

# **GAMBARAN KEPUASAN KONSUMEN BANK SAMPAH**

## **RADU SENANG DESA BULANJAHE**

### **SKRIPSI**

**OLEH :**

**KEZIA SEPTINA PANGGABEAN**

**178600206**



**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)4/11/24

# **GAMBARAN KEPUASAN KONSUMEN BANK SAMPAH**

## **RADU SENANG DESA BULANJAHE**

### **SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana*

*di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area*

**OLEH :**



**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)4/11/24

## HALAMAN PENGESAHAN

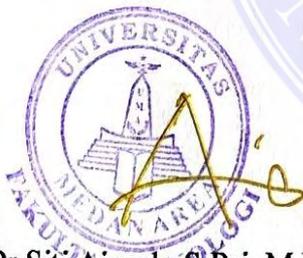
Judul : Gambaran Kepuasan Konsumen Bank Sampah Radu Senang Desa  
Bulanjahe  
Nama : Kezia Septina Panggabean  
Npm : 178600206  
Fakultas : Psikologi

Disetujui Oleh

Komisi Pembimbing

Faadhil, S.Psi., M.Psi, Psikolog

Pembimbing



Dr. Siti Aisyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Dekan

Faadhil S.Psi., M.Psi, Psikolog

Ka.Prodi

Tanggal Lulus : 07 Agustus 2024

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana yang merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah di tuliskan sumber nya secara jelas dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari di temukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 30 Agustus 2024



KEZIA SEPTINA PANGGABEAN

178600206

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJIAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : KEZIA SEPTINA PANGGABEAN

NPM : 178600206

Program Studi : Ilmu Psikologi

Fakultas : Psikologi

Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive Royalty*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Gambaran Kepuasan Konsumen Bank Sampah Radu Senang Desa Bulanjahe.**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 30 Agustus 2024

Yang menyatakan



**KEZIA SEPTINA PANGGABEAN**  
178600206

## ABSTRAK

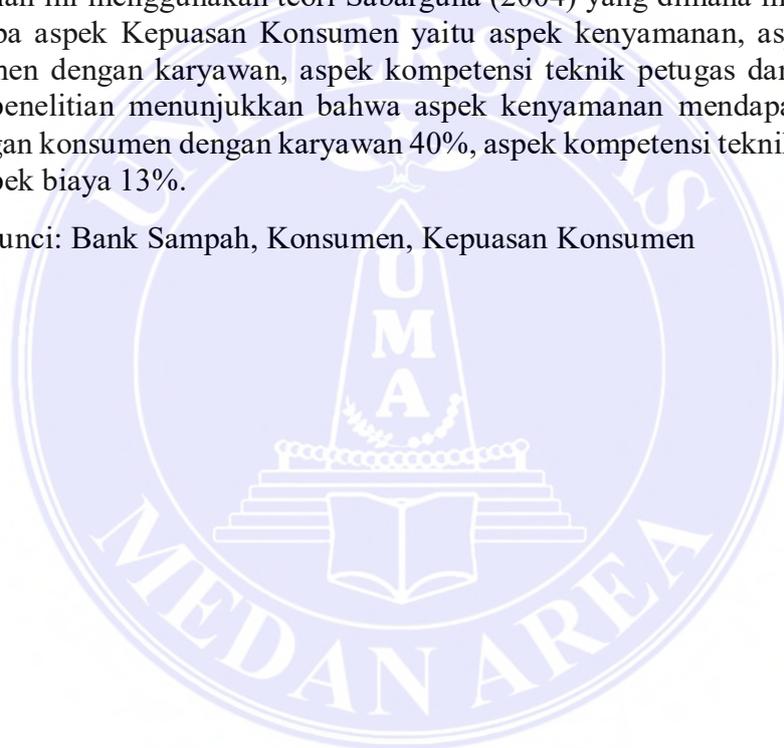
### GAMBARAN KEPUASAN KONSUMEN BANK SAMPAH RADU SENANG DESA BULANJAHE

Oleh :

Kezia Septina Panggabean 178600206

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen Bank Sampah Radu Senang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah konsumen Bank Sampah Radu Senang, Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *total sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan skala likert untuk kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan teori Sabarguna (2004) yang menyatakan ada beberapa aspek Kepuasan Konsumen yaitu aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi teknik petugas dan aspek biaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek kenyamanan mendapat 17%, aspek hubungan konsumen dengan karyawan 40%, aspek kompetensi teknik petugas 30% dan aspek biaya 13%.

Kata Kunci: Bank Sampah, Konsumen, Kepuasan Konsumen



**ABSTRACT**

**THE CONSUMER SATISFACTION AT RADU SENANG WASTE BANK IN  
BULANJAHE VILLAGE**

**BY:**  
**KEZIA SEPTINA PANGGABEAN**  
**NPM: 178600206**

*This research aimed to identify the aspects that affected consumer satisfaction at the Radu Senang Waste Bank. This research employed a quantitative method. The subjects of this research were the consumers of the Radu Senang Waste Bank. The sample size in this study consisted of 100 individuals. The data collection technique used in this research was total sampling. The data were gathered using a Likert scale to measure consumer satisfaction. This research used Sabarguna's (2004) theory, which stated that several aspects of consumer satisfaction include the aspect of convenience, the aspect of consumer-employee relationships, the aspect of staff technical competence, and the aspect of cost. The results of the study showed that the convenience aspect received 17%, the consumer-employee relationship aspect 40%, the technical competence aspect 30%, and the cost aspect 13%.*

**Keywords:** *Waste Bank, Consumer, Consumer Satisfaction*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Gambaran Kepuasan Konsumen Bank Sampah Radu Senang Desa Bulanjahe”. Skripsi ini disusun berdasarkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Peneliti mengucapkan Terima kasih sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, Bapak Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku dosen pembimbing penulis dalam penulisan skripsi ini, terimakasih atas waktu dan masukan yang bapak berikan kepada peneliti pada saat proses bimbingan berlangsung. Terimakasih kepada kedua orang tua penulis yang telah memberikan semangat, motivasi, perhatian dan dukungan dalam segala bentuk dan doa yang dipanjatkan untuk penulis.

Disamping itu terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh rekan-rekan yang terlibat dalam pengerjaan skripsi ini. Penulis memohon maaf atas semua kesalahan yang pernah dilakukan baik dalam penulisan skripsi ataupun selama proses perkuliahan berlangsung. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan mendorong penelitian-penelitian berikutnya.

Medan, 30 Agustus 2024



Kezia Septina Panggabean  
178600206

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH .....	6
1.3 BATASAN MASALAH .....	6
1.4 RUMUSAN MASALAH .....	6
1.5 TUJUAN PENELITIAN .....	6
1.6 MANFAAT PENELITIAN .....	7
<b>BAB II TINJAUAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
2.1 KEPUASAN KONSUMEN .....	8

2.1.1 PENGERTIAN KEPUASAN KONSUMEN .....	8
2.1.2 ASPEK KEPUASAN KONSUMEN.....	8
2.1.3 FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN .....	10
2.1.4 STRATEGI KEPUASAN KONSUMEN .....	13
2.1.5 MENGUKUR KEPUASAN KONSUMEN .....	15
2.2. GAMBARAN KEPUASAN KONSUMEN .....	16
2.3 KERANGKA KONSEPTUAL .....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 TIPE PENELITIAN .....	19
3.2 IDENTIFIKASI VARIABEL PENELITIAN .....	19
3.3 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	20
3.4 POPULASI DAN TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL.....	20..
3.5 METODE PENGUKURAN DATA .....	21
3.6 VALIDITAS DAN REALIBITAS .....	21
3.7 METODE ANALISIS DATA .....	22
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
4.1 HASIL PENELITIAN .....	24
4.2 PEMBAHASAN .....	32
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>34</b>

5.1 SIMPULAN.....	34
5.2 SARAN.....	34
DAFTAR PUSTAKA .....	36



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Skala Kepuasan Konsumen .....	24
Tabel 4.2 Rangkuman Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen .....	25
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Frekuentif Kenyamanan.....	28
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Frekuentif Hubungan Konsumen Dengan Karyawan .....	29
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Frekuentif Kompetensi Teknik Petugas	30
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Frekuentif Biaya .....	31



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Alat Ukur Penelitian .....	40
Lampiran 2 Uji Reliabilitas .....	47
Lampiran 3 Surat Pra Penelitian dan Selesai Penelitian .....	62



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Sampah sebagai masalah utama yang masih terjadi di Indonesia. Berdasarkan UU RI No.18 tahun 2008 mengenai pengelolaan sampah, dijelaskan bahwa segala hal yang berbentuk padat yang berasal dari sisa kegiatan manusia atau proses alam disebut sebagai sampah. Indonesia merupakan Negara yang menghasilkan sampah sebanyak 67,8 juta ton pada tahun 2020 berdasarkan hasil data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Kabupaten karo adalah salah satu daerah yang masih bermasalah dengan sampah. Sebanyak 187 ton sampah per hari dihasilkan pada tahun 2020 dan selalu meningkat setiap tahun nya (BPS 2020).

Peningkatan Sampah di Kabupaten Karo setiap tahunnya disebabkan oleh meningkatnya jumlah sampah pada desa desa yang berada di Kabupaten Karo, salah satunya ialah Desa Bulanjahe. Desa Bulanjahe berada di kecamatan Barusjahe Kabupaten Karo dan memiliki jumlah penduduk sebanyak 370 Kepala Keluarga (KK). Berdasarkan uraian diatas, produksi sampah terutama sampah rumah tangga akan sangat banyak. Hal ini disebabkan oleh jumlah sampah pada suatu daerah berbanding lurus dengan jumlah penduduk di lingkungan tersebut. Peningkatan kuantitas sampah pada suatu daerah berpotensi menimbulkan masalah baru apabila tidak diatasi. Oleh karena itu, masyarakat Bulanjahe membentuk suatu wadah untuk mengatasi produksi sampah yang meningkat yaitu Bank Sampah.

Bank sampah digunakan masyarakat sebagai tempat untuk memilah dan mengumpulkan sampah sehingga bisa untuk di daur ulang dan digunakan dan menghasilkan nilai jual atau ekonomi dengan menggunakan system 3R. adapun 3R yaitu *Reduce* sebagai aktifitas mengurangi sampah, *Reuse* merupakan kegiatan mengolah sampah menjadi barang yang bisa digunakan kembali, dan yang terakhir *Recycle* yaitu mengolah sampah menjadi suatu produk baru. Banyak manfaat yang bisa dirasakan dari adanya bank sampah salah satunya adalah lingkungan menjadi lebih bersih, masyarakat sadar akan pentingnya hidup bersih, dan terakhir sampah bisa didaur ulang kembali dan memiliki nilai ekonomi. Bank sampah sendiri memiliki proses kerja yang sama dengan bank pada umumnya dimana terdapat konsumen, catatan pembukuan serta pengelolanya yang membedakan hanyalah barang yang disetor, karena barang yang disetor ke bank sampah adalah sampah sehingga pengelola harus memiliki tingkat kreativitas dan inovasi tinggi dan juga memiliki ahli dalam bidang wirausaha sehingga dapat membantu peningkatan pendapatan masyarakat.

Bank sampah yang terdapat pada desa Bulanjahe ialah Bank Sampah Radu Senang. Bank Sampah Radu Senang dikelola oleh 5 pengurus serta memiliki konsumen sekitar 200 orang. Saat ini bank sampah radu senang tengah bersaing dengan tukang botot dalam hal membeli sampah. Persaingan yang semakin ketat membuat Bank Sampah Radu Senang harus meningkatkan kinerjanya agar mampu bersaing dengan tukang botot, dan mampu membuat strategi yang efektif dan efisien sehingga konsumen menjadi lebih tertarik untuk memakai pelayanan yang di tawarkan oleh Bank Sampah Radu Senang. Hal ini pula yang akhirnya menjadi batu loncatan agar Bank Sampah Radu Senang dapat

memberikan pelayanan yang baik terhadap setiap konsumen sehingga muncul rasa puas kepada layanan yang mereka tawarkan.

Kepuasan menurut Kotler (2008) “merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Tinggi). Perbandingan antara harapan dan kinerja tersebut akan menghasilkan perasaan senang atau kecewa di benak konsumen. Apabila kinerja sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa senang atau puas (Usvela & Qomariah, 2019). Sebaliknya apabila kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa kecewa atau tidak puas. Rasa puas konsumen adalah salah satu hal penting untuk meningkatkan kinerja pasar pada perusahaan (Nugroho, 2015). Sabarguna (2004) yang dimana menyatakan ada beberapa aspek Kepuasan Konsumen yaitu aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi teknik petugas dan aspek biaya.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan terhadap pegawai Bank Sampah Radu Senang ialah Bank Sampah Radu Senang memberikan kemudahan persyaratan dalam proses pembukaan awal, keamanan yang terjamin dan dipercaya oleh konsumen.

Menyadari arti pentingnya kepuasan konsumen, maka hal yang perlu diperhatikan oleh Bank Sampah Radu Senang yaitu aspek kenyamanan, aspek

hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi teknik dan aspek biaya.

Bank Sampah Radu Senang bergerak dibidang jasa pengelolaan sampah dan salah satu yang harus diperhatikan adalah kenyamanan. kenyamanan berkaitan dengan lokasi perusahaan dan kebersihan, lokasi Bank Sampah yang strategis dan lokasi Bank Sampah yang bersih akan membangkitkan rasa puas konsumen saat melakukan transaksi di Bank Sampah Radu Senang.

Aspek yang kedua adalah hubungan antara konsumen dengan karyawan, aspek ini meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, responsif, komunikatif, cekatan dalam melayani konsumen. Jika karyawan memiliki sifat yang ramah, cekatan, dan responsif maka konsumen akan lebih merasa puas dengan komunikasi yang berlangsung.

Aspek yang ketiga adalah kompetensi teknis petugas, meliputi keberanian bertindak. Jika konsumen memiliki kendala saat bertransaksi di Bank Sampah Radu Senang karyawan harus memiliki sifat untuk menolong konsumen disaat kesusahan dalam bertransaksi.

Aspek yang terakhir adalah aspek biaya, harga yang tepat akan menarik konsumen untuk terus menabung di Bank Sampah Radu Senang daripada harus menjual sampah mereka kepada tukang botot.

Masalah yang ditemukan pada saat peneliti melakukan observasi di Bank Sampah Radu Senang, konsumen banyak mengeluhkan bahwasanya harga yang diberikan Bank Sampah Radu Senang sedikit lebih murah dibanding pesaingnya yaitu tukang botot. Masalah lainnya terkait dengan lokasi Bank Sampah yang

susah dijangkau karena jalannya yang sempit dan lokasi Bank Sampah yang terlihat berantakan.

Berdasarkan wawancara interpersonal yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa konsumen Bank Sampah Radu Senang menyatakan:

"Sebenarnya saya tidak memiliki keluhan apapun selain terkait dengan harga yang diberikan oleh Bank Sampah, dimana harga Bank Sampah lebih murah dibanding tukang botot. Saya sebagai konsumen yang memerlukan uang, alhasil saya harus menjual ke tukang botot agar dapat menghasilkan uang yang lebih banyak".

"Saya sedikit kesulitan saat mengantar sampah ke Bank Sampah Radu Senang karena gerobak yang saya naiki tidak bisa masuk ke dalam Bank Sampah, sehingga saya harus membawa sampah saya dengan tangan kosong".

Peneliti juga melakukan wawancara dengan pihak Bank Sampah Radu Senang terkait keluhan konsumen Bank Sampah.

"Kami menyadari bahwa banyak konsumen yang mengeluhkan mengenai harga yang murah, kami dari pihak Bank Sampah berusaha untuk memberikan yang terbaik namun mengenai harga sampah yang kami terima itu sudah harga yang ditetapkan oleh pusat jadi kami hanya mengikuti harga pasaran saja. Jika kami tidak mengikuti harga pasaran sesuai pusat maka kami sendiri yang akan rugi".

Berdasarkan uraian diatas menjadi hal penting apabila dilakukan sebuah penelitian dengan judul **“Gambaran Kepuasan Konsumen Bank Sampah Radu Senang Bulanjahe”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang maka peneliti menemukan beberapa permasalahan. Oleh karena itu penulis ingin meneliti tentang kepuasan konsumen Bank Sampah Radu Senang Desa Bulanjahe.

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun suatu penelitian perlu dibatasi agar fokus penelitian berfokus pada hasil yang diharapkan dapat menjadi jawaban pada suatu penelitian. Adapun fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah “Kepuasan Konsumen Bank Sampah Radu Senang Desa Bulanjahe”.

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas maka peneliti menarik kesimpulan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apa aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen Bank Sampah Radu Senang Desa Bulanjahe.

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Bank Sampah Radu Senang Desa Bulanjahe.

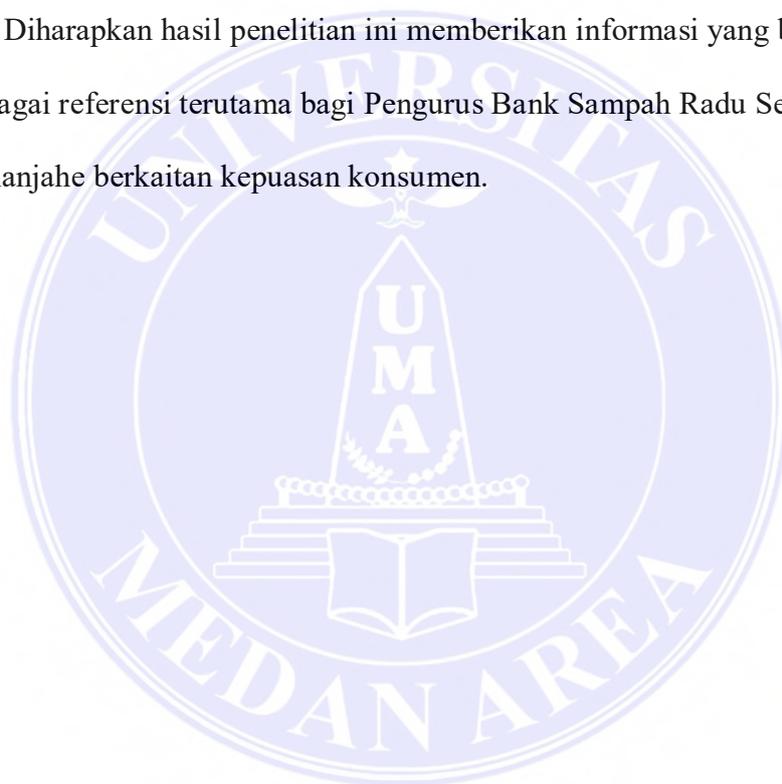
## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan menambah wawasan bagi khalayak umum terutama pada bidang psikologi industry dan organisasi khususnya terkait factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

### 2) Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini memberikan informasi yang bisa dijadikan sebagai referensi terutama bagi Pengurus Bank Sampah Radu Senang Desa Bulanjahe berkaitan kepuasan konsumen.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kepuasan Konsumen

##### 2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan dituntut untuk mengetahui kebutuhan konsumen yang berubah hamper tiap saat. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2013), kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2005) nilai konsumen adalah ikatan emosional yang terjalin antara konsumen dan produsen setelah konsumen menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa peoduk atau jasa tersebut memberi nilai tambah.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan respons yang ditunjuk oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang diingankannya. Apabila kinerja (hasil) yang diterimanya tidak memenuhi atau sama dengan harapannya maka dapat dikatakan konsumen merasa tidak puas akan kinerja (hasil) yang diterima.

##### 2.1.2 Aspek Kepuasan Konsumen

Sabarguna (2004) menyatakan ada beberapa aspek Kepuasan Konsumen yaitu:

1. Aspek kenyamanan, meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan.
2. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan, meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani konsumen.
3. Aspek kompetensi teknis petugas, meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.
4. Aspek biaya, meliputi mahalnya produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen.

Dutka (2008) menyatakan ada 3 aspek kepuasan konsumen:

1. Attributes related to the product, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut.
2. Attributes related to service, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari layanan, misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan layanan atau pengiriman dan proses penyelesaian masalah yang diberikan
3. Attributes related to purchase, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari kepuasan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapatkan informasi, kesopanan karyawan, dan juga pengaruh reputasi perusahaan

Menurut Supranto (2018), terdapat beberapa aspek kepuasan konsumen yaitu:

1. Ketanggapan pelayanan (responsiveness of service)
2. Kecepatan transaksi (speed of transaction)
3. Keberadaan pelayanan (availability of service)
4. Profesionalisme (professionalism)
5. Kepuasan menyeluruh dengan pelayanan (over all satisfaction).

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan aspek kepuasan konsumen yaitu aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi petugas, dan aspek biaya.

### 2.1.3 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen

Kotler (1997) menjelaskan: *“The company can increase customer satisfaction by loweing its price, or increasing its service, and improving product quality”*. Artinya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan jalan menjual produk dengan harga memadai, atau meningkatkan layanan, dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Secara implisit, pernyataan diatas menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:

#### a. Harga

Harga merupakan keputusan yang paling mendasar di antara program-program pemasaran yang lain, karena dalam setiap produk maupun jasa mempunyai harga. Harga juga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk.

#### b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal konsumen secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan konsumen, sehingga mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.

c. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan, pemakaian dan diperbaiki, serta atribut bernilai lainnya.

Amir (2012) mengungkapkan beberapa faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen menurut beberapa ahli yaitu:

1. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Tingkat pelayanan merupakan suatu tingkat yang ditunjukkan oleh perusahaan atau instansi dalam menanggapi orang-orang yang memerlukan pelayanan tersebut. Tjiptono dan Chandra (2011) mengemukakan bahwa konsep orientasi pelayanan lebih menekankan pada aspek praktik, kebijakan dan prosedur layanan pada sebuah organisasi, sehingga berdampak pada kepuasan konsumen (Amir, 2012).
2. Kualitas produk menjadi salah satu yang penting, dikarenakan kualitas produk sebagai representasi terhadap kualitas perusahaan penghasil produk tersebut. Kualitas produk yang dirasakan konsumen akan menentukan persepsi konsumen terhadap kinerja, yang pada gilirannya akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Amir, 2012). Gaspersz

(2002) mengemukakan bahwa adanya perhatian pada kualitas akan memberikan dampak positif kepada perusahaan melalui peningkatan penjualan atas produk berkualitas yang berharga kompetitif (Amir,2012).

3. Harga menjadi suatu hal yang penting,dikarenakan harga yang ditawarkan suatu perusahaan pada konsumen sebagai sebuah tolak ukur pada kualitas produk yang dibeli. Bila harga tidak sesuai dengan kualitas produk maka konsumen tidak akan membeli dan mempergunakan produk tersebut. Sutojo, (2009) mengemukakan bahwa harga mempunyai pengaruh langsung terhadap permintaan produk di pasar. Hal itu disebabkan karena pada dasarnya harga merupakan sesuatu yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen atau pembeli institusional (Amir, 2012).
4. Promosi, Menurut Lupiyoadi (2006),promosi merupakan salah satu variabel pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi dan akan ada dampaknya pada kepuasan konsumen (dalam Amir, 2012).

Berdasarkan pendapat-pendapat diatas disimpulkan bahwa pelayanan dan harga menjadi factor paling penting yang harus diperhatikan oleh Bank Sampah untuk meningkatkan kepuasan Konsumen Bank Sampah

#### 2.1.4 Strategi Kepuasan Konsumen

Ada beberapa strategis yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Beberapa strategi kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh Tjiptono (2001):

a. Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing*

Strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, penjual menjalin kemitraan dengan pembeli secara terus menerus.

b. Strategi *superior customer service*

Strategi ini menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih agar tercipta suatu pelayanan yang superior.

c. Strategi unconditional guarantees atau extraordinary guarantaess.

Strategi ini adalah komitmen untuk memberikan kepuasan pada konsumen yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi atau jaminan dirancang untuk meringankan risiko/kerugian konsumen, dalam hal konsumen tidak puas terhadap barang atau jasa yang telah dibayarnya.

d. Strategi penanganan keluhan yang efisien

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang konsumen yang tidak puas menjadi konsumen produk perusahaan yang puas.

e. Strategi peningkatan kinerja Perusahaan

Meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan konsumen secara berkesinambungan, memberikan Pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, salesmanship, memberikan pelatihan kepada karyawan dan pihak manajemen.

f. Menerapkan *Quality Function Development* (QFD)

*Quality Function Development* (QFD) merupakan praktik merancang suatu proses bagi tanggapan terhadap kebutuhan konsumen. QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan konsumen menjadi apa yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan konsumen dalam pengembangan produk sedini mungkin.

Strategi yang ditempuh merupakan suatu rencana strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Melalui perencanaan strategi inilah Bank Sampah berusaha untuk dapat mewujudkan apa yang menjadi tujuan bank sampah yang sebenarnya. Namun, hal yang tidak dapat dikesampingkan yaitu adanya kenyataan bahwa implementasi dari perencanaan strategi tidaklah pada kondisi yang statis, namun berada dalam keadaan yang amat dinamis sesuai dengan perkembangan pada umumnya.

### 2.1.5 Mengukur Kepuasan Konsumen

Setelah melakukan pembelian, konsumen akan mengalami tahap purna beli, dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau tidak kepuasan tertentu yang akan berpengaruh pada perilaku konsumen berikutnya. Jika konsumen merasa puas maka akan memperlihatkan perilaku berikutnya yaitu dengan melakukan pembelian ulang.

Menurut Kotler (2005) ada empat alat untuk melacak dan mengukur kepuasan konsumen, adalah sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran
2. Survey kepuasan konsumen
3. Belanja siluman
4. Analisis konsumen yang hilang

Menurut Tjiptono (2000) konsumen yang merasa tidak puas pun akan berinteraksi dengan tindakan yang berbeda, ada yang mendiamkan saja dan ada pula yang melakukan complain. Berkaitan dengan hal ini, ada tiga kategori tanggapan atau complain terhadap ketidakpuasan, yaitu:

1. Voice response yaitu usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan/atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan, maupun kepada distributornya.
2. Private response yaitu Tindakan yang dilakukan antara lain memperingati atau memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan.

3. Thrid-party response yaitu tindakan yang dilakukab meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa, atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum dan sebagainya.

## 2.2 Gambaran Kepuasan Konsumen

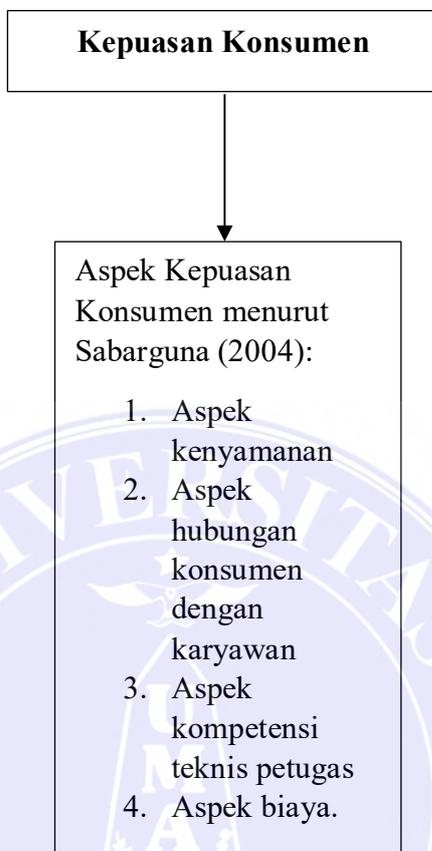
Konsumen merupakan hal yang paling penting dalam sebuah perusahaan, baik perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang maupun pelayanan jasa. Oleh karenanya perusahaan harus memberikan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Dalam penelitian yang dilakukan Umar (2020) yang berjudul Gambaran tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan obat di apotek X Desa Pattimang Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara Tahun 2020 didapatkan sebuah hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pasien yang membeli obat di Apotek X di Desa Pattimang Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu utara 2020 merasa baik dengan tingkat keandalan responden didapatkan sebesar 2306 (77%), ketanggapan sebesar 470 (78%), jaminan sebesar 992 (83%), Empati sebesar 993 (83%) dan Bukti Fisik sebesar 1240 (83%). Kemudian dalam penelitian yang dilakukan Sari (2022) yang berjudul Gambaran tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan kefarmasian di Apotek Giri Husada Purwantoro mendapatkan hasil bahwa kepuasan pelanggan berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan diperoleh hasil sebagai berikut, pada dimensi fisik kategori puas (78%), dimensi kehandalan berada pada kategori sangat puas (80,46%), dimensi daya tangkap adalah dalam

kategori puas (78,73%), dimensi jaminan dalam kategori sangat puas (87%), dimensi empati dalam kategori puas (77,86%).

Siregar (2021) dalam penelitian yang berjudul Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan menunjukkan hasil analisis data berdasarkan hasil Crosstab diketahui bahwa Faktor Pribadi 96%, Faktor Situasi 90%, Kualitas Produk 89%, Kualitas Pelayanan 85%, Harga 63%. Dari hasil prosentase masing-masing faktor, maka yang paling tinggi adalah faktor pribadi. Hasil lain yang diperoleh dari penelitian ini indeks kepuasan pelanggan adalah  $4,01:5 \times 100\% = 80\%$ . Nilai indeks kepuasan pelanggan keseluruhan sebesar 80%, ini berada pada rentang 61%–80% dengan demikian indeks kepuasan pelanggan berdasarkan atribut faktor-faktor kepuasan pelanggan Ompu Gende Coffee Medan termasuk dalam kriteria puas atau tinggi.

## 2.3 Kerangka Konseptual



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Tipe Penelitian

Penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis kuantitatif dengan metode penelitian yaitu penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersandarkan pada filsafat positivisme, yang diperlukan untuk meneliti pada populasi atau sampel terbatas, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian berupa angket, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan maksud untuk menguji hipotesa yang telah ditentukan (Sugiyono, 2014). Menurut Suharsimi Arikunto (dalam Deni Darmawan, 2013), “Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan”.

#### 3.2 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini digunakan untuk menghindari kesimpangsiuran dalam membahas dan menganalisis permasalahan dalam penelitian, maka dibuat suatu batasan variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan hanya satu variabel atau disebut sebagai variabel tunggal, yaitu kepuasan konsumen.

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional penelitian bertujuan untuk mengarahkan variabel penelitian agar sesuai dengan metode pengukuran yang telah disiapkan sebelumnya. Berikut definisi operasional dalam penulisan ini:

1. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Untuk mengungkap kepuasan konsumen tersebut digunakan aspek-aspek kepuasan konsumen yang berupa aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi teknik petugas dan aspek biaya.

### 3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian

#### 1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2010). Populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang menjadi konsumen Bank Sampah Radu Senang.

#### 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2010). Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh populasi penelitian yaitu 100 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik total sampling yaitu merupakan penelitian sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai sampel (Sugiyono, 2013).

### **3.5 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode survei menurut Sugiyono (2010), adalah penelitian kuantitatif, dalam penelitian survei peneliti menanyakan kepada beberapa orang responden tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku. Sugiyono (2017), menyatakan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan menggunakan skala kepuasan konsumen. Untuk kepentingan penelitian ini, skala Likert yang digunakan akan memiliki dua sifat, yaitu favourable dan unfavourable. Setiap aitem memiliki empat tingkat jawaban yang terdiri dari “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Tidak Setuju” (TS), “Sangat Tidak Setuju” (STS). Untuk jawaban yang bersifat favourable diberi nilai 4-1, sedangkan untuk jawaban unfavourable diberi nilai 1-4.

### **3.6 Validitas Dan Reliabilitas**

#### **1. Uji Validitas**

Menurut Azwar (2006), validitas sebagai ukuran seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya test hanya dapat melakukan fungsinya

dengan cermat kalau ada sesuatu yang diukurnya. Jadi, untuk dikatakan valid, test harus mengukur sesuatu dan melakukannya dengan cermat.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan kemampuan memberikan hasil pengukuran yang relatif tetap. Berbagai metode dapat digunakan untuk menguji reliabilitas hingga menghasilkan indeks reliabilitas. Indeks reliabilitas yang diperoleh dari hasil perhitungan hanya mempunyai arti untuk memaknai reliabilitas instrumen apabila dihubungkan dengan kriteria uji coba.

Uji reliabilitas juga alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variable. Suatu kuesioner dikatakan reliable apabila jawaban individu terhadap pertanyaan mau pun pernyataan itu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

### 3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Analisis data yang dilakukan adalah dengan penilaian berdasarkan rangking. Metode rangking dimana peneliti membandingkan aspek yang satu dengan aspek lain untuk menentukan aspek yang mana yang paling dominan dari setiap aspek dalam tiap-tiap aspek yang ada.

Gambaran yang ditampilkan dalam penelitian ini yaitu berupa pengelompokan data dari hasil skala yang telah diisi oleh sampel, dikelompokkan berdasarkan aspek-aspek kepuasan yaitu kenyamanan, hubungan konsumen dengan karyawan, kompetensi teknik dan biaya.

Persentase yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus F%

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Persentase

F : Frekuensi

N : Jumlah sampel

100% : Bilangan tetap

Sebelum dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis deskriptif frekuentif, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas untuk mengetahui apakah distribusi data dari variabel penelitian telah menyebar secara normal.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil uji analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada hasil analisis data yang telah dihasilkan pada penelitian ini bahwa didapat gambaran persentase pada aspek-aspek kepuasan konsumen yaitu aspek kenyamanan 17%, hubungan konsumen dengan karyawan 40%, aspek kompetensi teknik petugas 30%, dan aspek biaya 13% .
2. Kepuasan konsumen merupakan respons yang ditunjuk oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang diinginkannya. Apabila kinerja (hasil) yang diterimanya tidak memenuhi atau sama dengan harapannya maka dapat dikatakan konsumen merasa tidak puas akan kinerja (hasil) yang diterima.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi Subjek Penelitian

Diharapkan kepada konsumen Bank Sampah Radu Senang meningkatkan kepuasan terhadap Bank Sampah Radu Senang.

## 2. Bagi Karyawan Bank Sampah

Diharapkan Bank Sampah Radu Senang lebih meningkatkan kinerja pada karyawan Bank Sampah Radu Senang agar para konsumen lebih merasa puas terhadap Bank Sampah Radu Senang. Jika kepuasan konsumen tercapai maka tingkat loyalitas konsumen akan semakin tinggi.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap penelitian ini menjadi sumbangan pikiran bagi peneliti lain untuk dapat dijadikan referensi dalam melakukan studi lebih lanjut. Dalam hal ini, peneliti berharap kepada peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel lain untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang Kepuasan konsumen pada konsumen Bank Sampah dengan menggunakan faktor-faktor lain. Kemudian peneliti selanjutnya disarankan dapat menyebarkan skala yang lebih luas dan menggunakan metode yang berbeda sehingga akan menghasilkan hasil yang berbeda dengan penelitian ini. Hal ini perlu dilakukan agar penelitian selanjutnya mengukur variabel dengan tepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bahar, Arfiani & Herman Sjahrudin. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 3(1), 14-34
- Bank Sampah Radu Senang. 2020. *Proposal Usaha Desa Bulanjahe Kabupaten Karo*. Kabanjahe
- Dahlia, Iis., dkk. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT POS Indonesia Cabang Kota Baru Kalimantan Barat. *Jurnal Of Business And Economics Research (JBE)*, 3(1), 1-5
- Elisa, dkk. 2017. Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen Dan Pelayanan Restoran Steak di Kota Bandar Lampung. *JIIA*, 5(1), 110-115
- Krisdayanto, Iqbal., dkk . 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*, 4(4).
- Kunaini, Kukun & Sudirwo. 2022. Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada PT Astra Internasional Daihatsu Banjarmasin. *469 Kindai*, 18(3), 467-474
- Kurnianingsih, Ariyani. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Viba Generik Genuk 1 Semarang. Skripsi: Universitas Semarang
- Nugroho, Dwi Mulyono. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta

Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. *Jurnal OE*, 7(2), 158-174

Nurlaila, Theresya Nur., dkk. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Herbalife di Healthy Glow Skin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 13(2), 97-101

Republik Indonesia. 1998. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nom 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. Lembaran Negara RI Tahun 1998 Nomor 182, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3790. Menteri Negara Sekretaris Negara RI. Jakarta.

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 2008 Tentang Pengelolaan Sampah*. Lembaran Negara RI Tahun 2008 Nomor 69, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 69. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI. Jakarta.

Setiawan, Tommy., dkk. 2016. Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restocean Abuba Steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 473-485

Siregar, Nurintan Asyiah. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasar Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Toko Abag-Adik. *Jurnal Benefita*, 4(2), 363-376.

Sugiono. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

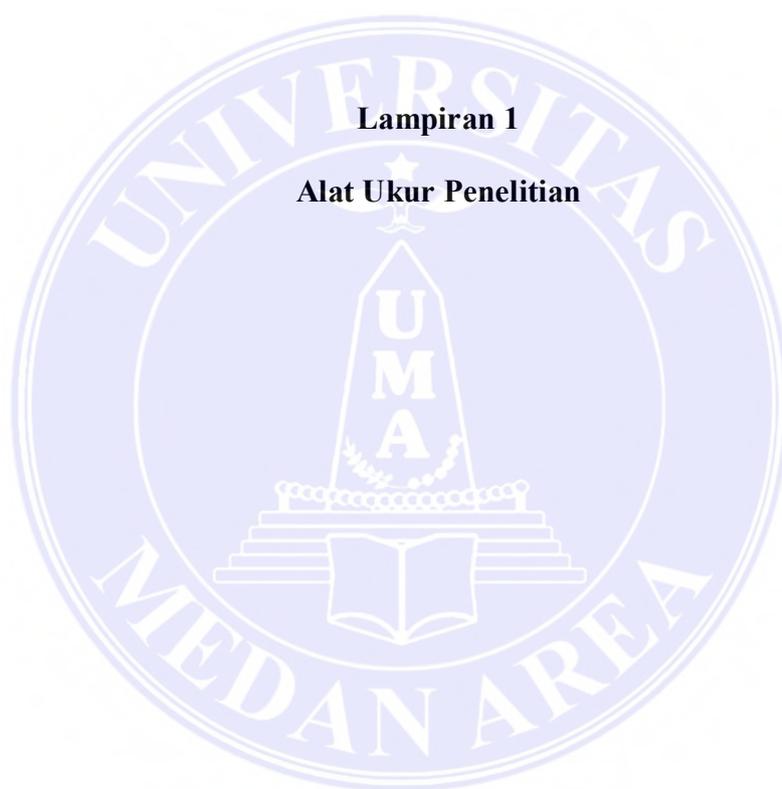
Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Triannah, Lilik., dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D'Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan). Jurnal STEI Ekonomi, 26(1), 105-122

Wulansari, Indri. 2019. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Makan Ayam Kremes "Mak Yek". Skripsi: Universitas Semarang







## Lampiran 1

### Alat Ukur Penelitian

## SKALA KEPUASAN KONSUMEN

### Petunjuk Pengisian Skala

Berikut ini adalah sejumlah pertanyaan dan pada setiap pertanyaan terdapat empat pilihan jawaban. Berikan tanda (✓) pada kotak pilihan yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada diri anda.

**SS** : Sangat setuju

**S** : Setuju

**TS** : Tidak setuju

**STS** : Sangat tidak setuju

### DATA DIRI

Inisial Nama :

Jenis Kelamin :

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Menurut saya lokasi Bank Sampah Radu Senang strategis.				
2	Berdasarkan pengalaman saya, anggota Bank Sampah Radu Senang ramah kepada konsumen.				

3	Saya tidak merasa nyaman saat berinteraksi dengan anggota Bank Sampah Radu Senang.				
4	Saya merasa banyak debu di lokasi Bank Sampah Radu Senang.				
5	Menurut saya tata letak peralatan yang tersedia di Bank Sampah Radu Senang tersusun rapi.				
6	Berdasarkan pengalaman saya, harga yang diberikan Bank Sampah Radu Senang selalu konsisten.				
7	Menurut saya anggota Bank Sampah Radu Senang tidak mampu menangani masalah konsumen dengan tepat.				
8	Berdasarkan pengalaman saya, anggota Bank Sampah menawarkan bantuan tanpa diminta saat konsumen mengalami kesulitan.				
9	Saya merasa bahwa anggota Bank Sampah Radu Senang cepat dalam merespon keluhan yang diberikan oleh konsumen.				
10	Saya menunggu lama saat bertransaksi di Bank Sampah Radu Senang.				

11	Menurut saya anggota Bank Sampah Radu Senang sering memberikan informasi mengenai bank sampah kepada konsumen.				
12	Menurut pengalaman saya anggota Bank Sampah Radu Senang sulit dalam memberitahu informasi terkini mengenai bank sampah Radu Senang.				
13	Saya merasa mudah dalam mendapatkan informasi seputar Bank Sampah Radu Senang.				
14	Saya merasa sulit untuk menjangkau lokasi Bank Sampah Radu Senang.				
15	Menurut saya lokasi Bank Sampah Radu Senang mempunyai ukuran yang luas.				
16	Saya melihat halaman posko Bank Sampah Radu Senang sangat bersih				
17	Saya mencium bau yang tidak sedap di lokasi Bank Sampah Radu Senang				
18	Saya merasa sikap anggota Bank Sampah Radu Senang sangat ketus saat melayanin konsumen				
19	Menurut saya informasi yang diberikan oleh anggota Bank Sampah Radu Senang sangat jelas				

20	Saya mendapatkan pelayanan yang baik saat berada di Bank Sampah Radu Senang				
21	Berdasarkan pengalaman saya, para anggota Bank Sampah Radu Senang tidak cekatan dalam merespon				
22	Menurut pengalaman saya anggota Bank Sampah Radu Senang memberikan solusi saat konsumen memberikan keluhan				
23	Menurut saya anggota Bank Sampah Radu Senang sangat tanggap dalam melayani keluhan konsumen				
24	Menurut saya harga yang diberikan oleh Bank Sampah Radu Senang sudah sesuai dengan produk				
25	Saya merasa anggota Bank Sampah Radu Senang tidak segera menolong saya ketika saya butuhkan				
26	Saya merasa harga yang diberikan Bank Sampah Radu Senang tidak sesuai dengan Produk				
27	Saya merasa harga yang diberikan oleh Bank Sampah Radu Senang lebih murah dibanding pesaingnya				

28	Saya merasa anggota Bank Sampah Radu Senang selalu bersemangat membantu konsumen				
29	Menurut pengalaman saya pelayanan yang diberikan oleh anggota Bank Sampah Radu Senang tidak tepat waktu				
30	Menurut saya posko Bank Sampah Radu Senang berantakan				
31	Saya segera memperoleh pelayanan saat datang ke Bank Sampah Radu Senang				
32	Saya merasa informasi yang diberikan oleh anggota Bank Sampah Radu Senang sangat sulit untuk dipahami				
33	Saya merasa tidak ada solusi yang didapat oleh konsumen saat mengeluh				
34	Saya merasa tidak leluasa bergerak saat berada di Bank Sampah Radu Senang				
35	Saya melihat parkir yang disediakan oleh Bank Sampah Radu Senang cukup luas				
36	Saya merasa kondisi udara di lokasi Bank Sampah Radu Senang memberikan kenyamanan				

37	Cara anggota memperlakukan saya tidak sesuai dengan dengan harapan saya				
38	Menurut saya harga yang diberikan oleh Bank Sampah Radu Senang lebih tinggi dibanding pesaingnya				
39	Menurut saya informasi yang di dapat oleh konsumen sangat sedikit				
40	Berdasarkan pengalaman saya merasa harga pada Bank Sampah Radu Senang selalu berubah				
41	Menurut saya tempat parkir Bank Sampah Radu Senang tidak aman				
42	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh anggota Bank Sampah Radu Senang				



## Lampiran 2

### Uji Realibitas

## Reliability

### Scale: KEPUASAAN KONSUMEN

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	101	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	42

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
KK1	2.41	3.042	100
KK2	2.44	.868	100
KK3	2.50	.948	100
KK4	2.74	.860	100
KK5	2.30	.959	100
KK6	2.13	.917	100
KK7	2.64	.969	100
KK8	2.60	.888	100
KK9	2.14	.841	100
KK10	2.23	.952	100
KK11	2.27	.897	100
KK12	2.52	1.049	100
KK13	2.28	.889	100
KK14	2.18	.957	100
KK15	2.61	.909	100
KK16	2.40	.921	100
KK17	2.60	.974	100
KK18	1.99	.937	100
KK19	2.05	.821	100
KK20	2.50	.969	100
KK21	2.42	.912	100
KK22	2.43	.844	100
KK23	2.22	.860	100
KK24	2.39	.963	100
KK25	2.41	.854	100

KK26	2.23	1.024	100
KK27	2.80	.910	100
KK28	2.34	.997	100
KK29	2.46	1.019	100
KK30	2.02	.876	100
KK31	2.26	.928	100
KK32	2.31	.982	100
KK33	2.28	.954	100
KK34	2.57	.956	100
KK35	2.87	.939	100
KK36	2.60	.943	100
KK37	2.27	.886	100
KK38	2.83	1.025	100
KK39	2.51	.893	100
KK40	2.24	1.006	100
KK41	2.60	.953	100
KK42	2.24	.944	100

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KK1	98.42	199.721	.023	.842
KK2	98.39	198.907	.461	.797
KK3	98.33	200.284	.364	.800
KK4	98.09	202.487	.316	.801
KK5	98.53	201.807	.302	.801
KK6	98.70	205.990	.156	.805
KK7	98.19	195.792	.524	.795
KK8	98.23	200.724	.375	.799
KK9	98.69	197.226	.551	.795
KK10	98.60	193.838	.611	.792
KK11	98.56	200.794	.368	.800
KK12	98.31	198.640	.379	.799
KK13	98.55	207.806	.092	.807
KK14	98.65	202.997	.258	.803
<b>KK15</b>	<b>98.22</b>	<b>213.325</b>	<b>-.121</b>	<b>.813</b>
KK16	98.43	205.096	.190	.805
KK17	98.23	205.755	.152	.806
KK18	98.84	198.964	.420	.798
KK19	98.78	202.396	.337	.801
KK20	98.33	192.365	.656	.790
KK21	98.41	198.790	.440	.797
KK22	98.40	201.899	.348	.800
KK23	98.61	198.058	.502	.796
KK24	98.44	203.602	.234	.803
KK25	98.42	197.155	.545	.795

KK26	98.60	198.040	.412	.798
KK27	98.03	213.868	-.141	.813
KK28	98.49	196.212	.492	.795
KK29	98.37	196.478	.470	.796
KK30	98.81	199.206	.444	.798
KK31	98.57	202.207	.299	.801
KK32	98.52	201.464	.306	.801
KK33	98.55	195.543	.543	.794
KK34	98.26	199.912	.374	.799
KK35	97.96	211.978	-.070	.812
KK36	98.23	207.755	.085	.808
KK37	98.56	205.259	.193	.804
KK38	98.00	217.414	-.249	.818
KK39	98.32	203.917	.244	.803
KK40	98.59	202.487	.260	.803
KK41	98.23	209.108	.034	.809
KK42	98.59	197.719	.465	.797

## NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		psychological well being
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	48.25
	Std. Deviation	5.554
Most Extreme Differences	Absolute	.151
	Positive	.151
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		1.610
Asymp. Sig. (2-tailed)		.211
a. Test distribution is Normal.		

## Factor Analysis

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N
hubungan konsumen	39.33	7.841	100
kenyamanan	30.11	4.924	98
biaya	14.63	2.295	98
komptensi tehnik	14.55	3.334	98

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.626
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	128.722
	df	6
	Sig.	.000

### Communalities

	Initial	Extraction
hubungan konsumen	1.000	.838
kenyamanan	1.000	.232
biaya	1.000	.321
komptensi tehnik	1.000	.810

Extraction Method: Principal Component Analysis.

## Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
hubungan konsumen	100	19	57	3942	7.801	60.852
kenyamanan	99	23	58	1462	4.900	24.006
biaya	100	9	20	1444	2.278	5.187
komptensi tehnik	99	7	21	2962	3.335	11.123
Valid N (listwise)	98					

## Frequencies

Statistics

		hubungan konsumen	kenyamanan	biaya	komptensi tehnik
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		39.42	30.12	14.62	14.59
Median		41.00	29.00	14.00	15.00
Mode		41	28	13 <sup>a</sup>	14
Sum		3942	2982	1462	1444
Percentiles	25	34.00	26.00	13.00	12.00
	50	41.00	29.00	14.00	15.00
	75	45.00	33.00	16.00	17.00

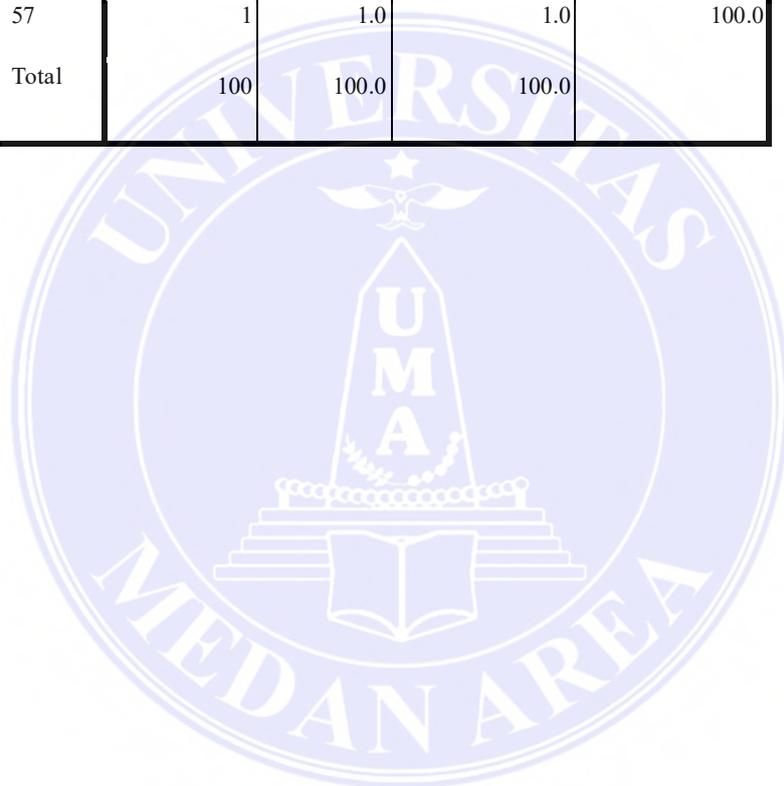
a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

## Frequency Table

hubungan konsumen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19	1	1.0	1.0	1.0
23	2	2.0	2.0	3.0
24	1	1.0	1.0	4.0
25	1	1.0	1.0	5.0
26	3	3.0	3.0	8.0
27	3	3.0	3.0	11.0
29	1	1.0	1.0	12.0
30	2	2.0	2.0	14.0
31	1	1.0	1.0	15.0
32	3	3.0	3.0	18.0
33	2	2.0	2.0	20.0
34	6	6.0	6.0	26.0
35	6	6.0	6.0	32.0
36	2	2.0	2.0	34.0
37	2	2.0	2.0	36.0
38	4	4.0	4.0	40.0
39	6	6.0	6.0	46.0
40	2	2.0	2.0	48.0
41	9	9.0	9.0	57.0
42	7	7.0	7.0	64.0
43	4	4.0	4.0	68.0
44	3	3.0	3.0	71.0
45	8	8.0	8.0	79.0

46	5	5.0	5.0	84.0
47	4	4.0	4.0	88.0
48	3	3.0	3.0	91.0
49	1	1.0	1.0	92.0
50	1	1.0	1.0	93.0
51	2	2.0	2.0	95.0
53	3	3.0	3.0	98.0
55	1	1.0	1.0	99.0
57	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



**kenyamanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	23	3	3.0	3.0	3.0
	24	1	1.0	1.0	4.0
	25	10	10.0	10.1	14.1
	26	11	11.0	11.1	25.3
	27	6	6.0	6.1	31.3
	28	13	13.0	13.1	44.4
	29	6	6.0	6.1	50.5
	30	7	7.0	7.1	57.6
	31	7	7.0	7.1	64.6
	32	9	9.0	9.1	73.7
	33	7	7.0	7.1	80.8
	34	4	4.0	4.0	84.8
	35	5	5.0	5.1	89.9
	36	3	3.0	3.0	92.9
	37	4	4.0	4.0	97.0
	39	1	1.0	1.0	98.0
	43	1	1.0	1.0	99.0
	58	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**biaya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 9	1	1.0	1.0	1.0
11	6	6.0	6.0	7.0
12	10	10.0	10.0	17.0
13	18	18.0	18.0	35.0
14	18	18.0	18.0	53.0
15	12	12.0	12.0	65.0
16	14	14.0	14.0	79.0
17	9	9.0	9.0	88.0
18	5	5.0	5.0	93.0
19	6	6.0	6.0	99.0
20	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**komptensi tehnik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	7	2	2.0	2.0	2.0
	8	2	2.0	2.0	4.0
	9	3	3.0	3.0	7.1
	10	3	3.0	3.0	10.1
	11	11	11.0	11.1	21.2
	12	8	8.0	8.1	29.3
	13	7	7.0	7.1	36.4
	14	13	13.0	13.1	49.5
	15	9	9.0	9.1	58.6
	16	9	9.0	9.1	67.7
	17	8	8.0	8.1	75.8
	18	9	9.0	9.1	84.8
	19	11	11.0	11.1	96.0
	20	3	3.0	3.0	99.0
	21	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	



## Surat Penelitian

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS PSIKOLOGI**  
Kampus I : Jalan Kerkam Nomor 1 Medan Faskom (061) 7360168, 7368878, 7364348 (061) 7368012 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Sehabadi Nomor 79 / Jalan Sili Serayu Nomor 70 A (061) 8225602 (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-Mail: info\_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 2510/FPSI/01.10/IX/2023 27 September 2023  
Lampiran : -  
Hal : Penelitian

**Yth. Bapak/Ibu Pimpinan**  
**Bank Sampah Radu Senang Desa Bulan Jahe**  
di  
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Kezia Septina Panggabean  
NPM : 178600206  
Program Studi : Ilmu Psikologi  
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di Bank Sampah Radu Senang Desa Bulan Jahe, Desa Bulan Jahe, Kec. Barus Jahe, Kab. Karo, Sumatera Utara guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Identifikasi Kepuasan Konsumen Bank Sampah Radu Senang Desa Bulan Jahe"**.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

An. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan  
Pengabdian Kepada Masyarakat

  
Laili Alfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan  
- Mahasiswa Ybs  
- Arsip



## Surat Selesai Penelitian



### BANK SAMPAH RADU SENANG

DESA BULANJAHE, KEC. BARUSJAHE, KAB. KARO, SUMATERA UTARA

Telp: 081376513364

### SURAT KETERANGAN

Dengan Hormat,

Bersama ini kami menerangkan bahwa yang tersebut di bawah ini:

Nama : Kezia Septina Panggabean

NPM : 178600206

Judul Skripsi : Identifikasi Kepuasan Konsumen Bank Sampah Radu Senang Desa Bulanjahe

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Psikologi

Telah melaksanakan Riset yang dilaksanakan dari tanggal 2 Oktober 2023 sampai dengan tanggal 10 Oktober 2023.

Surat keterangan ini diberikan untuk keperluan Universitas Medan Area dengan harapan agar pihak berwenang dapat memberikan bantuan, apabila diperlukan dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Demikian bersama surat keterangan ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan semestinya.

Bulanjahe, 10 Oktober 2023

BANK SAMPAH RADU SENANG

