

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERSEWAAN MESIN FOTO
KOPY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA CV.INVICTUS DI KOTA MALANG**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun oleh:

NOVITA ERNESTA TONDA

NIM: 2012120061

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG**

2018

Novita Ernesta Tonda, Nur Ida Iriani.,Dr.,MM, Warter Agustim.,SE.,MM
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Tribhuwana Tungadewi
Malang 2018
Email:novytonda123@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini tujuan untuk dapat mengetahui pengaruh intensitas persaingan pasar terhadap orientasi pelayanan, pengaruh daya inovasi perusahaan setempat terhadap orientasi pelayanan. pengaruh orientasi pelanggan terhadap orientasi pelayanan. Penyebab kualitas pelayanan terhadap orientasi pelayanan, pengaruh orientasi pelayanan terhadap kinerja perusahaan.

Pengumpulan metode dalam data pada penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan adalah skala pengukuran, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis. ng memiliki pengaruh besar terhadap kondisi keuangan CV. Invictus.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui secara simultan semua variabel independen daya tangkap, keandalan, jaminan, empati dan bukti fisik langsung mempunyai hubungan terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai F Hitung sebesar 5,736 yang signifikan pada level 0,001. Variabel tersebut memberikan sumbangan terhadap variabel terikat sebesar $R^2 = 73,8\%$, sedangkan sisanya sebesar 26,2% untuk variabel yang tidak diteliti. Hal ini merupakan tantangan bagi peneliti lain untuk dalam upaya untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sedangkan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari kelima variabel independen diketahui bahwa hanya variabel daya tangkap (X1) yang variabel yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada hasil nilai t hitung sebesar 3,005 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,571.

Kata Kunci: Daya Tangkap, Keandalan, Simpatik , Bukti Fisik dan Kepuasan Pelanggan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Sekarang ini semakin canggih teknologi sehingga mengharuskan para pengusaha agar masyarakat lebih beradaptasi terhadap perkembangan teknologi tersebut. Dengan adanya mesin fotocopy sehingga perkembangan teknologi cukup dirasakan manfaatnya.

Untuk perkembangan teknologi di Kota Malang saat ini banyak yang menyediakan jasa fotocopy. Saat ini kita melihat bahwa ada beberapa tempat fotocopy yang masih ada sedikit mengurang. Salah satunya yaitu kurangnya profesional para pegawai , sehingga hasil fotocopyan tidak mencakup,adapun jam kerja terbatas, dan kurang lengkapnya fasilitas.

Suatu sistem sumber daya manusia merupakan faktor yang memiliki peran penting, sehingga Sumber daya manusia sebagai cara menentukan tercapai atau tidaknya suatu tujuan perusahaan yang telah adakan.

Dalam hal ini tentunya banyak perusahaan yang tidak mau melewatkan kesempatan dan peluang emas untuk memperbaiki yang mereka tawarkan. Berbagai cara atau trik dilakukan para pengusaha untuk mempertahankan pelanggannya dan bahkan untuk menarik perhatian para

konsumen yang baru. Banyak *brand* yang masih mampu bersaing di pasar baik itu bentuk barang maupun jasa.

Menurut Permadi, Kumadji dan Kusumawati (2014) *brand image* merupakan sebuah kunci utama yang sangat penting dalam pikiran atau benak konsumen, karena *brand image* akan menjadi referensi atau acuan sebelum konsumen melakukan transaksi. Dengan adanya *brand image* yang positif akan ada menghasilkan dan pengadaan nilai tambah yang lebih pada pelanggan. Disisi lain juga akan memiliki nilai lebih dan memudahkan untuk menjelaskan hubungan kualitas produk dalam pengambilan keputusan pembelian dan juga hubungan antara *brand image* dan kualitas produk dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Menurut Mowen (2004 : 90) dalam penelitian Hamidah dan Desi Anita (2013) bahwa *brand image* merupakan sangat manfaat dilihat oleh setiap perusahaan baik itu yang memproduksi barang maupun jasa. Melalui *brand image* yang reputasinya baik, maka akan menghasilkan nilai emosional pada benak konsumen. Disisi lain juga akan menghasilkan peranan positif atau memutuskan pembelian atau menggunakan suatu merek (*brand*). Begitu juga sebaliknya apabila reputasi merek itu memiliki (*image*) yang buruk di benak konsumen atau pelanggan, akan sangat kecil kemungkinan konsumen atau pelanggan melakukan transaksi pembelian barang atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan menurut Kotler (2002 : 225) dalam penelitian Hamidah dan Desi Anita (2013) juga mengatakan bahwa *brand image* yang dibentuk dengan konsisten akan menghasilkan suatu persepsi citra merek yang kuat.

Sehingga hal ini muncul suatu ide atau gagasan yang akan menuntut pengusaha mesin fotocopy untuk menciptakan mesin fotocopy yang berkualitas, sehingga pelanggan merasa puas dalam penyewaan mesin fotocopy. Menurut Setianingsih (2014) ada beberapa merek (*brand*) yang kualitasnya relative sama, namun memiliki penampilan yang cukup berbeda di pasar. Oleh karena itu dari perselisihan itu akan muncul adanya persepsi bertanam di setiap konsumen atau pelanggan. Oleh karena itu setiap jenis yang diciptakan oleh para perusahaan yang harus bisa memuaskan setiap konsumennya. Perusahaan harus menciptakan apa yang dibutuhkan oleh konsumen atau pelanggan serta dapat disampaikan dengan sebaik mungkin. Agar pada saat konsumen atau pelanggan memerlukan produk yang diinginkan, sehingga sudah siap mengadakan apa yang diinginkan para pembeli maka pembeli memutuskan merek (*brand*) dari produk atau jasa yang akan menjadi pilihan utama.

Seperti yang dilakukan oleh Sentono (1999) ada beberapa faktor yang mempengaruhi organisasi dan kinerja yaitu: efektivitas dan efisiensi, otoritas dan tanggung jawab, disiplin serta inisiatif. Melihat faktor-faktor tersebut diatas, kinerja yang baik bila karyawan bertanggung jawab, disiplin serta berinisiatif dalam mengerjakan tugas-tugasnya. Kinerja akan efektif bila manajemen melakukan penilaian terhadap kinerja yang telah dilakukan oleh karyawan. Tujuan pokok dari penilaian periode pembaharuan dengan menambah para pelanggan baru kadang-kadang didorong oleh perubahan-perubahan produk, jasa atau pemasaran, yang memperluas lingkup basis pelanggan atau mendorong cepatnya pergantian.

Akan tetapi perusahaan yang sedang berjuang dalam industri mempunyai strategi untuk bersaing. Sehingga strategi tersebut berkembang melalui proses atau kegiatan atau perencanaan dalam beberapa departemen fungsional perusahaan. Aktivitas pemasaran mempunyai nilai yang positif baik dilihat dari beberapa produsen maupun dari penglihatan konsumen. Pada pihak konsumen, kegiatan memasarkan produk dilihat sebagai kegiatan yang bisa memasarkan beberapa alternatif kepuasan suatu kebutuhan, agar nilai dari kepuasan itu sendiri semakin meningkat. Dari penglihatan produsen kegiatan pemasaran merupakan aktivitas kegiatan untuk meningkatkan pelayanan prima untuk mewujudkan kebutuhan para pembeli. Sehingga pemasaran tidak sekedar berkaitan dengan kepentingan seorang penjual saja namun juga kepentingan para pembeli.

pada definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mempunyai keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus bertanggung jawab penuh terhadap kepuasan produk yang ditawarkan. Dengan demikian, segala aktivitas perusahaan harus diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan laba. Namun kehidupan ekonomi Indonesia saat ini

menampakan sangat baik makin cepat dinamikanya. Hal ini dilihat dari meningkatnya bermunculan jenis perusahaan dengan berbagai macam aktivitas di bidang usaha dan perkembangan di Indonesia yang baik dan meningkat terus menghiasi usaha di Malang.

Untuk mempertahankan kelangsungan hidup umumnya setiap perusahaan harus berorientasi pada keuntungan. Namun di bidang pemasaran keadaan yang sangat sulit adalah memperjuangkan konsumen agar tetap menggunakan barang dari perusahaan. dengan sering disebut.

Penulis tertarik dengan uraian diatas untuk mengambil penelitian tentang: **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Persewaan Mesin Fotocopy Di Cv.Invictus Kota Malang”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Pada latar belakang penelitian terdahulu, bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi adalah kinerja pasar perusahaan , melalui orientasi pelayanan. Namun masih memiliki terbatasnya dan berharap adanya penelitian lanjut tentang intensitas persaingan pasar, daya inovasi perusahaan setempat, orientasi, pelanggan dan kualitas jasa layanan mesin fotocopy kepada kinerja pelanggan. Diambil dari latar belakang penelitian bahwa yang dapat disimpulkan rumusan masalah adalah :

1. Apa yang di pengaruh intensitas persaingan pasar kepada orientasi pelayanan?

2. Apa yang disebabkan pengaruh daya inovasi perusahaan untuk orientasi pelayanan ?
3. Apa yang di pengaruh orientasi pelanggan terhadap orientasi pelayanan?
4. Apa yang di pengaruh layanan kualitas terhadap orientasi pelanggan?
5. Apa yang di pengaruh orientasi pelayanan terhadap kualitas perusahaan?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Pencapaian tujuan dari dari penelitian ini adalah:

1. Bisa Mengetahui pengaruh intensitas persaingan pasar kepada orientasi pelayanan
2. Pengaruh analisis daya inovasi perusahaan setempat kepada orientasi pelayanan.
3. Pengaruh analisis orientasi pelanggan kepada orientasi pelayanan.
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap orientasi pelayanan.
5. Menganalisis pengaruh orientasi pelayanan terhadap kinerja perusahaan.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan beberapa manfaat untuk banyak pihak, diantaranya:

1. Untuk Peneliti

Kajian dari hasil penelitian ini dapat dikembangkan sebagai bahan atau masukan bagi perusahaan untuk mengelola pelayanan, sehingga akan tercapai kinerja pemasaran yang lebih baik

2. Bagi Akademik

Dapat dijadikan salah satu bahan perbandingan acuan untuk peneliti – peneliti selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan

- a. Untuk manajer diharapkan penelitian ini bisa membantu untuk perkembangan suatu manajerial dari struktur pikir teoritis guna sebagai arah kebijaksanaan suatu usaha kedepannya dalam menghadapi pesaing yang semakin ketat.
- b. Melakukan masukan strategis bauran pemasaran yang efektif.
- c. Untuk memberikan sumbangsih pemikiran kepada CV. INVICTUS di Jalan Tlogo Agung No.9

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Dapat menjadi acuan keilmuan dalam bidang strategi bauran pemasaran terhadap konsumen khususnya untuk CV. Invictus
- b. Dapat memberikan masukan kepada peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Badroen, Faishal dkk, 2017 . *Etika Bisnis Dalam Islam* . Jakarta : Kencana

(Chandra,2008) , *Aktivitas Usaha diindonesia*

(Guba dan lincoln, 1981;191-193) pengumpulan data (*Ester Bery dan Sugiono , 2013:231*)

<http://ahtourdantravel.blogspot.co.id>

Kolter, Philip dan Gary Amstrong , 2008 *Manajemen pemasaran, edisi 12*

Modal Kerja Dalam Perekonomian (*Mowen 1999 : 119*)

Mmoleong, J Lexy . 2010 . *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung; PT Remaja Rosdakarya

(Saidi . 2004) *Metodologi Penelitian* . Jakarta; Grasindo

Sofyan Syafiah : 2004 . *Modal dengan laba*

(*sugiyono, 2013 : 240*) ,

W, Gulo. 2014. *Metodologi Penelitian* . JaAdhikarini. 2003.

Analisa Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap

Kepuasan Pelanggan di Koperasi Serba Usaha Makmur Lestari Surakarta.

Skripsi: UNS

Branti, Istariyani. 2002. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan*

Pelanggan PT. Telkom Cabang Sragen. FE: UMS.

Dharmayanti, Diah. 2006. *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan*

Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah. Jurnal

Manajemen Pemasaran.

Elhaitamy T. 2000. *Service Excellence: Ujung Tombak Manajemen:* Edisi

November

– Desember.

Fredy Rangkuti. 2003. *Measuring Costumer Satisfaction.* PT. Elex Media

Computindo

Indianto, Nur&BambangSupono. *MetodologiPeneleitanBisnisuntukAkuntansi danManajemen*. Yogyakarta: BPFE. 2002.

Irawan, Handi. *10 PrinsipKepuasanPelanggan*. 2002. PT Elex Media Computindo

:

Jakarta.

Kasmir. 2004. *Bank danlembagakeuanganlainnya*. Jakarta: Raja GrafindoPersada .

Kertajaya, Herman.karta; Grasindo