyakarta : Universitas Cokroaminoto Yogyakarta.
- Wili, Merdian. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Tiki, Jl Mantrigawen Lor No 12 Yogyakarta*. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.