PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WEDDING ORGANIZER (STUDI KASUS "PIXTORA SALON") DI DESA GAMPENGREJO KABUPATEN KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Oleh :

Devi Rahmawati
NPM: 11.1.02.02.014

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh :

DEVI RAHMAWATI

NPM : 11.1.02.02.0141

JUDUL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WEDDING ORGANIZER (STUDI KASUS "PIXTORA SALON") DI DESA GAMPENGREJO KABUPATEN KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Tanggal : 18 November 2015

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr.H.Samari,S.E.,M.M	**Faisol S.Pd.,M.M**
NIDN. 0712026201	**NIDN. 0712046903**

i

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh :

DEVI RAHMAWATI

NPM : 11.1.02.02.0141

JUDUL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WEDDING ORGANIZER (STUDI KASUS "PIXTORA SALON") DI DESA GAMPENGREJO KABUPATEN KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri
Pada Tanggal 20 Januari 2016

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Panitia Penguji		Tanda Tangan
1. Ketua	: Dr. H. Samari, S.E.,M.M	
2. Penguji I	: Prof. Dr. H. Sugiyono, S.Pd.,M.M	
3. Penguji II	: Faisol, S.Pd., M.M	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo
NIDN.071706660

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WEDDING ORGANIZER (STUDI KASUS "PIXTORA SALON") DI DESA GAMPENGREJO KABUPATEN KEDIRI

Devi Rahmawati
NPM: 11.1.02.02.0141
Fakultas Ekonomi - Manajemen
Drahmawati890@gmail.com
Dr.H. Samari,S.E.,M.M dan Faisol S.Pd., M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Devi rahmawati : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap kepuasan Konsumen di wedding organizer (studi kasus "PIXTORA SALON") didesa gampengrejo kabupatan kediri, Skripsi, Manajemen, FE UNP Kediri, 2015.

Pada era globaliasi, produk barang atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam sebagai akibat keterbukaan pasar. Apabila konsumen benar – benar puas, mereka akan membeli ulang serta member rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Disamping kualitas pelayanan, masih ada kualitas produk, karena pada dasarnya setiap orang yang membeli suatu produk, baik barang atau jasa, tentu mereka ingin memperoleh kualitas yang baik, namun promosi juga merupakan suatu hal yang penting yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk menarik perhatian, menimbulkan interest, menimbulkan minat untuk membeli dan akhirnya adanya tindakan dari konsumen

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk: (1)Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di wedding organizer "PIXTORA SALON", (2)Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di wedding organizer "PIXTORA SALON", (3) Untuk mengetahui promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di wedding organizer "PIXTORA SALON", (4)Untuk mengetahui kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di wedding organizer "PIXTORA SALON" . Penelitian ini menggunakan penelitian survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengambilan data yang pokok. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 55 orang. Data yang terkumpul yang berasal dari data primer dianalisis secara deskriptif dan analisis statistik dengan menggunakan program SPSS (*Statitical Program For Social Science*).

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi secara parsial atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari penjelasan tersebut di atas maka disarankan kepada usahawan bahwa : (1) Bagi Usahanya,Diharapkan wedding organizer "PIXTORA SALON"dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang tinggi kepada konsumen dan meningkatkan kualitas produk, sehingga kepuasan konsumen akan meningkat sesuai yang diharapkan. (2) Saran peneliti selanjutnya, Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang serupa lebih mengembangkan hasil yang telah dicapai peneliti saat ini, bahkan lebih baik menambah indikator-indikator baru yang kiranya mempengaruhi kepuasan konsumen. (3) Saran bagi konsumen, Diharapkan para konsumen dapat memilih dengan cermat wedding organizer yang berkualitas seperti "PIXTORA SALON".

Kata kunci: kualits pelayanan, Kualitas produk, Promosi dan Kepuasan Konsumen.

I. LATAR BELAKANG

Apabila konsumen benar – benar puas, mereka akan membeli ulang serta member rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh sebab itu perusahaan perlu menyadari bahwa kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenagkan persaingan, dan salah satu unsurnya adalah kualitas pelayanan. (Tjiptono, 2004:145)

Disamping kualitas pelayanan, masih ada kualitas produk, karena pada dasarnya setiap orang yang membeli suatu produk, baik barang atau jasa, tentu mereka ingin memperoleh kualitas yang baik. Jika barang tersebut mempunyai kualitas yang baik maka konsumen akan merasa puas akan kualitas produk tersebut. (*Kotler, Armstrong* 2001:50)

Maka penjelasannya sebagai berikut tahun 2013 decoration presentasenya sebanyak 45% sedangkan pada tahun 2014 sebanyak 30% dan tahun 2015 sebanyak 25% berarti mengalami peningkatan pada tahun 2014 dan mengalami penurunan paling rendah ditahun 2015 itu dikarenakan banyaknya konsumen yang tidak begitu minat dengan decoration yang bermodel lama dan yang mereka inginkan adalah sesuai dengan desain yang mereka ingingkan sehingga decoration yang kami sediakan tidak selalu diminati klien.

Maka dapat dijelaskan rata – rata kepuasan konsumen PIXTORA SALON mengalami peningkatan pada tahun 2013 ke 2014 sebesar 4% hal ini disebabkan karna pada tahun 2013 belum banyak salon kecantikan sedangkan dari tahun 2014 ke 2015 mengalami penurunan sebesar 9% hal ini banyaknya persaingan dalam dunia wedding organizer. Oleh karna itu peneliti ingin melakukan penelitian terhadap PIXTORA SALON mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yunita wulan sari (2012) yang berjudul Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Dan bisa dilihat bahwa dari tahun ke tahun ada penurunan dan kenaikan kepuasan konsumen sehingga bisa dinyatakan usaha ini layak berdiri dan bersaing didunia jasa khususnya salon kecantikan atau wedding organizer dimana pesaing – pesaing diluar sana yang semakin meningkatkan kulitasnya untuk mendapatkan keuntungan dari kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas ,maka dengan ini diajukan sebuah penelitian dengan judul " **Analisis Pengaruh Kualita Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen di Wedding Organizer (studi kasus PIXTORA SALON")**

II. METODE

A. Variabel Penelitian

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur yang dipergunakan untuk melakukan penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2004:1) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Tempat dan Waktu Penelitian

1. **Tempat Penelitian :**

Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di "PIXTORA SALON" yang beralamatkan di desa gampeng kecamatan Gampengrejo kabupaten Kediri

Waktu penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama 6 bulan yaitu bulan Juni sampai November tahun 2015

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto (2002:108), memberikan pengertian bahwa populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah keseluruhan obyek penelitian, jadi populasi dalam penelitian ini berjumlah 55 klien.

2. Sampel

Menurut Sugiono (2008:118) Sampel adalah sebagian dari keseluruhan unsur yang akan diteliti sebagai objek penelitian

C. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuisioner tertutup atau sering disebut angket tertutup. Menurut Riduwan (2010: 25) angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Angket dibedakan menjadi dua jenis yaitu: angket terbuka dan tertutup.

D. Validitas Instrumen

Validitas Instrumen

Variabel	Item	R hitung	R tabel a 5%	Keterangan
Kualitas Pelayanan (x1)	1	0,473	0,266	Valid
	2	0.341	0,266	Valid
	3	0,595	0,266	Valid
	4	0,655	0,266	Valid
	5	0,557	0,266	Valid
	6	0,478	0,266	Valid
	7	0,302	0,266	Valid
	8	0,305	0,266	Valid
	9	0,516	0,266	Valid
	10	0,361	0,266	Valid
	11	0,429	0,266	Valid
	12	0,448	0,266	Valid
Kualitas Produk (x2)	13	0,678	0,266	Valid
	14	0,633	0,266	Valid
	15	0,507	0,266	Valid
	16	0,422	0,266	Valid
	17	0,371	0,266	Valid
	18	0,459	0,266	Valid
Promosi (x3)	19	0,423	0,266	Valid
	20	0,392	0,266	Valid
	21	0,595	0,266	Valid
	22	0,636	0,266	Valid
	23	0,511	0,266	Valid
	24	0,376	0,266	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	24	0,556	0,266	Valid
	25	0,565	0,266	Valid
	26	0,304	0,266	Valid
	27	0,514	0,266	Valid
	28	0,392	0,266	Valid
	29	0,433	0,266	Valid
	30	0,455	0,266	Valid
	31	0,267	0,266	Valid
	32	0,597	0,266	Valid
	33	0,432	0,266	Valid

Sumber : SPSS

a). Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid jika r hitung > r tabel, sebaliknya dinyatakan tiak valid jika r hitung < r tabel.

b). Uji Reliabilitas

Reliabilitas data adalah untuk nmengetahui atau menunjukkan keajekan suatu tes dalam mengukur gejala yang sama pada waktu dan kesempatan yang berbeda. Kereliabelan sebuah data didapatkan dari *cronbach's alpha* (r alpha) lebih besar dari r tabel.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data yang di butuhkan, metode yang di gunakan adalah:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research)*
2. Kuesioner

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Dalam menganalisis data untuk membuktikan hipotesis, terlebih dahulu peneliti melakukan uji asumsi klasik

2. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertuju Dipergunakan untuk menguji dalam sebuah produk regresi, variabel dependent dan variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Produk regresi yang baik adalah data distribusi yang normal atau mendekati normal. Deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya hubungan yang sempurna antara variabel bebas dalam produk regresi. Apabila terjadi multikolinieritas maka variabel bebas yang berkolinier dapat dihilangkan. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinear menurut perhitungan yang dilakukan Imam

Ghozali, produk regresi tidak terjadi mutikolinearitas apabila:

1). Mempunyai nilai VIF < 10

2). Mempunya TOLERANCE > 0,1

4. Uji Autokolerasi

Nilai durbin watson (dw) yang dihasilkan adalah 2,021. Hasil perhitungan F tabel 2.786, karena nilai durbin watson lebih kecil dari F tabel maka tidak terdapat autokorelasi

5. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskidastisitas terjadi apabila tidak ada kesamaan deviasi standar nilai variabel dependen pada setiap variabel independen. Suatu hasil regresi sebaiknya tidak terjadi Heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan : jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (x1), kualitas produk (x2) , dan promosi (x3) terhadap kepuasan konsumen (y)

2) Uji Hipotesis

a). Uji t (parsial)

Pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Oleh karena nilai sig. = 0,000 < 0,10 berarti faktor kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh faktor kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Oleh karena nilai sig. = 0,057< 0,10 berarti faktor kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh faktor promosi terhadap kepuasan konsumen.

Oleh karena nilai sig. = 0,107 > 0,10 berarti faktor promosi secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen

G. Uji F (Simultan)

Dari perhitungan diperoleh F_{hitung} sebesar 4,716 > F tabel (3,51) sebesar 2.786 atau nilai sig=0,000 < dari 0,005 berarti secara bersama-sama kualitas pelayanan (x1) kualitas produk (x2) dan promosi (x3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam pembahasan analisis regresi linier beranda dan pembuktian hipotesis, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wedding organizer "PIXTORA SALON".Hal ini berarti bahwa apabila kualitas pelayananmengalami peningkatan maka akan terjadi peningkatan kepuasan konsumen.
2. Kualitas produk secara parsial tidakberpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wedding organizer "PIXTORA SALON".Hal ini berarti bahwa apabila Kualitas produk meningkat akan terjadi

penurunan kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan kualitas produk bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ada faktor lain yang mempengahi kepuasan konsumen.

3. Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wedding organizer "PIXTORA SALON".Hal ini berarti bahwa apabila promosi meningkat akan terjadi peningkatan kepuasan konsumen.
4. Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wedding organizer "PIXTORA SALON". Hal ini berarti bahwa jika pemberian kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi meningkat ataupun menurun secara bersama-sama, maka dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

Saran

Hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, dapat disarankan sebagai berikut :

1. Saran Bagi Usahanya
   Diharapkan wedding organizer "PIXTORA SALON"dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang tinggi kepada konsumen dan meningkatkan kualitas produk, sehingga kepuasan konsumen akan meningkat sesuai yang diharapkan.
2. Saran bagi konsumen
   Diharapkan para konsumen dapat memilih dengan cermat wedding organizer yang berkualitas seperti pixtora salon serta paket-paket yang telah disediakan oleh wedding organizer pixtora salon sehingga konsumen merasa puas.

a. DAFTAR PUSTAKA

*Kotler,Philip & Kevin Lane Keller.2008.**Manajemen Pemasaran**.Jakarta:Indeks*

*Buchari, Alma,2000,**Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Cetakan Kelima, Bandung : Alfabeta*

*Dharmestadan Irawan,2005,**Manajemen Pemasaran Modern**, Edisi Kedua, yogykarta Liberty*

Ismaya, Sujana, 2006,kamus Akuntansi, Cetakan Pertama, kediri Pustaka: Pusat Kota

Juanim, 2004, Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran, Bandung : Universitas Pasundan

Kotler, Philip, 2002 Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Alih Bahasa Oleh Hendra Teguh dkk,Edisi Milenium

Kotler,Philip, Dan A.B. Susanto ,2000 Manajemen Pemasaran Indonesia, Alih Bahasa Oleh Ancella Anitawati Dan Hermawan , Edisi Pertama ,Jakarta Salemba Empat

Majalah Swa, 2005, Edisi XXL , kediri: Yayasan Sembada Swakarya

Nazir, Moh , 2003 Metode Penelitian , Cetakan Keenam, Bogor Selatan : Ghalia Indonesia

Pass Dan Lowes, 1997, Kamus Lengkap Bisnis , Alih Bahasa Oleh Sumarso Santoso, Edisi Kedua, Jakarta:Erlangga

Simamora, Bilson,2004, Riset Pemasaran, jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Supranto, J,2000,Statistik,Edisi Keenam, Jakarta: Erlangga

Dharmesta, Basu Swastha,2002, Azas – Azas Marketing, Yogyakarta: Liberty

Website

www.ptpn6.co.id

http://www.rsi.sg/Indonesian/ruangbisnis/view/2006071320700/1/.html

http://www.kbptpn.com/new.php?new_id=123&lang=0

http://www.swa.co.id/swamajalah/artikellain/details.php?cid=1&id=pageNum=5