

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT. ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME)
MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

**ADE PUTRA M.
NIM : 07 832 0105**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2011**

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Medan

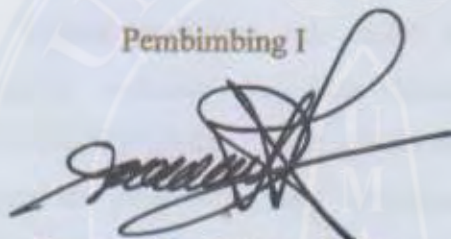
Nama Mahasiswa : ADE PUTRA M.

No. Stambuk : 07 832 0105

Jurusan : Manajemen

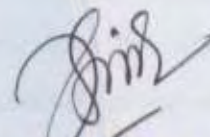
Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



(Drs. Muslim Wijaya, M.Si)

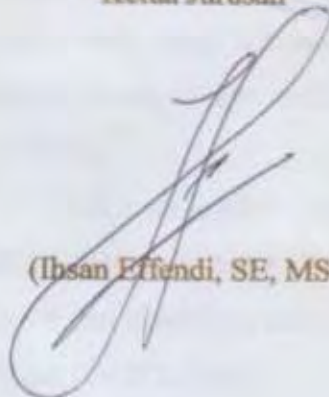
Pembimbing II



(Dra. Isnani Laili KS, MMA)

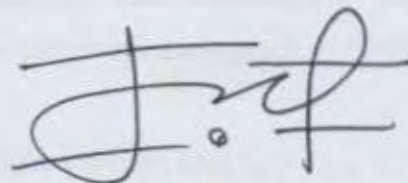
Mengetahui :

Ketua Jurusan



(Ihsan Effendi, SE, MSi)

Dekan



(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEc)

RINGKASAN

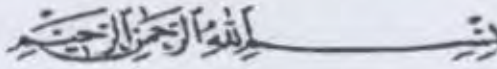
ADE PUTRA MANGALO. NPM. 078220105. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME) MEDAN". SKRIPSI 2011.

Kualitas pelayanan sangat penting kaitannya dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas nasabah mencakup harapan tentang kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsibility*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*), dan bukti langsung (*Tangible*).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Orindo Alam Ayu (ORIFLAME) Medan. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yang merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental*. Sugiyono (2005 : 95) menyatakan bahwa *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Kebetulan yang dimaksud adalah secara kebetulan bertemu saat konsumen membeli produk oriflamme di PT. Orindo Alam Ayu (ORIFLAME) Medan. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa pengamatan/*observasi* dan menyebarkan angket serta data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana menggunakan SPSS for windows.

Dari hasil analisis penulis dapat dijelaskan bahwa nilai $t_{\alpha} > t_{sig}$ ($0,05 > 0,000$) sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Orindo Alam Ayu Medan (ORIFLAME).

KATA PENGANTAR



Ass. Mualaikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah kita ucapkan kehadiran Allah S.W.T, berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun dengan keterbatasan waktu, biaya, tenaga, kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang terbatas akhirnya penulis menyelesaikan skripsi yang diberi judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Orinda Alam Aya (Oriflame) Medan"**.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus dan ikhlas kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Hery Syahril, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Muslim Wijaya, SE, Msi selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Dra. Isnaniah Laili KS, MMA selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu hingga selesainya skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. Bapak Pimpinan PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) MEDan, terima kasih atas bantuan dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
8. Buat sobatku dan juga buat teman-teman Manajemen angkatan 2006 dan 2007 yang telah memberikan saran dan motivasi hingga skripsi ini terselesaikan.
9. Teristimewa saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga buat Ayahanda dan Ibunda yang dengan penuh kasih sayang membesarkan, mendoakan dan berkorban demi masa depan Ananda

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca umumnya dan bagi penulis khususnya, kiranya Allah S.W.T melindungi kita semua, Amin.

Wassalammu 'alaikum Wr.Wb

Medan, 2011
Penulis

(Ade Putra Mangalo)

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Uraian Teoritis	5
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	5
2. Jeni-jenis Bentuk Pelayanan	7
3. Komponen dan Faktor-faktor Kualitas Pelayanan.....	8
4. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.....	9
5. Pengertian dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen	11
6. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	13
7. Strategi Kepuasan Konsumen.....	14
B. Kerangka Konseptual.....	16
C. Hipotesis	17
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	19
B. Populasi dan Sampel.....	20
C. Definisi Operasional	21
D. Jenis dan Sumber Data.....	22
E. Teknik Pengumpulan Data	22
F. Teknik Analisis Data	24

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	26
1. Sejarah Berdirinya PT. ORIFLAME	26
2. Struktur Organisasi Perusahaan	29
3. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab	32
4. Kualitas Pelayanan	34
5. Kepuasan Konsumen	35
6. Penyajian Data Responden	36
7. Penyajian Data Variabel Bebas X (Kualitas Pelayanan) ..	37
B. Pembahasan	43
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	48
2. Regresi Linier Sederhana	51
3. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	52
4. Uji Determinasi (R^2)	52

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	54
B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Rincian Waktu Penelitian	19
2. Instrumen Skala Likert	23
3. Jenis Kelamin Responden.....	36
4. Usia Responden	37
5. Tingkat Pendidikan Responden.....	37
6. Data Variabel Bebas (X) Kualitas Pelayanan.....	38
7. Data Variabel Terikat (Y) Kepuasan Konsumen.....	43
8. Uji Validitas	48
9. Uji Realibilitas.....	50
10. Regresi Linier Sederhana	51
11. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	52
12. Koefisien Determinasi (R^2)	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Konseptual	17
2. Struktur Organisasi PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Medan	25



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti. Terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa yang dibelinya.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan terhadap para konsumennya. Setelah konsumen merasa percaya dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-

benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Bagi setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas pelayanan dari sudut pandang konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan riset untuk mengidentifikasi determinan pelayanan yang paling penting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut. Dengan menganalisa tanggapan konsumen terhadap variabel-variabel tersebut maka perusahaan distribusi dapat menilai variabel mana yang belum sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga dengan demikian dapat diketahui posisi relatif perusahaan di mata konsumen. Selanjutnya perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan kualitasnya pada determinan-determinan tersebut sepanjang waktu karena sangat mungkin terjadi prioritas pasar mengalami perubahan.

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian produk oriflame. Semakin bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian produk ini mendorong para pengusaha di bidang distribusi dalam hal ini adalah PT. Orindo Alam Ayu (ORIFLAME) Medan ikut bersaing untuk menawarkan kelebihan-kelebihannya. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan untuk mempengaruhi konsumen berupa kualitas pelayanan di PT. Orindo Alam Ayu (ORIFLAME)

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, Payne, (2002), **Pemasaran Jasa**, Cetakan I, Edisi I, Penerbit Andi offset, Yogyakarta.
- Buchari Alma, (2004), **Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa**, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Fitzsimmons, (2001), **Pelayanan Barang dan Jasa**, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Harahap, Yulika Ervina, (2005). **Skripsi Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indosat, Tbk Medan**, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Jasfar, Farida, (2005), **Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu**, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, (2004). **Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian**, Terjemahan Ellen Gunawan, Edisi Kelima, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, (2001), **Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek**, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiarto Endar, (2002), **Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa**, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Simamora Hendry, (2000), **Manajemen Pemasaran Internasional**, Jilid Tiga, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, (2005), **Metode Penelitian Bisnis**, Edisi Revisi, Cetakan Kedelapan Belas, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia (2004). **Penerapan Sistem Kualitas Dalam Industri Jasa Berdasarkan Konsep Quality Service**, Manajemen dan Usahawan – LMFE – UI, Jakarta
- Tim Penyusun, (2008), **Pedoman Penulisan Skripsi**, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area – Medan.

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk pengisian:

1. Data yang dibutuhkan melalui angket ini dimaksud sebagai bahan untuk penelitian ilmiah.
2. Angket ini bukan untuk menilai anda atau orang lain.
3. Saya berharap kepada anda untuk menjawab sesuai dengan situasi dan kondisi yang anda rasakan tanpa dipengaruhi oleh pihaklain.
4. Jawablah dengan cara checklist salah satu jawaban yang anda anggap sesuai.
5. Atas bantuan dan kerjasama anda saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden

1. Usia

- (A). 20 – 30 (B). 31 – 40 (C). 41 – 50 (D). Lebih dari 50

2. Jenis Kelamin

- (A). Pria (B). Wanita

3. Pendidikan

- (A). SMU (C). Diploma (D). Sarjana

Nilai pertanyaan

Sangat Setuju = 5

Setuju = 4

Ragu-ragu = 3

Tidak Setuju = 2

Sangat Tidak Setuju = 1