

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP AC LG
HERCULES MINI DI KOTA YOGYAKARTA**

SKIRIPSI



Disusun oleh:

FENDY HARTANTO

11094788

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

**“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP AC LG
HERCULES MINI DI KOTA YOGYAKARTA”**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen,
Universitas Kristen Duta Wacana,
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan, Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi,
Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
Yogyakarta 2013

Disusun oleh:

Fendy Hartanto

11094788

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP AC LG
HERCULES MINI DI KOTA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:
Fendy Hartanto

11094788

dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal **27 MAY 2013**

Nama Dosen:

1. Dr. Singgih Santoso, MM
2. Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi
3. Jonathan Herdioko, SE., MM,

Tanda Tangan

.....

.....

.....

Yogyakarta, 29 MAY 2013

Disahkan Oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan 1 Manajemen,

Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP AC LG HERCULES MINI DI KOTA YOGYAKARTA”

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat untuk menjadi sajana pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 20 MEI 2013



Fendy Hartanto

11094788

MOTTO

Karena hikmat akan masuk ke dalam hatimu dan pengetahuan akan menyenangkan jiwamu; kebijaksanaan akan memelihara engkau, kepandaian akan menjaga engkau.

(Amsal 2: 10 &11)

Proses yang kita jalani seringkali membuat kita lelah, namun yang paling penting adalah respon kita terhadap proses tersebut, karena respon kitalah yang akan menentukan hasilnya.

(ANONYMOUS)

Ketika Tuhan memecahkan masalahmu, kamu memiliki kepercayaan pada kemampuanNya, namun ketika Tuhan tidak memecahkan masalahmu, Dia memiliki kepercayaan pada kemampuanmu.

(Penulis)

Dalam kita mengerjakan segala sesuatu, cobalah untuk terus belajar dan jangan mudah menyerah.

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN



Laporan Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Universitas Kristen Duta Wacana
2. Dosen Pembimbingku Bapak Dr. Singgih Santoso, MM.
3. Kedua Orang tuaku serta semua Saudara - saudaraku
4. Sahabat dan Teman-teman dekatku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan bagi Tuhan Yesus, atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **”ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP AC LG HERCULES MINI DI KOTA YOGYAKARTA”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan yang jauh dari sempurna, walaupun demikian penulis telah berusaha dengan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki untuk menyajikan dalam penulisan skripsi dengan sebaik-baiknya, dan berkat bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, tidak berlebihan apabila dalam kesempatan ini, Penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM selaku Dosen Pembimbing Utama skripsi yang telah bersedia membantu dan membimbing, serta memberikan pengarahan dan masukan untuk terselesaikannya skripsi ini.
3. Semua dosen Fakultas Bisnis yang selalu sabar dalam membimbing dan menularkan ilmunya kepada penulis.

4. Kepala Staf Biro Akademik dan Kemahasiswaan serta seluruh dosen dan karyawan tata usaha Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membantu kelancaran studi penulis.
5. Papa dan Mama yang tercinta yang telah memberikan kasih sayang dengan tiada henti mendoakan, memberi dukungan dan semangat dalam menyelesaikan studi serta penyusunan skripsi ini.
6. Untuk sahabat, dan teman-teman Falkutas Bisnis 2009, yang telah memberikan semangat, motovasi, serta membantu untuk segala kesulitan dalam menyelesaikan tugas kuliah serta penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih atas doa, dukungan, bantuan dan kasih sayang yang telah diberikan. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semuanya, penulis berharap karya yang sederhana ini bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 20 Mei 2013



Fendy Hartanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 RumusanMasalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2 pengertian Manajemen Pemasaran.....	10

2.3	Konsep Pemasaran	11
2.4	Marketing Mix	14
2.4.1	Produk	15
2.4.2	Harga	16
2.4.3	Saluran Distribusi	18
2.4.4	Promosi	19
2.5	Perilaku Konsumen	23
2.6	Kepuasan Konsumen	24
2.6.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	24
2.6.2	Komponen-komponen Dasar dalam Kepuasan Konsumen ...	26
2.6.3	Ciri-ciri Konsumen yang Puas	27
2.6.4	Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen	28
2.6.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	28
2.7	Hipotesis	30
 BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Data	31
3.1.1	Teknik Penentuan Sampel.....	31
3.1.2	Pengumpulan Data	32
3.2	Definisi Variabel dan Pengukuran	33
3.3	Desain Penelitian	35
3.4	Model Statistik dan Uji Hipotesisl	36
3.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitasl	36
3.4.2	Metode Analisis Data.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Uji Instrumen.....	41
4.1.1 Uji Validitas	42
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.2 Analisis Persentase.....	44
4.2.1 Persentase Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2 Persentase Berdasarkan Usia.....	45
4.2.3 Persentase Berdasarkan Pekerjaan	46
4.2.4 Persentase Berdasarkan Pendapatan.....	47
4.2.4 Persentase Berdasarkan Pendidikan.....	48
4.3 Analisis Indeks Kepuasan Konsumen	48
4.3.1 Tingkatan Kepentingan	49
4.3.2 Tingkat Kepuasan.....	51
4.3.3 Hasil Peringkat Per Atribut	52
4.3.4 Indeks Kepuasan Konsumen.....	54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	56
5.1.1 Kesimpulan Validitas dan Reliabilitas	56
5.1.2 Kesimpulan Persentase Berdasarkan Profil Konsumen	56
5.1.3 Analisis Indeks Kepuasan Konsumen.....	57
5.2 Saran	57
5.2.1 Untuk Perusahaan.....	57
5.2.2 Untuk Penelitian Selanjutnya	58

DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	60

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji Validitas	42
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.3 Prosentase Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.4 Prosentase Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.5 Prosentase Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.6 Prosentase Berdasarkan Pengeluaran.....	47
Tabel 4.6 Prosentase Berdasarkan Pendidikan.....	48
Tabel 4.7 Tabel Kepentingan Konsumen AC LG HERCULES MINI.....	50
Tabel 4.8 Tabel Kepuasan Konsumen AC LG HERCULES MINI.....	51
Tabel 4.9 Hasil peringatan IKK per Atribut AC LG HERCULES MINI.....	53

©UKYDOW

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Tahapan Proses Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Skala Pengukuran Kepentingan dan Kepuasan	49
Gambar 4.2 Skala IKP untuk AC LG HERCULES MINI.....	55

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Surat Ijin Penelitian
LAMPIRAN 2	Kuesioner
LAMPIRAN 3	Karakteristik Responden
LAMPIRAN 4	Jawaban Responden
LAMPIRAN 5	Uji Validitas dan Reliabilitas

©UKDW

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP AC LG HERCULES MINI DI KOTA YOGYAKARTA”. Maksud dari penelitian ini adalah mengumpulkan data, mengolah, menganalisis serta menginterpretasikan data konsumen AC LG Hercules Mini. Sedangkan yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apakah konsumen puas terhadap produk AC LG HERCULES MINI dan menganalisis apakah ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap AC LG HERCULES MINI ditinjau dari profil konsumennya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Data yang diperlukan untuk penelitian ini dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Populasi untuk penelitian ini adalah konsumen yang memiliki dan menggunakan AC LG HERCULES MINI, untuk kemudian diambil sampel sebesar 50 responden. Metode analisis data menggunakan teknik analisis indek kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisis indek kepuasan konsumen, disimpulkan bahwa konsumen cukup puas terhadap produk AC LG HERCULES MINI yang ditunjukkan dengan nilai IKP sebesar 201,11.

Kata Kunci: produk, harga, promosi, distribusi dan kepuasan konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Persaingan di dunia perdagangan saat ini terbilang sangat ketat. Apalagi di era globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat dunia seolah tanpa batas. Perusahaan harus sadar akan tingginya persaingan dalam pasar globalisasi saat ini, sehingga memicu bagi perusahaan untuk selalu mengantisipasi dengan berbagai cara agar dapat memperoleh pangsa pasar.

Semakin besarnya pangsa pasar yang diperoleh maka dimungkinkan suatu perusahaan tersebut memperoleh pasar yang tinggi agar dapat terus bersaing dan melanjutkan kelangsungan usahanya. Pangsa pasar biasanya memilih produk dan jasa yang memberikan nilai terbesar bagi mereka. Jadi, kunci agar berhasil dan dapat mempertahankan pasar tersebut adalah memahami lebih baik kebutuhan dan proses pembelian mereka, termasuk didalamnya dengan memberikan mutu dan servis yang terbaik. Walaupun memiliki berbagai produk layanan yang baik, namun semua hal di atas belum tentu membuat customer terpuaskan. Tingkat kepuasan customer sendiri tergantung pada kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang akan memberikan cerminan keberhasilan produsen dalam memproduksi suatu barang, sebab apabila suatu produk akan menjadi gagal apabila barang tersebut tidak memberikan kepuasan bagi penggunanya, maka produsen akan terus berusaha mengembangkan produknya agar konsumen merasa puas dengan barang yang dibeli. Untuk menentukan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang biasanya sangat di pengaruhi oleh tingkat kepuasan konsumen. Karena dengan

kepuasan tinggi atau dengan kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu. Untuk itu perusahaan harus bersaing dengan perusahaan sejenis dengan menampilkan produk yang berbeda atau lebih spesifik bahkan harus memiliki karakteristik tersendiri yang mampu memuaskan konsumen.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komputasi dari kerabatnya serta janji dan informasi dari pemasar. Kepuasan merupakan sesuatu hal yang harus diperhatikan oleh produsen, seperti Schnaars, pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat salah satunya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi erat. Keputusan penting dalam pengembangan dan pemasaran produk dan jasa individu meliputi beberapa hal yaitu atribut produk, pemberian merek, pengemasan, pemasangan label, dan jasa pendukung produk (Kotler, 2001).

Banyak sekali perusahaan yang memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan agar tetap setia (resisten) terhadap produk perusahaan. Strategi pemasaran pemasaran tersebut tercakup dalam bauran pemasaran atau sering disebut marketing mix

dimana keempat bauran tersebut adalah syarat mutlak bagi sebuah perusahaan untuk membentuk loyalitas dan memberi kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama bagi sebuah perusahaan. Apapun bentuk bisnis atau usaha kita, kepuasan konsumen sangatlah penting kita bangun guna menciptakan loyalitas konsumen terhadap bisnis kita, minimal bisnis kita dikenal baik oleh masyarakat maupun konsumen tersebut. Dengan demikian setiap upaya pemasaran yang kita lakukan dapat tercapat secara maksimal. Apabila suatu perusahaan akan mengeluarkan sebuah produk maka sebaiknya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk tersebut dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan di pasaran.

Ketatnya persaingan kini menjadikan pemasaran bertumpu pada penciptaan merek-merek yang bersifat membedakan (different), dengan tetap mengutamakan kebutuhan dan kepuasan konsumen itu sendiri, sehingga dapat memperkuat loyalitas konsumen terhadap produknya. Dan hal inilah yang menjadi dasar bagi LG untuk memproduksi AC (pendingin ruangan) pada tahun 2011. LG Hercules mini merupakan pendingin ruangan keluaran pertama yang diproduksi oleh LG, pendingin ruangan yang hemat energi dengan daya listrik 320 watt. Kini di tahun 2011 telah hadir AC LG hercules mini yang lebih irit pemakain listriknya hanya 260 watt atau 1 Ampere.

Saat ini memang beberapa produsen AC berlomba-lomba membuat produk terbaru dengan AC yang lebih hemat energi untuk bisa menjangkau kelas bawah, karena sekarang AC sudah menjadi kebutuhan di saat cuaca yang sangat

panas.AC LG Hercules mini sangat cocok untuk rumah yang menggunakan daya listriknya 900 watt.

Spesifikasi AC LG Hercules mini LG S-05LPBX-R

- Energy saving
- Gold fin anti corrosion
- Timer On off 24 jam
- Jet cool
- Filter anti virus
- Auto clean

Saat ini baru AC LG hercules mini berkapasitas 0,5 pk dengan watt terendah pertama yang ada di indonesia satu-satunya. dan akan lebih dahsyat lagi jika AC ini di padukan dengan refrigerator MUSIcool yang terbukti mempunyai keunggulan dalam hal hemat energi hingga 20%. keunggulan MUSIcool ini benar benar terbukti ampuhnya bahkan Pabrik LG yang berlokasi di MM2100 cibitung-bekasi sudah mengganti freon R22 nya dengan MUSIcool.

Mayoritas konsumen berasal dari kalangan menengah keatas. Meski mayoritas konsumennya dari kalangan menengah kebawah, jadi peranan harga sangat di perhitungkan, karena di segmen ini konsumen dipastikan lebih kritis mengenai value for money sebuah barang. Dan disinilah peran dari kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa maupun produk tersebut sangat penting, dimana perusahaan pasti akan berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya maupun pelayanannya agar dapat menjamin kepuasan dari konsumen itu sendiri.

Berangkat dari latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui apakah konsumen puas terhadap LG Hercules mini. Untuk itu penulis mengadakan penelitian tentang **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP AC LG HERCULES MINIDI KOTA YOGYAKARTA”**

1.2.Batasan Masalah

- 1.Lokasi penelitian adalah di kota Yogyakarta.
- 2.Waktu penelitian antara bulan february sampai dengan bulan April 2013.
- 3.Produk yang diteliti adalah produk AC LG Hercules Mini.
- 4.Responden yang diteliti adalah mereka yang telah mengenal dan yangmemiliki produk AC LG Hercules Mini tersebut.
- 5.Jumlah responden yang diteliti adalah 50 orang.
- 6.Profil konsumen yang diteliti berdasarkan :

Jenis Kelamin :a. Pria

b. Wanita

Usia

:a. Sampai dengan 17 tahun

b. 18 - 30 tahun

c. 31 - 40 tahun

d. Lebih dari 40 taun

Pekerjaan :a. Pelajar/Mahasiswa

b. Pegawai Negeri

c. Pegawai Swasta

d. Wiraswasta

Pengeluaran :a. >Rp. 2.000.000 - Rp. 2.500.000

b. >Rp. 2.500.000 - Rp. 3.000.000

c. >Rp. 3.000.000 - Rp. 3.500.000

d. >3.500.000

Pendidikan :a. SMA s/d SMU

b. Diploma/D3

c. Sarjana

d. Pasca sarjana

7. Atribut yang diteliti :

a) desain

b) Teknologi

c) Performa AC

d) Hemat Konsumsi Listrik

e) Harga produk

f) Harga suku cadang

g) Biaya perawatan

h) Kemudahan memperoleh produk

i) Kemudahan memperoleh suku cadang

j) Kemudahan memperoleh servis

k) kepopuleran

l) Event Promosi

m) Iklan di TV

n) Sistem kredit

o) Bonus

1.3.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diajukan perumusan masalah sebagai berikut :

Apakah konsumen AC LG Hercules Mini di Yogyakarta puas terhadap produk AC LG HERCULES MINI ?

1.4.Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk AC LG HERCULES MINI di Yogyakarta.

1.5.Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

- a. Untuk memberikan gambaran tentang respon atau tingkat kepuasan terhadap produk AC LG HERCULES MINI
- b. Sebagai bahan evaluasi dan informasi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk masa akan datang.
- c. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar atau acuan dalam menentukan strategi pemasaran produknya dimasa yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan dalam menganalisa suatu masalah secara riil dan dapat menerapkan

teori-teori yang telah diterima pada waktu kuliah, sehingga menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman di bidang penelitian.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan, informasi, bahan referensi dan pedoman penelitian selanjutnya.

©UKDW

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dari bab sebelumnya dan pengolahan data melalui komputer dengan program SPSS 17, dalam penelitian yang berjudul “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP AC LG Hercules Mini DI KOTA YOGYAKARTA” terhadap 50 responden yang semuanya telah mengisi kuesioner dengan baik. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1. Kesimpulan Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan olah data dari keseluruhan 50 responden sekaligus untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner melalui program SPSS 17 dengan standar pengujian validitas dan reliabilitas tertentu seperti yang telah dijelaskan di Bab III dan IV, maka dapat disimpulkan keseluruhan instrumen kuesioner adalah valid dan reliabel. Hal ini berarti instrumen kuesioner semuanya memenuhi syarat dan dapat dilanjutkan untuk pengujian analisis selanjutnya.

5.1.2. Kesimpulan Persentase Berdasarkan Profil Konsumen

Untuk konsumen AC LG Hercules Mini, dari analisis persentase dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis kelamin wanita dengan persentase 58%, usia antara > 20-25 tahun 44%, status pekerjaan pelajar/mahasiswa 46%, status pendidikan SMU/SMA dengan persentase 52%, dan pengeluaran maksimal > Rp 2.000.000,00 – 2.500.000,00 dengan prosentase 48%.

5.1.3. Analisis Indek Kepuasan Konsumen

Sikap konsumen terhadap produk AC LG Hercules Minidi kota Yogyakarta ternyata cukup memuaskan, yaitu dengan diperoleh angka IKP sebesar **201,11**. Berarti hipotesis yang telah diajukan pada penelitian ini terbukti.

Untuk lebih jelasnya bahwa melalui perhitungan hasil peringkat IKK peratribut, tiga atribut tertinggi adalah bonus dengan hasil $4,16 \times 4,10 = 17,056(17)$, biaya perawatan dengan hasil $4,26 \times 3,88 = 16,5288(16)$ dan kemudahan service dengan hasil $3,72 \times 4,16 = 15,4752(15)$ sedangkan tiga atribut yang terendah adalah performa AC dengan hasil $3,70 \times 3,64 = 13,468(13)$, sistem kredit dengan hasil $3,68 \times 3,60 = 13,248(13)$ dan teknologi dengan hasil $3,70 \times 3,26 = 12,062(13)$.

5.2.Saran

Berdasarkan pada hasil analisis data dari penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan penelitian tersebut, untuk menjadi masukan dan bahan pertimbangan demi perbaikan dan kemajuan dimasa mendatang :

5.2.1. Untuk Perusahaan

Dari hasil penelitian terbukti ada 3 atribut tertinggi yaitu tentang bonus, biaya perawatan, dan kemudahan service di sisilain juga penelitian ini ada 3 atribut terendah yaitu performa AC, sistem kredit, dan teknologi sehingga penulis menyarankan supaya perusahaan bisa

mempertahankan atribut teratas dilain sisi perusahaan juga harus memperbaiki 3 atribut terendah supaya kepuasan konsumen tetap terjaga.

5.2.2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Beberapa saran yang dapat diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya agar lebih baik dan memberikan informasi yang lebih jelas dan lengkap:

1. Kali ini peneliti hanya meneliti beberapa atribut saja sehingga alangkah baiknya jika akan dilakukan penelitian yang sama tambahkan beberapa atribut agar bisa melihat perbedaan dan perbandingan dengan atribut-atribut yang lainlain diluar penelitian yang masih bisa mempengaruhi kepuasan konsumen misalnya seperti dalam pelayanan/jasa, penambahan inovasi, kemudahan dalam pemahaman/pengetahuan tentang produk, dan sebagainya.
2. Untuk data primer tambahkan lebih banyak responden, jika semakin banyak data primer maka semakin baik pula data yang akan terkumpul.

Daftar Pustaka

- Engel, James F. Dkk. Terjemahan F.X. Budiyanto. 1994. *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis dengan Program SPSS*. Undip: Semarang
- Kotler, Philip. 1984. *Dasar-dasar Manajemen*. Jilid 2. Jakarta: CV. Intermedia.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1998. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prehallindo.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, Adi Spto. 1997. *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Karyawan*. Makalah. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Saifuddin, Azwar. 1997. *reliabilitas dan validitas*. Pustaka Pelajar.
- Singarimbun, Masri. *Metodologi Penelitian Survei*. 1989. penerbit PT Gramedia Pustaka Umum Jakarta.
- Stanton, William J. 1987. *Prinsip Pemasaran*. Edisi VII, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, Basu dan Irawan. 1985. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta: Liberty.
- Swasta, Basu dan Hani Handoko. 1982. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Yogyakarta. BPFE
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Yogyakarta: Andy offset.