

**”ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA WARNET AINO DI
YOGYAKARTA”**

SKRIPSI



Disusun oleh :

MARLITA MITHA TAMAELA

No. Mhs. : 11074585

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS - PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2011

ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN

DALAM MENGGUNAKAN JASA WARNET AINO

DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Bisnis (S1)

Disusun oleh :

MARLITA MITHA TAMAELA

No. Mhs. : 11074585

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS - PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Warnet Aino di Yogyakarta

Nama : Marlita Mitha Tamaela

NIM : 11074585

Mata Kuliah : Skripsi Kode : MB001

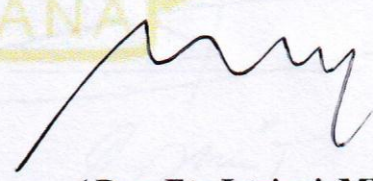
Semester : Gasal Tahun Akademik : 2011/2012

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Yogyakarta,

Telah diperiksa dan disetujui



(Dra. Ety Istriani, MM.)

**Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
dan Dinyatakan Diterima untuk Memenuhi Sebagian
Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Bisnis
Pada Tanggal :**

04 JAN 2012

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Bisnis,



(Dra. Insiwijati Prasetyaningsih, MM.)

Dewan Penguji.

1. Dra. Ety Istriani, MM
2. Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si.;
3. Agustini Dyah Respati, Dra., MBA.

Three handwritten signatures in black ink are shown, each on a horizontal line. The signatures are written in a cursive style. The first signature is at the top, the second is in the middle, and the third is at the bottom.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- ❖ **Tuhanku Yesus Kristus**
- ❖ **Almamaterku Duta Wacana**
- ❖ **Dosenku Bu Ety Istriani yang terkasih**
- ❖ **Papa dan Mama tercinta**
- ❖ **Saudara - saudaraku kak Oby & Eman tersayang**
- ❖ **Pangeranku Agus Ardi Sukertha tersayang**
- ❖ **Sahabat - sahabat dan teman -temanku tercinta**

KATA MUTIARA

“Sesungguhnya, Allah adalah penolongku; Tuhanlah yang menopang aku”. (Mazmur 54 :6)

“Apa yang tidak pernah dilihat oleh mata, dan yang tidak pernah didengar oleh telinga, dan yang tidak pernah timbul di dalam hati manusia : semua disediakan Allah untuk mereka yang mengasihi Dia” (1 korintus 2 : 9)

”Jalanilah seluruh kehidupan dengan optimis dan sukacita, harapan cemerlang dan keberanian menggebu serta kata-kata yang penuh perdamaian” (Genta Ogami)

“Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat” (Winston Churchill)

”Masa depan itu tidak selalu lebih baik dari pada masa lalu,tapi persiapkan diri anda untuk hadapi masa depan , agar masa depan anda menjadi lebih baik dari pada masa lalu” (komang leo triandana Arizona)

KATA PENGANTAR

Segala hormat dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya yang begitu besar, sehingga skripsi ini bisa selesai. Sungguh hanya dari anugrah dan mukjizat dari-Nya-lah yang selalu menyertai penulis.

Skripsi dengan judul: “**ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA WARNET AINO DI YOGYAKARTA**”, disusun sebagai syarat kelulusan study untuk mencapai gelar Sarjana Bisnis (S1) pada Fakultas Bisnis program studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan waktu dan pengalaman yang penulis miliki, namun penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi pembaca dalam memperluas wawasan dan pengetahuan yang ada.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu terselesainya penyusunan skripsi ini. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus kristus yang selalu memberi kekuatan penulis menjalani semua cobaan dalam setiap langkah kehidupan, memberikan berkat-Nya yang melimpah kepada penulis, serta selalu menyadarkan penulis bahwa hidup membutuhkan usaha, kerja keras dan doa dari-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini.

2. Ibu Ety Istriani, MM selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan petunjuk hingga terselesainya skripsi ini.

Makasih banyak ya bu ☺

3. Almamaterku, Universitas Kristen Duta Wacana sebagai tempat mengabdikan dan menuntut ilmu perkuliahan yang luar biasa. Aku sangat bangga menjadi mahasiswa UKDW.

4. Seluruh Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pendidikan yang penulis peroleh selama menuntut ilmu di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

5. Papa dan mama tercinta yang telah banyak memberikan dorongan baik berupa moril maupun materiil kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Mungkin dengan ucapan Terima kasih yang setulus - tulusnya yang bisa penulis utarakan untuk sedikit membalas jasa serta pengorbanan papa dan mama selama ini yang telah mendidik, membesarkan, dan menyekolahkan penulis hingga kuliah ini, sehingga penulis dapat meraih gelar sarjana. Semoga ini bisa memberikan kebanggaan tersendiri buat papa dan mama. Dan juga penulis meminta maaf sebesar - besarnya buat mama dan papa, bila selama ini ada kata - kata serta perilaku penulis yang membuat mama dan papa merasa kecewa, karena penulis juga merupakan manusia biasa yang tidak luput dari kesalahan. You are is the best parents. kiss n big hug :*

6. Dua saudaraku yang paling saya sayangi buat Kak oby dan Eman. Buat kak oby, makasih banyak eh kak. Kakak sudah menjadi kakak terbaik buat saya. Atas doa, nasehat, suport, dan perhatiannya selama ini. Buat eman adikku tersayang. Makasih banyak eh buat dukungan, doa, bantuan serta perhatiannya selama ini yang turut membantu saya. Saya sangat bangga memiliki saudara seperti kalian ☺

7. Buat Opa Bob dan Oma Vi, Opa sumba (Alm) dan Oma Sumba (alm) makasih atas doa-doanya selama ini.
8. Pangeranku,sayangku,bebi balabalaku,alienku sayang ” Agus Ardi Sukertha”. Kaulah sumber inspirasi skripsiku. Makasih banyak ya sayang atas dukungan,doa,serta perhatian yang sangat luar biasa buat aku. you are is the best in my heart :*
9. Sahabat2 kampusku ”Crazy Family” terspesial buat bundengku Selena yang sama – sama berjuang dalam mengerjakan skripsi, yang selalu bareng penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa juga buat sahabat – sahabatku yang lainnya : emakku imutkuwh, kak itha yang lesungnya manis sekali, oma mita, mbok yas, nyai jessi, n bulik pipit yang selalu mendukung serta membantu penulis dalam skripsi ini. Makasih ya sahabat – sahabatku. I miss you all,kapan ni kita ngumpul2 bareng lagi ??? kangen nongkrong di basecamp andalan loh, hehehehe :*
10. Buat teman2 manajemen 07 tersayang si diana beut..kapan ni lo nyusul gue ??? klo gag cepetan, LO GUE BYE ,, hahahahahahahaha :p wanto,dan fabia. Makasih ya sob atas dukungannya. Akhirnya eke kelar juga cinttttttttttttt :p
11. Buat sahabat2ku ENIMERS terspesial buat Novi, sudah bukan sahabat lagi melainkan sudah saya anggap seperti saudara sendiri. Kamulah sahabat yang terbaik dan terhebat yang pernah saya miliki. Bisa awet sampai 17 tahun persahabatan kita. Itu sungguh luar biasa. Kiss and big hug. Miss you :* buat Ranny,Esther,n Shinta kalian juga memang sahabat – sahabat terbaik yang pernah saya miliki. Makasih banyak ya.Miss you all :*
12. Buat sahabat yang sudah saya anggap sebagai saudara sendiri, Nyet dan dd Anin tersayang. Makasih banyak ya atas perhatian,dukungan,dan kasih sayang yang telah kalian berikan buat saya. Kiss and hug :*
13. Buat teman – teman nongkrongku : bryan,ryan,usher,bojes,andy,bebek,sinyo,dimas,dan si bule billy. Makasih banyak atas traktiran dan kebersamaannya mas - mas bro :D wkwkwk :D kangen kalian semua ☺
14. Buat teman – teman yang di sala 3 : dek kesya,rieva,ayank nisi,ayank nila,ayank momo,ayank dewi,ayank micke,ayank vina dan yang lain, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
15. Siapa saja yang tidak sempat disebutkan, yang sudah turut mewarnai hari-hari penulis selama di jogja ini. Baik mantan pacar dan semua yang pernah dekat dengan penulis. Thanks for all ☺

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran sebagai masukan agar penulis mampu mengembangkan kemampuan diri dan menjadikan penelitian di dalam skripsi ini lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi inspirasi bagi semua pembaca serta bermanfaat bagi masyarakat dan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta,

Penulis

Marlita Mitha Tamaela



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengajuan	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Persembahan	v
Halaman Kata Mutiara	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Abstrak	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Perumusan Masalah	4
1.3	Tujuan Penelitian	4
1.4	Manfaat Penelitian	5
1.5	Batasan Penelitian	6

BAB II LANDASAN TEORI, STUDI PUSTAKA/LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1	Pengertian Pemasaran	7
2.2	Manajemen Pemasaran	8
2.3	Konsep Pemasaran	8
2.4	Pengertian Jasa	9
2.5.	Klasifikasi Jasa	9
2.6	Karakteristik Jasa	11
2.7	Tingkatan Produk Jasa	13
2.8	Kualitas Layanan (Jasa)	14
2.9	Dimensi Kualitas Pelayanan (SERVQUAL)	16
2.10	Perilaku Konsumen	17
2.11	Tahap-tahap proses keputusan pembelian	20
2.12	Keputusan Konsumen	23
2.13	Penelitian Terdahulu	23
2.14	Pengembangan Hipotesis	26

BAB III METODA PENELITIAN

3.1	Data	28
3.1.1	Data Primer	28
3.1.2	Data Sekunder	28
3.2	Metode Pengumpulan Sampel	29
3.3	Definisi Variabel dan Pengukurannya	29
3.3.1	Variabel Penelitian	30

3.3.2.....		
	Variabel Pengukuran	33
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	34
	3.4.1 Uji Validitas	34
	3.4.2 Uji Reliabilitas	35
3.5	Pengembangan Model Penelitian	36
3.6	Uji Hipotesis	37
	3.6.1 Uji t (<i>t Test</i>)	38
	3.6.2 Uji F (<i>F Test</i>)	40
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1	Pengumpulan Data	43
4.2	Karakteristik Responden	44
	4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
	4.2.2 Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
	4.2.3 Karakteristik responden Berdasarkan Status Pernikahan	45
	4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	46
	4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	47
	4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.3	Uji Validitas	49
4.4	Uji Reliabilitas	52
4.5	Pengujian Hipotesis	53
	4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	53

4.5.2	Uji Signifikansi Pengaruh Secara Individu (<i>t Test</i>)	54
4.5.2.1	Hipotesis Pertama (H1) <i>Tangibles</i> (X1)	55
4.5.2.2	Hipotesis Kedua (H2) <i>Reliability</i> (X2)	55
4.5.2.3	Hipotesis Ketiga (H3) <i>Responsiveness</i> (X3)	56
4.5.2.4	Hipotesis Keempat (H4) <i>Assurance</i> (X4)	57
4.5.2.5	Hipotesis Kelima (H5) <i>Emphaty</i> (X5)	57
4.5.3	Uji Signifikansi Pengaruh Secara Simultan (<i>F Test</i>)	63
4.5.4	Koefisien Determinasi (R^2)	65
BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN		
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	68
5.3	Keterbatasan Penelitian	70

Daftar Pustaka

Lampiran



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	47
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	48
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel	Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.19	Hasil Uji Statistik t (<i>t Test</i>)	54
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Semua Hipotesis	59
Tabel 4.11	Hasil Regresi Linear Berganda dengan Uji t (T-test)	63
Tabel 4.12	Hasil Uji Statistik F (<i>F Test</i>)	64
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tiga Jenis Pemasaran Dalam Industri Jasa	10
Gambar 2.2 Model Menyeluruh Dari Perilaku Pembelian	19
Gambar 2.3 Tahap - tahap Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 3.1 Model Penelitian	36
Gambar 3.2 Kurva Uji t	39
Gambar 3.3 Kurva Uji F	41
Gambar 4.1 Hasil Evaluasi Regresi Warnet Aino Dengan Nilai Signifikan	59



UKDWN

ABSTRAK

Kegiatan pemasaran perusahaan bersaing semakin ketat terutama memasuki abad 21 ini. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya bisnis yang bergerak dalam bidang jasa. Salah satu penyebabnya adalah ketergantungan manusia akan jasa. Jasa merupakan “tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik (*tangible*) kinerjanya pada dasarnya tidak nyata (*intangible*) dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi”

Dalam kehidupan sehari-hari orang tidak dapat lepas dari sektor jasa khususnya *internet*, melalui media internet setiap orang akan dapat dengan mudah mengakses informasi dari belahan dunia manapun. Ketika internet dipublikasikan untuk pertama kalinya mungkin pemrakarsanya tidak pernah menduga bahwa dampaknya dikemudian hari akan sedemikian besar. Perkembangan internet menyebabkan terbentuknya sebuah arena baru yang lazim disebut dunia maya. Disini setiap individu memiliki hak dan untuk berhubungan dengan individu lain tanpa batasan apa pun yang menghalangi.

Dengan latar belakang tersebut penulis mengangkat judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Dalam menggunakan Jasa Warnet Aino di Yogyakarta**” Adapun yang menjadi rumusan masalah adalah apakah kelima variabel dimensi kualitas jasa mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino di Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan yang dilihat dari lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap keputusan konsumen di warung internet Aino Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda, uji t dan f. Pengambilan sampel dilakukan melalui kriteria *purposive sampling*, sebanyak 100 orang responden. Untuk mengetahui tingkat validitas dilakukan pengujian uji validitas dengan menggunakan analisis faktor, sedangkan untuk mengetahui reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach’s Alpha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *tangibles*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance*, dan *reliability* mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen warung internet Aino.

Kata kunci: *Kualitas pelayanan*, keputusan konsumen.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern ini, persaingan dalam dunia bisnis jasa semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya bisnis yang bergerak dalam bidang jasa. Salah satu penyebabnya adalah ketergantungan manusia akan jasa. Jasa merupakan “tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik (*tangible*) kinerjanya pada dasarnya tidak nyata (*intangible*) dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi” (Lovelock dan Wright 2005:5).

Dalam kehidupan sehari-hari orang tidak dapat lepas dari sektor jasa khususnya *internet*, melalui media internet setiap orang akan dapat dengan mudah mengakses informasi dari belahan dunia manapun. Ketika internet dipublikasikan untuk pertama kalinya mungkin pemrakarsanya tidak pernah menduga bahwa dampaknya dikemudian hari akan sedemikian besar. Perkembangan internet menyebabkan terbentuknya sebuah arena baru yang lazim disebut dunia maya. Disini setiap individu memiliki hak dan untuk berhubungan dengan individu lain tanpa batasan apa pun yang menghalangi.

Melihat kondisi persaingan di dunia Internet/warnet dan potensi pasar yang sangat potensial maka untuk menjaga kelangsungan hidup dan mengembangkan usaha suatu perusahaan, maka perusahaan harus melaksanakan kegiatan-kegiatan fungsional perusahaan antara lain : pemasaran, produksi, personalia, pengembangan dan penelitian sistem informasi

manajemen dan lainnya. Dari berbagai kegiatan ini harus dikoordinasikan dan direncanakan dengan baik agar semua kegiatan ini dapat mengarah ke tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

Dalam konteks orientasi konsumen penting pula dianalisa bagaimana perilaku konsumen dalam pemilihan warnet, apakah konsumen merasa puas atau sebaliknya, karena hal ini sangat berpengaruh pada masa yang akan datang. Perilaku konsumen merupakan studi mengenai proses-proses yang terlibat ketika individu-individu atau kelompok-kelompok memilih, membeli, menggunakan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya.

Agar warnet dapat berkembang dan terus berjalan, terutama dalam memenuhi kebutuhan konsumen, maka diperlukan adanya analisis perilaku konsumen sebagai salah satu cara dalam keberhasilan pemasarannya. Perilaku konsumen merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat untuk mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan yang memerlukan perencanaan terlebih dahulu. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan individu untuk membeli barang dan atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Konsumen akan beraksi bila merasa tidak mendapatkan kepuasan atas manfaat yang dijanjikan dari suatu produk.

Untuk memahami perilaku konsumen perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk barang atau jasa. Adapun keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal individu. Salah satu faktor eksternal terdiri dari pengaruh kualitas jasa. Faktor ini dalam interaksinya dapat mempengaruhi perilaku konsumen baik secara individual maupun secara bersama-sama.

Perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli pesaingnya. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen warnet tersebut dan kelanjutan pemakaian jasa warnet tersebut, maka salah satu cara untuk memenuhi keberhasilan pemasarannya adalah dengan melakukan analisis perilaku konsumen.

Aino sebagai salah satu warung internet yang berorientasi dalam dunia bisnis perlu mempersiapkan kemampuan untuk bersaing, sehingga manajemen Aino menyediakan fasilitas tempat berinternet yang nyaman, harga yang terjangkau, full music, headset, kecepatan untuk mengakses internet, layar LCD, kebersihan warnet, pelayanan yang ramah, bilik dengan ruang gerak yang cukup dan tempat duduk yang nyaman, selain itu Aino berupaya menciptakan pelayanan yang berkualitas yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan konsumen yang menggunakan jasanya. Atas dasar itu, maka perlu dilakukan penelitian untuk memahami sejauh mana perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di Aino.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA WARNET AINO DI YOGYAKARTA”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel *tangibles* mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino?
2. Apakah variabel *reliability* mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino?
3. Apakah variabel *responsiveness* mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino?
4. Apakah variabel *assurance* mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino ?
5. Apakah variabel *emphaty* mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berpijak pada rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel *tangibles* terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel *reliability* terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel *responsiveness* terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino.

4. Untuk menganalisis pengaruh variabel *assurance* terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino.
5. Untuk menganalisis pengaruh variabel *emphaty* terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino .

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menerapkan teori - teori yang telah diperoleh selama di perguruan tinggi dengan keadaan sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran terutama bagi pengelola warnet Aino, dan bahan masukan dalam bidang pemasaran mengenai keputusan perusahaan untuk meningkatkan pelayanan warnet Aino.

3. Bagi pihak lain

Dapat memberikan tambahan informasi bagi peneliti berikutnya yang mengambil topik yang sama. Serta ditinjau dari aspek teoritis, hasil kajian ini diharapkan bermanfaat bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran.

1.5 BATASAN MASALAH

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas sehingga mendapat hasil yang baik serta terarah sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti, maka dilakukan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Yogyakarta.
2. Obyek penelitian adalah konsumen Warung Internet Aino, jln. Urip Sumoharjo ruko mas plaza kav.11A Yogyakarta.
3. Responden yang akan diteliti adalah semua orang yang pernah menggunakan jasa di Warung Internet Aino.
4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - a. *Tangibles* / bukti - bukti fisik (X1)
 - b. *Reliability* / kehandalan (X2)
 - c. *Responsiveness* / ketanggapan (X3)
 - d. *Assurance* / jaminan (X4)
 - e. *Emphaty* / empati (X5)
 - f. Keputusan konsumen (Y)

BAB V

KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian, saran, dan juga keterbatasan penelitian.

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Variabel *tangibles* memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) berhasil didukung.
- b. Variabel *reliability* memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_2) berhasil didukung.
- c. Variabel *responsiveness* memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_3) berhasil didukung.
- d. Variabel *assurance* memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_4) berhasil didukung.
- e. Variabel *emphaty* memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa warnet Aino. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_5) berhasil didukung.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran - saran sebagai pelengkap terhadap kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh warnet Aino sebagai berikut :

1. Dalam kaitannya dengan bukti – bukti fisik (tangibles), bukti – bukti fisik yang disediakan oleh warnet Aino, sudah bagus dan lengkap. Dimana warnet tersebut menyediakan suhu ruangan yang sejuk karena dilengkapi dengan AC dan untuk tetap meningkatkannya, dapat dilakukan dengan service AC pada setiap bulannya. Tiap komputer memiliki kecepatan dalam memproses data. Untuk tetap mempertahankan kecepatan akses internet tersebut dibutuhkan kapasitas internet yang lebih tinggi. Dan di setiap komputernya menggunakan layar LCD serta memiliki kondisi perangkat komputer yang baik. Untuk tetap menjaga perangkat komputer tersebut, dilakukan perawatan / service pada setiap minggunya.
2. Dalam kaitannya dengan kehandalan (reliability), kehandalan karyawan dalam melayani konsumen dirasa sudah cukup baik, perusahaan harus mampu mempertahankan jika perlu lebih ditingkatkan lagi. Misalnya, karyawan harus memberikan pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan. Meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan karyawan dengan memberikan pelatihan, sehingga karyawan dapat memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Dalam kaitannya dengan daya tanggap (responsiveness), daya tanggap yang diberikan oleh karyawan sudah cukup bagus, ini perlu untuk ditingkatkan, upaya ini dapat dilakukan dengan cara karyawan warnet Aino harus cepat tanggap terhadap keinginan konsumen yaitu harus adanya karyawan yang selalu siap sedia, sehingga ketika konsumen membutuhkan bantuan bisa ditangani secepat mungkin, tanpa harus menunggu lama. Karyawan warnet Aino harus lebih cepat tanggap terhadap keluhan

konsumen, apabila ada konsumen yang membutuhkan bantuan atau ada yang mengeluhkan sesuatu yang berhubungan dengan kerusakan fasilitas atau pelayanan yang diberikan, maka karyawan bisa dengan cepat membantu dan menyelesaikan masalah. Pelayanan yang cepat juga mempengaruhi keputusan konsumen karena biasanya konsumen tidak sabar apabila harus menunggu lama.

4. Dalam kaitannya dengan jaminan (assurance), warnet Aino perlu meningkatkan jaminan yang menjadi salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Jaminan yang diberikan oleh warnet Aino sudah cukup baik, perlu ditingkatkan dan dipertahankan keramahan karyawan, karena sikap karyawan yang ramah akan membuat konsumen merasa senang dan nyaman dalam menerima pelayanan yang diberikan, dan perlu ditingkatkan lagi pengetahuan karyawan dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga konsumen merasa nyaman pada saat di berikan pelayanan. Untuk keamanan yang diberikan oleh warnet Aino sudah cukup bagus dan terjamin sehingga membuat para konsumen merasa aman dan nyaman untuk menggunakan jasa warnet tersebut selama 24 jam.
5. Dalam kaitannya dengan empati (emphaty), empati yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen sudah cukup baik, dan ini harus dipertahankan dan ditingkatkan dengan cara karyawan harus lebih peka terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen, serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi antara karyawan dengan konsumen yang bersifat individual atau pribadi agar konsumen merasa nyaman dan puas menggunakan jasa warnet Aino, dan berkeinginan untuk kembali menggunakan jasa warnet tersebut. Kualitas pelayanan perlu diperhatikan oleh warnet Aino, karena semakin baik kualitas pelayanan di mata konsumen dan semakin tinggi tingkat kenyamanan yang diperoleh konsumen maka akan semakin baik pula citra perusahaan di lingkungan masyarakat untuk mengambil keputusan menggunakan jasa warnet tersebut.

1.3 Keterbatasan Penelitian

- a. Penelitian hanya dilakukan di kota Yogyakarta saja sehingga belum tentu bisa mewakili seluruh kota yang ada di Indonesia.
- b. Jumlah sampel yang diambil terbatas hanya pada satu bidang jasa saja sehingga industri jasa tersebut tidak bisa secara sempurna mewakili semua industri di Indonesia.
- c. Pembagian kuesioner pada responden juga diharapkan pada saat responden memiliki waktu lebih agar responden tidak terburu-buru dalam mengisi kuesioner dan juga agar peneliti atau orang yang di utus oleh peneliti dapat menjelaskan semua variabel dan item pertanyaan yang ada dalam pertanyaan itu.
- d. Model keputusan yang digunakan relatif sederhana karena hanya dipengaruhi oleh *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathaty*. Penelitian mendatang diharapkan menambahkan variabel lain agar diketahui apakah variabel itu bisa dipengaruhi oleh variabel lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta
- Basu Swasta Dharmmestu dan T Hani Handoko, 1982. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Drs. Bambang Kustitunto. 1984. *Statistik Analisis Runtut Waktu Dan Regresi Korelasi*, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler & Amstrong (1992). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 1999. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, PT. Prenhallindo, Jakarta: Pearson Education Asia.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Lupiyoadi, Rambat (2001). *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat Patria.
- Pride, M, William & Ferrell, C,O. 1995. *Pemasaran. Teori dan Praktek Sehari-hari*. Edisi Ketujuh. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Sekaran, U. (2000), *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, 3 rd Ed., New York: John Willey & Sons, Inc
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*, Edisi pertama. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia, D. 1996. *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.