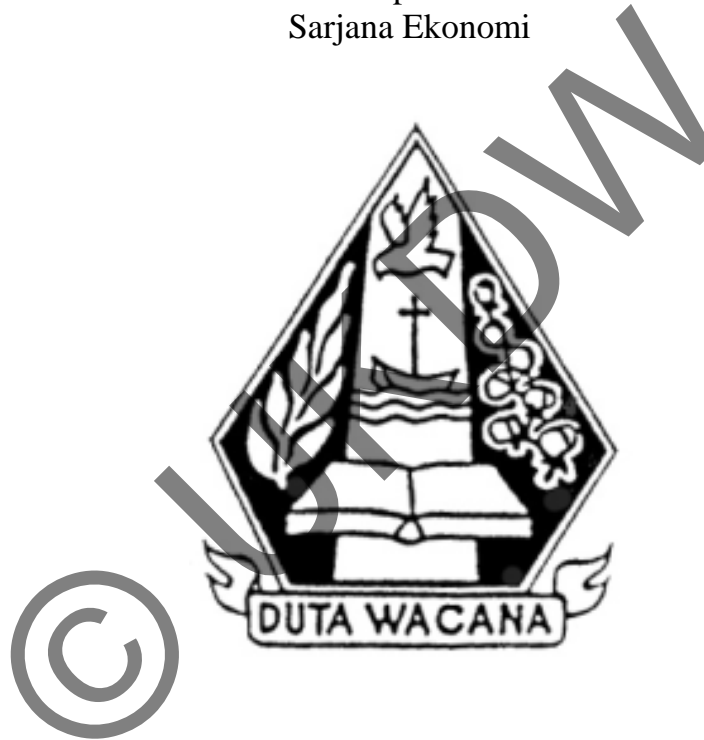


PENGARUH KUALITAS LAYANAN KASIR TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS
C.SIMANJUNTAK YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi



Oleh :

REDI YONATAN WINATA

No. Mahasiswa : 11084661

Jurusan : Manajemen

FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2011

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Redi Yonatan Winata

NIM: 11084661

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : PENGARUH KUALITAS LAYANAN KASIR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS C.SIMANJUNTAK YOGYAKARTA, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulisan aslinya. Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 9 Januari 2011
Yang membuat pernyataan,



Redi Yonatan Winata

ABSTRAKSI

Dengan semakin berkembangnya kondisi perekonomian Indonesia yang ditandai dengan meningkatnya taraf hidup dan pendapatan perkapita masyarakat Indonesia. Hal ini berakibat pula pada peningkatan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks. Melihat kondisi seperti itu maka bisnis eceran (*retail*) merupakan salah satu bisnis yang mempunyai prospek bagus karena melayani langsung kebutuhan masyarakat. Saat ini bisnis *retail* sangat marak dan beragam sehingga iklim persaingan di bisnis *retail* pun tidak dapat dihindari. Untuk memenangkan persaingan maka yang perlu diperhatikan adalah kepuasan konsumen. Untuk bisnis *retail* salah satu faktor yang berperan besar dalam kepuasan konsumen adalah pelayanan kasir, di mana kasir sebagai bagian yang cukup penting karena berhubungan langsung dengan konsumen. Hal yang dapat dilakukan untuk mencapai kepuasan konsumen adalah dengan memberikan pelayanan secara prima oleh kasir kepada konsumen, sehingga akan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.

Dengan latar belakang tersebut penulis kemudian mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Kasir Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta”**. Adapun yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana pengaruh masing-masing variabel kualitas layanan kasir (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*) terhadap kepuasan konsumen, apakah masing-masing dimensi kualitas layanan kasir tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan sekaligus mencari perbedaan tingkat kepuasannya. Penelitian dilakukan di Mirota Kampus Jalan C.Simanjuntak no.70 Yogyakarta dengan sampel sebanyak 100 responden. Responden diberikan kuesioner yang berisikan tentang profil responden dan tanggapan mengenai dimensi kualitas layanan kasir Mirota Kampus C.Simanjuntak. Setelah selesai mengumpulkan data dilakukan uji validitas dan reliabilitas, dan hasilnya semua variabel valid. Lalu dilakukan uji Hipotesis dengan analisis prosentase dan Regresi Linier Berganda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang kuat antara kualitas layanan kasir terhadap kepuasan konsumen mirota kampus C.Simanjuntak Yogyakarta dengan nilai $R^2 = 0,806$. Dari dimensi kualitas layanan kasir, variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan variabel *tangibles* tidak berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci : kepuasan konsumen, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN KASIR
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA
KAMPUS C.SIMANJUNTAK YOGYAKARTA

Nama Mahasiswa : Redi Yonatan Winata

NIM : 11 08 4661

Semester : Ganjil

Tahun : 2011 / 2012

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen



Disetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi

Dra. Agustini Dyah Respati., MBA

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Bisnis
Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen Retail
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
dan Diterima untuk memenuhi Sebagian
syarat-syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi
Pada tanggal

4 Januari 2012



Mengesahkan
Dekan,

Dra. Insiwijati Prasetyaningsih, M.M

Dewan Penguji :

1. Dra. Ety Istriani, MM

2. Petra Surya Mega Wijaya, S.E., M.Si

3. Dra. Agustini Dyah Respati., MBA

MOTTO

"We cannot exhaust the creative power of our minds."

"The amount of effort it takes to fail is the same amount of effort it takes to succeed as far as the mind is concerned. It is your responsibility to provide it with the right seeds of thought."

Pencobaan-pencobaan yang kamu alami ialah pencobaan-pencobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu Ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu. Pada waktu kamu dicobai Ia akan memberikan kepadamu jalan ke luar, sehingga kamu dapat menangungunya.

(1 Korintus 10:13)

"People seem to think that bigger words make their subject, and themselves, more important. People today 'perceive' things instead of 'viewing' or 'seeing' them. Some are not satisfied with saying merely that people or things are equal: they say they are 'coequal.' If something is equal, what is coequal?"
(Larry King)

*Lord didn't promise the bluest sky always bright
He didn't promise life would be Easy...
But He promise to go with you
in every step of the way
you take...*

"Kekayaan adalah sama dengan kemampuan untuk terus bertahan dengan gaya hidup yang ada, tanpa harus bekerja"

(Tung Desem Waringin)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Tuhan Yesus Kristus

Papa dan (Alm)Mama tercinta

MyBrother Yusak dan Deny

Keluarga Besaraku

Teman-teman terbaikku (alvin, Dimas, Chris,

Ricko, Indra, Jorgen, Selena, Trisari)

Almamaterku "Duta Wacana"

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas segala anugerah, berkat dan kasih karuniaNya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Kasir Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus C.simanjuntak Yogyakarta”**. Penyusunan skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Jurusan Manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik dan tepat tanpa doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan penuh kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra.Agustini Dyah Respati., MBA selaku dosen pembimbing, yang telah berkenan membimbing, memotivasi, membantu, dan memberikan saran-saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana, terutama mbak Lilis dan mbak Meksi yang sudah sangat membantu dalam proses administrasi dan memberikan informasi-informasi dan mengajarkan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.
3. Bapak Sugeng selaku manajer HRD Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta yang telah memberikan izin untuk penyebaran kuesioner.
4. Mbak Pending sebagai supervisor kasir yang sudah membagikan banyak ilmu tentang pelayanan kasir di Mirota Kampus.

5. Kasir-kasir Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta yang sudah mau berbagi pengalaman.
6. Papa dan (alm) Mama untuk segala dukungan baik moril maupun materil yang tidak ternilai.
7. My Brother Yusak buat segala perhatian dan dukungannya dan Deny yang lucu yang selalu menemani.
8. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang sudah sangat membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna karena berbagai keterbatasan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca dan rekan-rekan untuk menyempurnakan skripsi ini, sehingga dapat bermanfaat bagi penulis dan semua orang di masa mendatang.

Yogyakarta, Desember 2011

Penulis

Redi Yonatan Winata

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pernyataan Keaslian Tugas Akhir	ii
Abstraksi	iii
Halaman Persetujuan	iv
Halaman Pengesahan	v
Halaman Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Retail</i>	10
2.2 Bauran <i>Retail</i>	12
2.3 Dimensi Kualitas Layanan	19

2.4	Kepuasan Konsumen	22
2.5	Model Kepuasan Konsumen	27
2.6	Penelitian Terdahulu	30
2.7	Pengembangan Hipotesis	31

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Data	
3.1.1	Definisi Data	33
3.1.2	Metode Pengumpulan Data	34
3.2	Populasi dan Sampel	
3.2.1	Populasi	35
3.2.2	Sampel	36
3.3	Model Penelitian	36
3.4	Variabel dan Pengukurannya	
3.4.1	Variabel Penelitian	37
3.4.2	Pengukuran Variabel	41
3.5	Analisis Data dan Pengujian Instrumen	
3.5.1	Statistik Deskriptif	42
3.5.2	Uji Kuesioner	43
3.5.3	Analisis Prosentase	45
3.6	Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.7	Uji signifikansi	
3.7.1	Koefisien Determinasi	47
3.7.2	Uji F (Uji Simultan) ..	49
3.7.3	Uji t	50

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengujian Instrumen

 4.1.1 Uji Validitas 53

 4.1.2 Uji Reliabilitas 55

4.2 Analisis Prosentase 56

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda 60

4.4 Uji Signifikansi

 4.4.1 Koefisien Determinasi 62

 4.4.2 Uji F 63

 4.4.3 Uji t (t-Test) 64

4.5 Pembahasan 67

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 70

5.2 Keterbatasan 71

5.3 Saran 71

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Analisis Validitas	54
Tabel 4.2 Hasil Analisis Reliabilitas Kualitas Layanan Kasir.....	55
Tabel 4.3 Hasil Analisis Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	55
Tabel 4.4 Prosentase Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.5 Prosentase Profil Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.6 Prosentase Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.7 Prosentase Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.8 Prosentase Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	59
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi	63
Tabel 4.11 Hasil Uji F	64
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	25
Gambar 3.1 Kurva daerah Penerimaan dan Penolakan uji-F	50
Gambar 3.2 Kurva daerah penerimaan dan penolakan uji-t	51

© UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini bisnis *retail* di Indonesia berkembang dengan sangat pesat, terbukti dengan munculnya banyak *retailer* baru, khususnya *retail* modern dengan konsep swalayannya. Sebagai contoh, di tahun 2010 menurut sumber dari Kompas yang diambil dari data *Retail Measurement Services Nielsen* jumlah minimarket meningkat 42% dan jumlah *retailer* di Indonesia tertinggi kedua setelah India. Di ASEAN, jumlah *retailer* Indonesia tertinggi. Banyaknya *retailer* yang muncul ini didorong oleh meningkatnya jumlah penduduk Indonesia dan jumlah pendapatan perkapita penduduk Indonesia sehingga menyebabkan taraf hidup masyarakat Indonesia semakin meningkat dan berakibat pula pada peningkatan kebutuhan yang semakin tinggi dan kompleks.. Konsumen dari tahun ke tahun kebutuhannya sangat dinamis, bila dahulu membeli kebutuhan pokok dan pakaian di tempat yang terpisah, maka sekarang konsumen menginginkan satu tempat belanja yang komplit (*one stop shopping*). Begitu pula dengan sistem pembayarannya tidak hanya dengan menggunakan uang tunai tapi juga dengan penggunaan kartu kredit, debit bahkan sistem membership yang semakin memudahkan konsumen. Sehingga memunculkan banyak *retailer* modern mulai dari supermarket, minimarket, *specialty store* hingga *factory outlet* berjamuran tidak hanya di perkotaan tapi juga di pedesaan. Dengan banyaknya *retailer*, maka persaingan di bisnis *retail* pun tak bisa dihindari. Setiap *retailer* harus mempunyai keunggulan

masing-masing atau memiliki ciri khas yang tidak dimiliki *retailer* lain agar dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja.

Salah satu poin untuk dapat memenangkan persaingan adalah kepuasan konsumen, sehingga saat ini fokus perusahaan adalah orientasi pada kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2004), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Sedangkan menurut Walker (1997) "kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara produk yang dirasakan dengan yang diprediksi sebelum dipilih atau dikonsumsi." Jika yang dirasakan konsumen melebihi harapannya maka konsumen akan merasa puas.

Orientasi pada kepuasan konsumen juga saat ini menjadi hal yang sangat penting bagi *retailer*, karena kepuasan konsumen menjadi kunci suatu perusahaan tetap ada dan memiliki konsumen yang loyal. Salah satu porsi terbesar yang berperan dalam kepuasan konsumen adalah faktor pelayanan (*service*) kepada konsumen selain 4P (*product, price, place, dan promotion*). Bisnis *retail* di Yogyakarta saat ini belum menunjukkan situasi pasar yang jenuh, bahkan bisa dikatakan menjadi salah satu lahan bisnis yang sangat cerah karena semakin padatnya masyarakat di Yogyakarta dan tingginya kebutuhan akan barang kebutuhan sehari-hari. Pada penelitian kali ini, penulis ingin menganalisis lebih dalam *retailer* di Yogyakarta, khususnya pada kesempatan ini objek yang akan diteliti adalah Mirota Kampus yang terletak di Jalan C.Simanjuntak no.70. Alasan penulis meneliti Mirota Kampus karena *retailer* ini dinamis dan berkembang dengan cepat. Mirota Kampus yang usaha pertamanya adalah pembuatan

minuman, roti dan tart, sekarang telah berkembang menjadi *retailer* modern besar yang besar dan memiliki banyak cabang di Yogyakarta.

Mirota Kampus sebagai *retailer* modern di Yogyakarta juga tentunya mempunyai banyak pesaing seiring dengan perkembangan bisnis *retail* yang begitu pesat. Maka persaingan pun tidak dapat dihindari, sehingga Mirota Kampus perlu memberi pelayanan yang lebih kepada konsumen. Pelayanan yang prima menunjang *retailer* untuk memenangkan persaingan. Salah satu bagian pelayanan yang cukup mendapat perhatian bagi *retailer* adalah bagian pelayanan pembayaran (kasir). Kasir sebagai pelayanan akhir di bisnis *retailer* (*finishing service*) harus melayani konsumen dengan baik. Bila pelayanan kasir baik dan cepat maka konsumen akan puas dan cenderung loyal kepada *retailer*. Dalam hal ini kepuasan bukan hanya milik para konsumen saja melainkan perusahaan juga ikut puas terhadap hal-hal yang ditawarkan.. Perusahaan juga bisa terus menjaga prestasi tersebut dengan inovasi-inovasi yang berdasarkan dari masukan-masukan para konsumen.

Oleh karena itu berdasarkan *prasurvey* dan melihat kebutuhan Mirota Kampus C.Simanjuntak maka dalam penelitian ini yang akan diteliti adalah kualitas pelayanan kasir Mirota Kampus C.Simanjuntak terhadap konsumen. Dimensi kualitas layanan menurut Parasuraman (1994) terdiri atas lima hal. Dimensi-dimensi tersebut adalah kehandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*). Dengan kualitas layanan ini dapat diketahui apakah layanan yang diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Harapan penelitian ini

adalah untuk mendapatkan suatu konsep teoritik pada pelaksanaan layanan konsumen khususnya kualitas layanan kasir dan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen dan terus meningkatkannya. Sehingga perusahaan mampu mempertahankan konsumen serta eksistensinya dalam dunia bisnis *retail* yang merupakan satu tujuan terpenting dalam daur hidup suatu usaha *retail*. Berpijak dari latar belakang masalah yang ada, dapat dirumuskan suatu judul penelitian, yaitu: **“Pengaruh Kualitas Layanan Kasir Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah tentang kualitas layanan kasir. Kualitas layanan menggunakan teori Parasuraman (1994) yang terdiri atas lima dimensi yaitu, kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*). Rumusan masalahnya sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah pengaruh faktor kualitas layanan kasir: kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta?
- b. Bagaimanakah pengaruh faktor kualitas layanan kasir: daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta?

- c. Bagaimanakah pengaruh faktor kualitas layanan kasir: jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta?
- d. Bagaimanakah pengaruh faktor kualitas layanan kasir: empati (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta?
- e. Bagaimanakah pengaruh faktor kualitas layanan kasir: bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

- a. Menguji pengaruh faktor kualitas layanan kasir : kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen.
- b. Menguji pengaruh faktor kualitas layanan kasir : daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen.
- c. Menguji pengaruh faktor kualitas layanan kasir : jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen.
- d. Menguji pengaruh faktor kualitas layanan kasir : empati (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen.
- e. Menguji pengaruh faktor kualitas layanan kasir : bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan kasir, sehingga menjadi satu kajian dalam meningkatkan pelayanan kasir untuk mencapai kepuasan konsumen.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu wadah dalam menerapkan ilmu manajemen yang dipelajari selama kuliah dan pelatihan berpikir secara ilmiah dengan menganalisa data dari obyek yang akan diamati.

c. Bagi Pihak Lain

Mendapatkan satu khasanah kepustakaan dan memberikan satu informasi khususnya dalam bidang kualitas layanan kasir.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Lokasi yang diteliti adalah Mirota Kampus jalan C.Simanjuntak
- b. Responden penelitian ini adalah konsumen Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta.
- c. Profil responden dibatasi pada:
 1. Jenis Kelamin:
 - a. Pria
 - b. Wanita
 2. Usia:
 - a. < 20 Tahun
 - d. >40 – 50 Tahun

- b. 20 – 30 Tahun
- c. >30 – 40 Tahun
- e. > 50 Tahun

3. Pekerjaan:

- a. Mahasiswa
- b. Pegawai Negeri
- c. Pegawai Swasta
- d. Wiraswasta
- e. Dan lain-lain

4. Pendidikan Terakhir:

- a. SD
- b. SMP/Sederajat
- c. SMA/Sederajat
- d. Perguruan Tinggi
- e. Dan lain-lain

5. Pendapatan:

- a. < Rp. 500.000
- b. Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
- c. >Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000
- d. >Rp.1.500.000– Rp. 2.000.000
- e. > Rp. 2.000.000

d. Variabel dependen dalam penelitian adalah kepuasan konsumen. Menurut Philip Kotler (2004), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Pada umumnya harapan konsumen merupakan pikiran/keyakinan konsumen tentang apa yang diterimanya bila mereka mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan konsumen yang diteliti adalah kepuasan konsumen Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta terhadap dimensi kualitas layanan kasir.

e. Variabel independen dalam penelitian adalah kualitas layanan kasir diambil berdasarkan teori Parasuraman (1994) yang terdiri dari faktor-faktor kualitas layanan kasir:

1. Keandalan (*reliability*)

Komponen ini meliputi kemampuan kasir yang cepat dalam melayani dan kasir menjalankan tugasnya dengan baik dan jarang melakukan kesalahan.

2. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Komponen ini meliputi kasir yang tanggap bila terjadi keluhan pelanggan dan terjadi masalah dan menyampaikan informasi, program Mirota Kampus dengan jelas.

3. Jaminan (*assurance*)

Komponen ini meliputi kasir yang terampil dalam melayani konsumen dan peralatan pendukung kasir (komputer dan alat scan *barcode*) akurat dan baik sehingga tidak terjadi kesalahan.

4. Empati (*emphaty*)

Komponen ini meliputi keramahan dan kesopanan kasir dalam melayani konsumen, kasir memberikan senyum, ucapan terima kasih, dan *gesture* khusus Mirota Kampus dengan menyilangkan tangan kanan di dada sebelah kiri kasir sebagai wujud ucapan terima kasih karena telah berbelanja.

5. Bukti Fisik (*tangibles*)

Komponen ini meliputi kenyamanan tempat/*space* kasir untuk belanjaan konsumen dan kasir berpenampilan rapih ketika melayani konsumen.

© UKDW

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian yang telah dilakukan berkaitan dengan pengaruh layanan kasir terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C. simanjuntak Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dari data profil responden, maka berdasarkan hasil pengolahan data dari responden yang paling dominan dari konsumen Mirota Kampus C. simanjuntak Yogyakarta adalah jenis kelamin wanita, usia >30-40 tahun, mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta, dengan pendidikan terakhir SMA/ sederajat, dan mempunyai pendapatan >Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000.
- b. Dimensi layanan kasir *reliability* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C. Simanjuntak
- c. Dimensi layanan kasir *responsiveness* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C. Simanjuntak
- d. Dimensi layanan kasir *assurance* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C. Simanjuntak
- e. Dimensi layanan kasir *emphaty* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C. Simanjuntak
- f. Dimensi layanan kasir *tangibles* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C. Simanjuntak

- g. Ada pengaruh yang kuat antara variabel bebas (*reliability, responsiveness, assurance, empathy*) dengan variabel terikat (kepuasan konsumen). dengan nilai $R^2 = 0,796$ atau sebesar 79,6%.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

- a. Berdasarkan pertimbangan waktu, tenaga dan biaya sehingga kajian terhadap obyek penelitian terlalu sempit dengan jumlah sampel yang terbatas.
- b. Penelitian ini terbatas hanya pada dimensi layanan kasir yang belum mampu menjawab semua aspek dari kepuasan konsumen.
- c. Dasar teori yang digunakan sebagai landasan oleh peneliti dianggap masih belum cukup untuk menjelaskan topik penelitian. Maka sebaiknya untuk penelitian mendatang diharapkan mampu memperluas wawasan dan dasar teori yang digunakan dengan sumber-sumber yang lebih variatif.

5.3 Saran

Dari kesimpulan di atas maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran:

- a. Untuk perusahaan

Mirota Kampus perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kasir, karena berdasarkan penelitian ternyata kualitas layanan kasir

mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus C.Simanjuntak.

1) Variabel Keandalan (*reliability*)

Dalam kaitannya dengan variabel keandalan (*reliability*). Kasir sebaiknya lebih cepat dalam melayani konsumen dan berusaha sebisa mungkin mengurangi kesalahan ketika proses perhitungan belanja konsumen. Sehingga dengan memperhatikan aspek keandalan ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen Mirota Kampus C.Simanjuntak Yogyakarta.

2) Variabel Daya Tanggap (*responsiveness*)

Dalam kaitannya dengan variabel daya tanggap (*responsiveness*) kasir harus mempunyai daya tanggap yang baik terhadap permintaan dan keluhan konsumen. Misalnya bila ada keluhan mengenai produk yang rusak maka kasir harus tanggap dengan mencari produk pengganti sejenisnya. Selain itu juga kasir harus memberikan informasi yang jelas bila ada promo maupun informasi khusus yang ingin disampaikan kepada konsumen, sehingga konsumen dapat memahami dengan jelas informasi maupun program promosi yang ada.

3) Variabel Jaminan (*assurance*)

Dalam kaitannya dengan variabel jaminan (*assurance*) maka kasir harus cekatan dalam melayani konsumen dan peralatan pendukung yang ada seperti komputer dan barcode dilakukan *maintenance* dan pengecekan yang untuk menghindari kesalahan input produk.

Dengan adanya jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka konsumen pun akan puas karena telah yakin berbelanja di tempat yang terpercaya.

4) Variabel Empati (*emphaty*)

Dalam kaitannya dengan variabel empati (*emphaty*) maka kasir harus selalu ramah dan sopan dalam melayani konsumen dan mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada semua konsumen tanpa terkecuali. Karena dengan dilakukannya bagian empati ini konsumen merasa dihargai oleh kasir sehingga akhirnya menjadi puas dan juga bahkan cenderung loyal karena pelayanan yang baik diberikan oleh kasir.

5) Variabel bukti fisik (*tangibles*)

Untuk variabel ini tidak berpengaruh signifikan (pengaruhnya kecil), tetapi juga perlu dilakukan perbaikan agar untuk selanjutnya bukti fisik (*tangibles*) dapat berpengaruh lebih besar terhadap kepuasan konsumen. Perbaikan yang dapat dilakukan seperti penataan tempat kasir yang lebih baik dan teratur. Sehingga konsumen puas ketika menunggu maupun saat melakukan proses pembayaran.

- b.** Bagi peneliti selanjutnya dihimbau untuk mempertimbangkan atau menambah variabel lain selain, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena pada penelitian ini ternyata semua dimensi dari layanan kasir hanya mampu mewakili 79,6% kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Eka.1999. *Pengukuran Persepsi Kualitas Layanan, Contoh Perjalanan Sebuah Proses Penelitian bagi Peneliti*. Forum Manajemen Prasetya Mulya.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Basu Swasta DH., dan T. Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, Imam.2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Husein, Umar.1999. *Metode penelitian : Aplikasi dalam pemasaran, Edisi kedelapan, Cetakan kedua*. Yogyakarta: PT Gramedia utama pustaka,
- Japarianto, Edwin, dan S. Pantja Djati. 2011. "Pengaruh Service Retail Marketing Mix Terhadap Kepuasan Belanja Tourism Shopper Di Plaza-Plaza Surabaya" *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.2, No. 1, 96-114 .
- Kotler,Philip. 1997. *Manajemen Analisis Perencanaan Implementasi dan Control. Edisi sembilan*. Simon & Schuster. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian (Edisi pertama)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium satu*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen pemasaran*. Edisi kesebelas. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2005. *Prinsip-prinsip pemasaran*.Jakarta: Erlangga

- Lamb, Hair, Mc Daniel. 2001. *Pemasaran. Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta.
- Ma'ruf, Hendry. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Parasuraman, A, Zeithaml, A.V. dan Berry L.L, "A Conceptual Model of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol 67: 420-450, 1985.
- Parasuraman, Zeithaml, A.V. dan Berry, L.L. 1994. "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research", *Journal of Marketing*, Vol 59: 111-124.
- Risch, Ernest H. 1991. *Retail Merchandising*. New York: Bantam Books.
- Siagian, Dergibson. 2000. *Metode Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiono, 1999. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Utami, Christina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat
- Walker, Orville C. Jr. dan Robert W. Ruekert. 1997. "Marketing's Role in the Implementation of Business Strategies: A Critical Review and Conceptual Framework", *Journal of Marketing*. 51 (3): 15-33.