

**ANALISA KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI TAMAN REKREASI
SENGKALING**

SKRIPSI



Oleh :

Fernanto Kaluki Putra

2019120068

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2023**

ANALISA KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TAMAN REKREASI SENGKALING

Fernanto kaluki Putra¹

Dr. Willy Tri Hardianto,S.Sos., MM., MAP²,Imam Hidayat,SE,MM³

Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang
m40388599@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk hasil terhadap ekspektasi yang merupakan tindakan yang dilakukan pelanggan. Perasaan kecewa atau senang timbul di dalam diri pelanggan melalui kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan yang disarankan. Yang menjadi tujuan utama adalah kepuasan pelanggan bagaimana caranya pelanggan mendapat pelayanan yang sesuai dengan harapan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau pelayanan yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dalam melayani maupun memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan dan Pemilihan lokasi yang mudah dijangkau oleh pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan Analisa Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini di lakukan di Taman Rekreasi Sengkaling. Objek yang diteliti adalah pelanggan dan karyawan Taman Rekreasi Sengkaling. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana pengumpulan datanya menggunakan wawancara sehingga mampu menggali lebih dalam tentang analisis kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan dan karyawan taman rekreasi Sengkaling dimana karyawan memberikan pelayanan sedang pelanggan merasakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Taman Rekreasi Sengkaling. Sehingga dapat diketahui apakah pelayanan dan lokasi yang diberikan oleh karyawan sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan atau pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan lokasi taman rekreasi Sengkaling. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menyatakan bawah Kualitas pelayanan dan lokasi sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Analisis Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di zaman pertumbuhan dan standar penampilan yang ketat ini, berbagai bisnis menawarkan keunggulan berbeda. Bisnis demand critical criminal ini dapat bersaing dengan pasar dan menang untuk menyediakan pelanggan dengan layanan berkualitas tinggi, yang memungkinkannya mencapai tujuannya menjadi bisnis yang menguntungkan. Bisnis yang sukses harus mampu mengantisipasi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Untuk merancang strategi pemasaran yang akan memuaskan pelanggan dan memungkinkan bisnis untuk terus bersaing di pasar, pertama-tama perlu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Pemenuhan klien merasa seperti atau berkecil hati orang yang tampaknya Mengingat fakta bahwa eksekusi yang tampak kontras hasil item dengan asumsi adalah langkah yang dibuat klien. Ketika seorang pelanggan menerima layanan berkualitas tinggi dan lokasi yang nyaman, mereka puas dan merekomendasikannya kepada orang lain. Tujuan menjadi objektif adalah kepuasan pelanggan. Bagaimana cara pelanggan mendapatkan layanan yang tepat? Penciptaan pelanggan yang puas dapat memiliki efek positif, membawa keharmonisan hubungan antara pelanggan dan bisnis dan meletakkan dasar untuk pembelian di masa depan dari pelanggan setia dan puas. Pelayanan yang dapat membuat pelanggan senang antara lain pelayanan yang ramah, nyaman, dan baik. Ketika pelanggan senang dengan apa yang mereka dapatkan, secara alami mereka akan lebih puas dengan layanan yang telah mereka beli. Pelanggan akan puas jika bisnis dapat memberikan pelayanan prima.

Pemilik menawarkan layanan atau layanan dalam bentuk kecepatan, hubungan, keahlian, dan keramahan sambil mempertahankan mentalitas berorientasi layanan. Armstrong dan Kotler

(2012:546) Mendefinisikan kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja produk, sehingga sejalan dengan harapan pembelian. Pendekatan sukses yang tidak tepat bagi perusahaan yang ingin bersaing di pasar adalah benar-benar memperhatikan persyaratan dan keinginan konsumen dan memastikan mereka senang dengan layanan yang mereka terima. Akibatnya, bisnis tidak dapat memberikan pengalaman yang bertahan lama kepada pelanggan atau memastikan bahwa mereka puas dengan produk atau layanan yang mereka terima melalui kinerja yang sesuai. Kualitas pelayanan yang lebih rendah, menurut Armstrong dan Kotler (2012:681), adalah keseluruhan properti dari suatu barang atau jasa yang mendukung kapasitas untuk memenuhi kebutuhan dengan cara yang tidak langsung maupun tidak langsung. Layanan pelanggan yang luar biasa sebagai taktik sukses untuk memikat klien baru, mempertahankan klien yang sudah Anda miliki, dan mengembangkan keunggulan kompetitif. Layanan berkualitas membuat pelanggan merasa nyaman, menghasilkan nilai lebih tinggi dari yang diantisipasi. Hal ini karena pelanggan yang puas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelanggan. Diskusikan bagaimana pentingnya kebahagiaan pelanggan di pasar sebagai komponen pemasaran Oliver (2010:31). Bagi pebisnis untuk memuaskan pelanggan (konsumen), taktik pemasaran yang berorientasi pada konsumen dapat membantu mereka memahami perilaku konsumen dan pemenuhan kebutuhan.

Pilihan lokasi dapat berfungsi sebagai nama merek yang unik untuk bisnis selain menawarkan layanan berkualitas tinggi. Lokasi berperan dalam keadaan yang menyertai keputusan pembelian. Karena pemilihan lokasi juga terkait dengan kepuasan pelanggan, maka berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan suatu usaha. Karena ini adalah bagian dari proses pemilihan, perusahaan lokasi harus mengambil keputusan yang tepat untuk menghindari kerugian di kemudian hari. Lokasi, tempat, atau lokasi yang strategis dipasangkan dengan keputusan tentang saluran distribusi dan cara pengiriman ke pelanggan dalam konteks ini. Upaya

pemilik dapat digunakan untuk memilih lokasi yang mudah diakses pelanggan serta lokasi pelanggan. Seseorang cenderung memilih perusahaan dekat dengan aktivitas karena produk identik yang mereka tawarkan ke perusahaan produk kami. Tempat pemungutan suara harus menyertakan fasilitas seperti tempat parkir yang cukup besar dan toilet yang bersih dan nyaman di samping persyaratan lainnya. Sejumlah besar klien besar telah ditarik oleh lokasi yang bagus, yang memastikan ketersediaan dan akses yang cepat. Efek ini cukup ampuh untuk mengubah kebiasaan pembelian konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 92), “tempat” atau “lokasi” mengacu pada berbagai operasi bisnis agar barang yang diproduksi atau dijual tidak mahal dan tersedia untuk pasar sasaran. Lokasi yang menguntungkan dan dapat diakses akan membantu bisnis. Memilih tempat yang menyenangkan dan mudah diakses dengan akses mudah ke konsumen adalah taktik yang harus dimiliki organisasi kriminal. Lokasi juga dapat digambarkan sebagai "tempat untuk menjalankan bisnis" dan "variabel penting untuk keberhasilan atau kegagalan", menurut Tiptono (2008). Seperti yang dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2012: 92) disebut sebagai "tempat" atau "lokasi", yang mengacu pada banyak tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk membuat barang yang diproduksi atau dijualnya murah dan tersedia untuk khalayak sasaran.

Akan lebih mudah bagi perusahaan untuk mengembangkan barang yang siap dijual jika memilih situs yang dekat dengan sumber daya yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa bahan yang digunakan untuk memproduksi barang siap jual tidak boleh menghambat proses pembuatan.

1.2. Fokus Penelitian

- a. Taman Rekreasi Sengkaling menawarkan layanan terbaik..
- b. Di Taman Rekreasi, ada situs yang bagus.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berikut dapat diinterpretasikan berdasarkan informasi latar belakang:

Tentang rumusan masalah, lihat di bawah.

1. Standar lokasi dan layanan?
2. Bagaimana cara memuaskan pelanggan dengan layanan dan lokasi yang bagus ?

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kualitas layanan untuk memuaskan pelanggan adalah tujuan penelitian ini.

1. Mengetahui lokasi yang layak akan membantu Anda menyenangkan pelanggan.
2. Untuk memuaskan pelanggan, penting untuk mengetahui lokasi dan memberikan layanan yang berkualitas.

1.5. Manfaat penelitian

Berikut ini manfaat dari penelitian ini yang diharapkan bagi para pembaca, kampus, dan pihak lainnya.

- 1) Untuk tempat belajar

Bersama dengan penelitian ini diharapkan dapat diperhitungkan saat menentukan situs terbaik untuk membangun rencana perusahaan yang sukses, dengan mengingat dampak lokasi dan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan.

- 2) Untuk Universitas

Bersama dengan penelitian Semoga informasi di sini akan menambah perspektif pembaca, terutama yang berkaitan dengan hubungan antara lokasi dan kepuasan pelanggan dan pelayanan prima.

3) Untuk Mahasiswa

Dalam penelitian Ini dapat membantu siswa belajar lebih banyak tentang bagaimana mendefinisikan layanan hebat di dunia korporat dan berkontribusi pada pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman mereka di dalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, Y. N. L. N., dan Rahanatha, B. G. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Wom Melalui Kepuasan Pada PT. Sarana Dewata *Courier. E-Jurnal Manajemen Unud. ISSN: 2302-8912. Vol. 4(8).*
- Budi Prihatminingtyas, Anung Presetyo Nugroyo. Maksima 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Grap Terhadap Kepuasan Pelanggan Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. *Jurnal Manajemen Syarat Untuk Memperoleh Gelar Serjana SI Manajemen*
- Dwi Hadika Novandi. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Miss Laundry Di Kota Tegal. *Jurnal Manajemen Untuk Memenuhi Gelar Serjana SI Manajemen.*
- Irawan, Andi. 2004 “10 prinsip kepuasan pelanggan”. Cetakan ke 6, PT. Elex media komputindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Ali Bahasa: Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas. Jilid 1. Cetakan ke empat. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen pemasaran jilid 1, edisi ketiga belas, terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. Manajemen Pemasaran. Pendekatan Praktis. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Lina Sari Situameang. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Plate Medan. *Jurnal Manajemen*
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. 2007. “Manajemen Pemasaran Jasa”. Cetakan II. Indeks. Jakarta.
- Lupiyoadi, R. Dan Hamdani, A. 2009. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Pekik Yudawan Pramuditnya. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Power Futsal Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Syarat Untuk Memperoleh Gelar Serjana SI Manajemen.*

- Semuel, H. Dr. Prof., dan Putro, W. S., Karina, M. R. R. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 2(1).
- Susanti, Rizky Aprilia Dwi .Efektivitas Bauran pemasaran Dalam Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pelanggan Pengguna Jasa Pembiayaan. *BIP's JUNAL BISNIS PERSPEKTIF* 8.2 (2016):90-100.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2019
- Tjiptono, 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F dan Anastasya Diana. 2015, *Pelanggan Puas ? Tak Cukup !* Edisi kesatu. Yogyakarta: Andi Offset .
- Utami, S. I. A., dan Jatra, M. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Unud*. ISSN: 2302- 8912. Vol 4(7).
- Widiyono dan Mukhaer Pakkanna. 2013. *Pengantar Bisnis : Respon terhadap Dinamika Global*. Mitra Wacana Media. Jakarta.