

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP

KEPUASAN DAN INTENSITAS PEMBELIAN

(Studi Empirik pada Konsumen Supermarket Alfa Yogyakarta)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Yuliana

NPM. 01 03 12727

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ATMA JAYA

YOGYAKARTA

JUNI, 2006



SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN DAN INTENSITAS PEMBELIAN**
(Studi Empirik pada Konsumen Supermarket Alfa Yogyakarta)

Disusun Oleh:

Yuliana
NPM. 01 03 12727

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Ign. Sukirno., Drs., MS.

Tanggal 10 Mei 2006

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN DAN INTENSITAS PEMBELIAN**

(Studi Empirik pada Konsumen Supermarket Alfa Yogyakarta)

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:


Yuliana

NPM. 01 03 12727

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 14 Juni 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta


SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

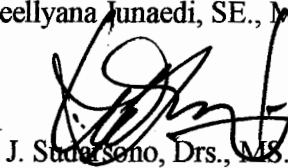


Ign. Sukirno, Drs., MS.

Anggota Panitia Penguji,



MF. Sheellyana Junaedi, SE., M.Si.



J. Sudarsono, Drs., MS.

Yogyakarta, 14 Juni 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta,



FAKULTAS
EKONOMI R. Maryatmo, MA.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan skripsi dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN INTENSITAS PEMBELIAN

(Studi Empirik pada Konsumen Supermarket Alfa Yogyakarta)

benar- benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/ catatan kaki/ daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 Mei 2006

Yang menyatakan



Yuliana



Dengan penuh ucapan syukur,

Skripsi ini Kupersembahkan Kepada:

Jesus Christ yang terkasih

Alm. Papa dan Mama yang tercinta

Seluruh kakakku yang tersayang

Dan semua yang kucintai...

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang lebih indah selain kata puji syukur ke hadirat Tuhan yang telah mencurahkan berkat dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN INTENSITAS PEMBELIAN (Studi Empirik pada Konsumen Supermarket Alfa Yogyakarta)”** ini dengan baik.

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Program Studi Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang pelaksanaannya dilakukan pada semester akhir setelah menyelesaikan seluruh mata kuliah wajib.

Penulis menyadari keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis, tanpa adanya dorongan, dukungan, sekaligus doa dari berbagai pihak, penyusunan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak R. Maryatmo, Dr., MA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Ign. Sukirno, Drs., MS., selaku dosen pembimbing.
3. Alm. Papa dan Mama yang terus memberi semangat selama hidupnya
4. Ko Siu Tjay dan So Dewi yang telah membiayai kuliah saya hingga selesainya tugas akhir ini.

5. Koko dan Cie- ciekku tersayang Cun Syang, Cie Meliana dan Cie Chandra thanks banget buat supportnya, doa, dan kasih sayangnyanya selama ini, sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik hehehe...
6. Teman seperjuanganku Meilasstri, akhirnya...aku bisa menyusulmu lulus hehehe...
7. Teman seperjuanganku Agnes yang telah berjuang bersama selama penyusunan skripsi hingga wisuda, suka duka bersama ya nes...Ciayo tetap semangat.....
8. Anak- anak kos Eben Haezer yang rame dan asyik especially Shinta, Arcz, n Meli, teman seperjuangan sejak semester awal, juga Linda thanks buat tumpangan kamarnya, n anak – anak kos yang lain thanks 4 all....
9. Semua teman- teman Ekonomi Manajemen yang tidak dapat saya sebutkan satu- persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini terdapat banyak kesalahan dan juga kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh sebab itu penulis mohon maaf dan membuka diri bagi kritik dan saran yang membangun, sehingga karya ini menjadi lebih bernilai.

Akhirnya penulis hanya dapat berharap semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi penulis, tetapi juga bagi semua pihak yang membutuhkannya. Selamat membaca, Terima Kasih.

Yogyakarta, Mei 2006

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
HALAMAN PERNYATAAN.....	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XII
INTISARI.....	XIII
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Hipotesis Penelitian.....	8
1.7. Metodologi Penelitian.....	8
1.8. Metode Analisis Data.....	12
1.9. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	19
2.1. Pengertian Pemasaran.....	19
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	20
2.3. Konsep Pemasaran.....	20
2.4. Pengertian Perilaku Konsumen.....	22
2.5. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
2.6. Kepuasan Konsumen/ Pelanggan.....	28

2.7.	Pengertian Kualitas Jasa/ Pelayanan.....	34
2.8.	Karakteristik Jasa/ Pelayanan.....	36
2.9.	Konsep Intensitas Pembelian.....	39
BAB 3 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		41
3.1.	Sejarah Perusahaan.....	41
3.1.1.	Strategi Pemasaran.....	42
3.1.2.	Komitmen PT. Alfa Retailindo, Tbk.....	42
3.2.	Divisi Di Dalam PT. Alfa Retailindo, Tbk.....	43
3.2.1.	Divisi Eceran.....	44
3.2.2.	Divisi Grosir.....	44
3.3.	Lokasi Gerai.....	45
3.3.1.	Toko Gudang Rabat.....	45
3.3.2.	Supermarket.....	46
BAB 4 ANALISIS DATA.....		48
4.1.	Penjelasan Penelitian.....	48
4.2.	Tehnik Pengujian Instrumen.....	49
4.2.1.	Uji Validitas.....	49
4.2.2.	Uji Reliabilitas.....	51
4.3.	Analisis Data.....	52
4.3.1.	Analisis Data Responden.....	52
4.3.2.	Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan.....	55
4.3.3.	Kepuasan Konsumen Pasca Konsumsi.....	58
4.3.4.	Intensitas Pembelian Konsumen Pasca Konsumsi	58
4.3.5.	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode <i>Stepwise</i>	59

4.3.6.	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Intensitas Pembelian dengan Menggunakan Metode <i>Stepwise</i>	64
--------	--	----

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
4.1. Kesimpulan.....	67
1. Data Responden.....	67
2. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan...	67
3. Kepuasan Konsumen Setelah Melakukan Kegiatan Belanja Di Supermarket Alfa Yogyakarta.....	68
4. Intensitas Pembelian Konsumen Setelah Melakukan Kegiatan Belanja Di Supermarket Alfa Yogyakarta.	68
5. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	69
6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Intensitas Pembelian.....	69
5.2. Saran.....	69
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	: Validitas.....	50
Tabel 4.2.	: Reliabilitas.....	51
Tabel 4.3.	: Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	52
Tabel 4.4.	: Data responden berdasarkan usia.....	53
Tabel 4.5.	: Data responden berdasarkan pekerjaan.....	54
Tabel 4.6.	: Data responden berdasarkan pendapatan	54
Tabel 4.7.	: Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Supermarket Alfa.....	55
Tabel 4.8.	: Kepuasan konsumen setelah melakukan kegiatan belanja di Supermarket Alfa.....	58
Tabel 4.9.	: Intensitas pembelian setelah melakukan kegiatan belanja di Supermarket Alfa.....	58
Tabel 4.10.	: Pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen dengan menggunakan metode <i>stepwise</i>	59
Tabel 4.11.	: Uji signifikansi secara simultan.....	60
Tabel 4.12.	: Uji signifikansi secara parsial.....	60
Tabel 4.13.	: Pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap intensitas pembelian dengan menggunakan metode <i>stepwise</i>	64
Tabel 4.14.	: Uji signifikansi secara simultan.....	64
Tabel 4.15.	: Uji signifikansi secara parsial.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 : Data dan Jawaban Responden
- Lampiran 4 : Uji *One Sample t-test*
- Lampiran 5 : Uji Regresi Linier Berganda dengan metode *stepwise*
- Lampiran 6 : Tabel Distribusi R
- Lampiran 7 : Tabel Distribusi F
- Lampiran 8 : Tabel Distribusi T

INTISARI

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN INTENSITAS PEMBELIAN

(Studi Empirik pada Konsumen Supermarket Alfa Yogyakarta)

Di susun Oleh:

Yuliana

NPM. 01 03 12727

Pembimbing

Ign. Sukirno, Drs., MS.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Supermarket Alfa Yogyakarta, (2) bagaimana kepuasan konsumen setelah melakukan kegiatan belanja di Supermarket Alfa Yogyakarta, (3) bagaimana intensitas pembelian konsumen setelah melakukan kegiatan belanja di Supermarket Alfa, (4) bagaimana pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Supermarket Alfa Yogyakarta, (5) bagaimana pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap intensitas pembelian di Supermarket Alfa Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah (1) metode waktu dan tempat penelitian, (2) metode pengambilan sampel, (3) metode pengumpulan data, dan (4) metode pengukuran data.

Dari hasil analisis yang dilakukan, telah didapat beberapa kesimpulan. Pertama, persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Supermarket Alfa Yogyakarta adalah baik. Kedua, konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Supermarket Alfa Yogyakarta. Ketiga, intensitas pembelian konsumen tinggi. Keempat, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan intensitas pembelian meskipun tidak seluruh dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan intensitas pembelian konsumen.

Kata Kunci: Persepsi, Kualitas pelayanan, Kepuasan Konsumen, Intensitas Pembelian konsumen.