

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUASAN PENJUALAN ONLINE**

(Studi Pabrik Tahu ADMA NU Malang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

MANAJEMEN



Oleh :

FRANSISKUS KOSMAS

NIM : 2018120036

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI

FAKULTAS EKONOMI

MALANG

2022

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUASAN PENJUALAN ONLINE
(Studi Pabrik Tahu ADMA NU Malang)**

Fransiskus Kosmas¹, Elly Lestari², Fendiyatmi Kusufa³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas
Tribhuwana Tungadewi, Malang 2022
Email : fransiskuskosmas26@gmail.com

ABSTRAK

Pada saat sekarang tuntutan dalam persaingan bisnis sangat ketat dalam mempertahankan konsumen dan mendatangkan pembeli baru, tuntutan itu perusahaan harus memiliki strategi dalam mempertahankan kualitas dan kuantitas produk agar para konsumen puas. Penawaran yang dibuat secara langsung kepada pelanggan dan juga dalam transaksi berbasis web juga harus dipertimbangkan. Motivasi di balik penelitian ini adalah untuk melihat dampak kualitas bantuan klien pada pemenuhan kesepakatan berbasis web. Penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Kepastian contoh penelitian ini menggunakan non-likelihood testing untuk memperoleh sebanyak 97,6 responden. Teknik penelusuran informasi yang digunakan adalah kekambuhan langsung dasar dengan menggunakan program SPSS. Konsekuensi dari tinjauan menunjukkan bahwa ada dampak kritis antara sifat dukungan klien pada pemenuhan transaksi berbasis internet di pabrik pengolahan Adma NU Malang sebagaimana dikonfirmasi oleh nilai t 14.303. Apa harus diperhatikan dalam berbisnis supaya kualitas tetap terjaga.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Penjualan Online, Kepuasan Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produk tahu Adma NU memiliki berbagai macam cara dalam menjaga kualitas produk mereka dalam mengatasi permasalahan yang terjadi, masalah yang sering muncul yaitu dari segi kualitas yang dirasakan konsumen selain itu masalah klien yang dialami oleh tahu Adma NU yaitu dalam memutuskan hasil akhir dari kesepakatan kepada konsumen dalam mengirim produk mereka, hal tersebut membuat para konsumen biasa merasa kecewa dengan kekurangan tahu Adma NU.

Adma NU termasuk dalam kategori usaha home industry yang memasarkan produknya melalui online, segala sesuatu transaksi melalui web membuat kesulitan tersendiri bagi pemasaran mereka. Oleh karena itu, mustahil bisnis Adma NU bisa bertahan dalam jangka panjang tanpa terpenuhinya klien. Dengan tujuan bahwa organisasi memiliki pemikiran inovatif dalam mendorong bisnisnya dengan tujuan akhir untuk bekerja pada sifat bantuan klien dalam pemenuhan transaksi berbasis web. kualitas juga dipertanyakan untuk posisi organisasi dalam memperluas penawaran web melalui hiburan virtual untuk pemenuhan pembeli. Dengan cara ini, pabrik tahu Adma NU menawarkan dukungan kualitas, loyalitas konsumen dalam transaksi berbasis web, dengan menawarkan bantuan terbaik dengan tujuan agar pelanggan merasa terpenuhi.

Organisasi merupakan substansi yang dibentuk perusahaan maupun perorangan dengan tujuan dan maksud yang telah dirancang pada awal pembentukan organisasi tersebut (Lestari. 2017). Selanjutnya, tidak adanya pemenuhan dengan pembeli secara positif akan menurunkan derajat pembeli dalam transaksi berbasis web mengalami turun naik dalam berbisnis. Sehingga tidak memberikan kualitas yang baik untuk membantu bertemu pembeli, ini merupakan salah satu kunci dan komitmen dalam kemajuan bisnis, misalnya lini pembuatan

tahu Adma NU. Seperti yang diungkapkan oleh Pertiwi (2021:67) kemungkinan afiliasi adalah motivasi penting untuk memilih dua pembeli. Sementara itu, menurut Syarif (2016), kualitas konklusif sangat penting bahwa setiap hubungan harus mencari dengan kecurigaan yang diinginkan untuk bersaing di pasar untuk mengatasi masalah dan keinginan pembeli. Dalam kondisi seperti itu, kantor modern yang dianggap besar dikaitkan dengan memberikan pekerjaan dan produk sesuai keinginan pembeli. Pada dasarnya, pembeli dalam kehidupan sehari-hari perlu mendapatkan produk yang berkualitas dan sangat berharga karena ini akan menjadi salah satu fokus yang dapat meningkatkan kepercayaan klien secara keseluruhan. Sebagian besar membutuhkan biaya yang ditawarkan, yang disertai dengan bantuan besar dari Klien dan kepuasan keinginan pembeli.

Menurut Jurhani (2017: 35) Kualitas adalah sistem bisnis fundamental yang menghasilkan tenaga kerja dan produk yang menjawab masalah dan pemenuhan pelanggan interior dan luar, secara tegas dan dapat diverifikasi. Sifat kerja harus menjadi mentalitas (pandangan) yang dapat berubah menjadi kebutuhan pasar pembelanja tanpa henti dalam siklus administrasi dan interaksi penciptaan diselesaikan tanpa henti sehingga dapat memenuhi penegasan kualitas pelanggan. Dengan cara ini, sifat penghargaan tambahan merupakan inspirasi yang luar biasa bagi pembeli untuk membuat sambungan jarak jauh yang berguna secara umum.

Penelitian Irawan (2002) “Pemenuhan adalah konsekuensi pembeli bahwa barang atau administrasi telah memberikan tingkat kesenangan dimana tingkat kepuasan ini bisa sangat banyak”. kenal Adma NU. Akibatnya, loyalitas konsumen berubah menjadi ide bisnis yang mendasar dan lugas. Berdasarkan penelusuran dari Irawan (2002) loyalitas konsumen adalah akibat dari banyaknya pembeli atau klien dalam menggunakan barang atau jasa. Ada prosedur terpesona dalam loyalitas konsumen. Bagaimanapun, loyalitas konsumen Klien

dibuat dari kehalusan Karena loyalitas konsumen harus dimulai dari hati, khususnya cinta dan perhatian klien.

Mengingat klarifikasi di atas, pencipta tertarik untuk mengarahkan eksplorasi atas ke bawah tentang dampak kualitas bantuan klien pada pemenuhan transaksi berbasis web yang menjadi masalah dalam ulasan ini. Pencipta menerima bahwa eksplorasi ini secara empatik akan mempengaruhi bisnis seperti fasilitas industri tahu Adma NU Malang. Dari awal, judul eksplorasi yang perlu diangkat oleh penulis : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Terhadap Kepuasan Penjualan Online”** Pada Pabrik Tahu Adma NU, Ketani, Tegalgondo, Kec. Karang Ploso, Kabupaten Malang dengan judul penelitian ini.

1.2. Perumusan masalah

Dilihat dari dasar permasalahan yang digambarkan, maka permasalahan yang perlu diperhatikan adalah:

1. Apakah sifat administrasi mempengaruhi pemenuhan pembeli dalam transaksi berbasis web di lini produksi tahu Adma NU Malang?
2. Apakah sifat administrasi mempengaruhi transaksi online di pabrik tahu Adma NU Malang?
3. Apakah sifat dukungan klien mempengaruhi loyalitas konsumen di web dan transaksi terputus dari lini produksi tahu Adma NU Malang?

1.3. Tujuan penelitian

Target yang ingin dicapai dalam eksplorasi ini adalah:

- 1 Untuk mengetahui secara jelas pemenuhan kualitas client care dalam transaksi berbasis web di lini produksi tahu Adma NU.
- 2 Untuk mengetahui besarnya dampak pemenuhan pembeli yang dimiliki dalam transaksi berbasis web di pabrik tahu Adma NU Malang.

1.4. Manfaat penelitian

Keuntungan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pencipta sendiri, manfaat dari ujian ini dapat menambah pemahaman dan memberikan informasi dalam memahami ilmu administrasi, khususnya menampilkan papan.
2. Bagi Perguruan Tinggi, hasil dari ujian ini dapat dimanfaatkan sebagai semacam perspektif sebagai semacam pandangan dan mata kuliah mulai dari sekarang dan dapat dimanfaatkan untuk memperluas pemahaman, usaha dan pengembangan informasi bagi mahasiswa Perguruan Tinggi Tribhuwana Tunggadewi, Malang. .
3. Bagi organisasi sangat baik dapat dimanfaatkan sebagai sumbangan untuk lebih mengembangkan kualitas administrasi dalam pemenuhan transaksi berbasis web, dan juga dapat dimanfaatkan sebagai sumbangan bagi usaha pabrik pembuatan Tahu Adma NU.
4. Untuk kalangan yang berbeda, khususnya mahasiswa, hasil penelitian ini dapat dijadikan semacam perspektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Dama, H. Y. (2016). Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Tingkat Kemiskinan di Kota Manado (Tahun 2005-2014). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3).
- Ella, T., Agus, S., & Untrung, K. (2012). Analisis Faktor-faktor Kunci dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (study kasus pada konsumen fesh shop). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 19(2).
- Firmansyah, Farid dan Haryanto, Rudy. 2019. Manajemen Kualitas Jasa Penigkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan. Duta Media Publishing.
- <https://www.kumpulanpengertian.com//> diakses 23/04/2022
- <https://www.advernesia.com/blog/data-science//> diakses 23/04/2022
- <https://id.scribd.com/doc/314175118//> diakses 23/04/2022
- <http://repository.untag-sby//> diakses 23/04/2022
- <http://repository.stei.ac.id//> diakses 23/04/2022
- <https://eprints.uny.ac.id/23547/4/BAB%20II.pdf> diakses 13/05/2022

- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Mutu Layanan terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Industri Elektro dan Penerbangan*, 4(2).
- Indahingwati, Asmara. 2019. Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia. Surabaya : CV. Jakad Media Publishing.
- Irawan, Handi. 2007. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Juharni. 2017. Manajemen Mutu Terpadu (*Total Quality Management*).Makassar : CV. SAH Media.
- Julia, M. A., Susanto, R. Y., & Budi, C. S. K. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Mongki Di Kantin UNITRI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Program Studi Manajemen Angkatan 2016) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi).
- Kusufa, F. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Penerbit Erlangga Cabang Malang. *Jamswap*, 4(4), 65-73.
- Lestari, E. (2017). Pengaruh Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Eksekutif*, 14(1).
- Listiawan, T. (2016). Pengembangan Learning Management System (Lms) Di Program Studi Pendidikan Matematika Stkip Pgri Tulungagung. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 1(01).
- Marsela, R., Susanto, R. Y., & Retno Ayu Dewi, N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Unitri Secara Online Di Shopee (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang).
- Nuralam, Inggang Perwangsa. 2017. Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah. Malang : UB Press.
- Novitawati, R. A. D., Mahfud, A., & Sasongko, T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang. Referensi: *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 7(2), 130-136.
- Natasha, A., & Kristanti, D. D. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen di Modern Café Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(2), 179-190.
- Pertiwi, Hj,R, Dewi. 2021. Pemasaran Jasa Parawisata (Dilengkapi dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya). Yogyakarta : CV. Budi Utama.
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (studi di merek dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1).
- Panjaitan, T. H., & Lutfie, H. (2016). Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus PT Millenium Pharmacon Internasional Tbk cabang Bandung). *Eproceedings of Applied Science*, 2(2).
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(2).
- Safudin, M. (2018). Pengaruh Penerapan Absensi Online Terhadap Disiplin Karyawan Pada Purple Express Laundry Jakarta. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 18(2), 104-109.
- Solikin, I., Widaningsih, M., & Lestari, S. D. (2015). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 724-740.

- Safudin, M. (2018). Pengaruh Penerapan Absensi Online Terhadap Disiplin Karyawan Pada Purple Express Laundry Jakarta. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 18(2), 104-109.
- Sitoyo, Sandu dan Sodik, Muhammad Ali. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Sumanti, I. C., Rumawas, W., & Mukuan, D. D. (2018). Pengaruh Penempatan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(001).
- Semiawan, Conny R. 2010. Metode penelitian kualitatif. Grasindo.
- Suteja, Wira. 2007. Panduan Layanan Konsumen. Grasindo
- Tumewu, R. C., & Alexander, S. (2014). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI Periode 2009-2013. *Accountability*, 3(1), 77-85.
- Tharob, G. F., Mingkid, E., & Papatungan, R. (2017). Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Unsrat. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(2).
- Tugiso, I., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online Shop dan Loyalitas Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada onlineshop "Numira" Semarang). *Journal of management*, 2(2).
- Wati, R. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Online. *Transaksi*, 10(2), 39-49