

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA KONVEKSI SITH APPAREL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

MIFTAHUL MUN'IM

18.1.02.02.0275

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Oleh:

MIFTAHUL MUN'IM

NPM : 18.1.02.02.0275

Judul:

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA KONVEKSI SITH APPAREL**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 8 Juli 2022

Pembimbing I



Dian Kusumaningtyas, SE.,M.M.
NIDN. 0703108302

Pembimbing II



M. Zuhdi Sasongko, SE., A.k., M.MT
NIDN.0709097606

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Oleh:

MIFTAHUL MUN'IM

NPM: 18.1.02.02.02.0275

Judul:

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONVEKSI SITH APPAREL

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

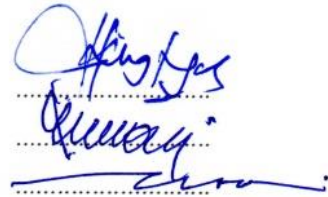
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Pada Tanggal: 8 juli 2022

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dian Kusumaningtyas, SE.,M.M
2. Penguji I :Dr. Ichsanudin
3. Penguji II : M. Zuhdi Sasongko, SE., A.k., M.MT



Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Miftahul Mun'im
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tgl. lahir : Nganjuk, 03 November 1999
NPM : 18.1.02.02.0275
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 8 Juli 2022

Yang Menvatakan



MIFTAHUL MUN'IM

NPM: 18.1.02.02.0275

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai dengan (dari semua urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”

(QS 94:6-7)

“Go as far as you can see. When you get there, you’ll be able to see further”

- J.P. Morgan (Banker, Investor, Financier)-

“With great power comes great responsibility”

- Uncle Ben (Spiderman Movie) -

“Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan”

- Nadin Amizah (Beranjak Dewasa)

Kupersembahkan karya ini buat :

Keluarga dan orang tercinta.

ABSTRAK

Miftahul Mun'im : Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada konveksi Sith Apparel

Kata Kunci : *Tangible, Responsiveness, Assurance*, Kepuasan Pelanggan

Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan tentang *Tangible, Responsiveness* dan *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan di konveksi Sith Apparel. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan Deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan cara Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan Reduksi data, Penyajian data, Menarik kesimpulan. Untuk menguji Keabsahan pada penelitian ini, Peneliti menggunakan Tringulasi teknik. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, Aspek *Responsiveness* dan *Assurance* sudah berjalan dengan baik. Namun, Ada beberapa dari aspek *Tangible* yang masih perlu diperbaiki. Contohnya seperti bangunan gedung kurang luas dan belum ada pengatur suhu dalam ruangan. Hasil penelitian bisa menjadi masukan bagi konveksi Sith Apparel agar bisa memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi para konsumen dan konveksi Sith Apparel bisa berkembang di masa yang akan datang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa, karena berkat ridho dan Lindungan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini dengan judul “ Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada konveksi Sith Apparel.”

Penelitian ini dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan meningkatnya kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan..

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dian Kusumaningtyas, SE.,M.M. selaku Dosen Pembimbing I.
5. Bapak M. Zuhdi Sasongko, SE., A.k., M.MT. selaku Dosen Pembimbing II.
6. Bapak Ibu Dosen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak, Ibu, dan Keluarga yang telah memberikan doa, perhatian, dan semangat kepada penulis.
8. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri,

MIFTAHUL MUN'IM

NPM: 18.1.02.02.0275

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	x
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Teori	8
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Konseptual.....	22
BAB III	25
METODE PENELITIAN	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	25
B. Kehadiran Peneliti.....	25
C. Situs Penelitian	26
D. Tahapan Penelitian.....	26
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan	27
F. Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Teknik Analisis Data	32
H. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	34
BAB IV	36
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Konveksi Sith Apparel	36

B. Deskripsi Data Penelitian.....	39
C. Interpretasi dan Pembahasan	54
BAB V.....	58
PENUTUP.....	58
A. Temuan	58
B. Implikasi	58
C. Rekomendasi	60
Daftar Pustaka.....	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	63

DAFTAR GAMBAR

2.1	KerangkaKonseptual.....	24
4.1	Struktur Perusahaan.....	38

DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
3.2	Data	30
	Informan.....	
4.1	Fasilitas	39
	fisik.....	
4.2	Peralatan dan perlengkapan.....	41
4.3	Pelayanan dan penampilan	43
	karyawan.....	
4.4	Melayani secara cepat dan tepat.....	45
4.5	Memberikan informasi yang jelas	47
4.6	Merespon keluhan pelanggan.....	48
4.7	Pengetahuan dan ketrampilan karyawan.....	50
4.8	Pelanggan merasa aman dan nyaman.....	52
4.9	Jaminan produk yang diberikan	53

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Surat Ijin.....	64
2.	Surat Balasan.....	65
3.	Berita Acara.....	66
4.	Pedoman Observasi.....	68
5.	Pedoman Pertanyaan Wawancara.....	69
6.	Transkrip Wawancara.....	70
7.	Dokumentasi.....	87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern seperti sekarang ini, perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal tersebut mendorong semakin berkembangnya dunia bisnis di segala bidang. Kondisi yang terjadi sebagai efek samping dari fenomena tersebut adalah tingkat persaingan dalam dunia bisnis yang dihadapi perusahaan dapat dikatakan sangat tinggi. Persaingan tersebut memunculkan pasar yang kompetitif sehingga perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkup bisnisnya. Salah satu bidang bisnis yang memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi adalah usaha di bidang konveksi. Hal tersebut yang mengakibatkan persaingan dalam usaha konveksi menjadi sangat tinggi seiring dengan perkembangan industri tersebut di seluruh Indonesia.

Industri konveksi di Indonesia terus-menerus meningkatkan kualitas baik dari sisi produk, kapasitas produksi, pelayanan, dan pemasaran. Hal ini berakibatkan ragam pilihan bagi konsumen dan konsumen juga menjadi lebih selektif dalam memilih produk mana yang berkualitas tinggi untuk digunakan atau dikonsumsi. Para produsen pun selaku pencipta barang atau jasa akan berusaha memuaskan konsumen dengan berbagai macam produk yang baru dengan inovasi mutakhir agar konsumen tetap menggunakan produk tersebut. Meningkatkan kualitas produk untuk memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan terlebih perusahaan industri. Banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis, mutu,

serta bentuk, dimana keseluruhan tersebut ditujukan untuk menarik minat pelanggan, sehingga konsumen cenderung akan melakukan aktivitas membeli produk tersebut. Oleh karena itu perusahaan dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang terbaik agar kepuasan pelanggan terpenuhi.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Pelayanan yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan juga akan semakin tinggi. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2016:157), terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Dimensi *Tangible*

merupakan aspek kualitas pelayanan yang dinikmati, dirasakan dan dinilai oleh pelanggan dengan menggunakan indra manusia. Kemegahan gedung, kebersihan kantor, kerapian kantor dan karyawan, kenyamanan kantor, kecanggihan peralatan, merupakan contoh-contoh dimensi *tangible* dalam kualitas pelayanan. Definisi *tangible* menurut Wang & Wang dalam Felix (2017 : 5) adalah peralatan yang baru, fasilitas yang menarik, penampilan profesional, dan materi yang berkaitan dengan pelayanan.

Aspek *Tangible* juga merupakan faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan. Aspek *Tangible* yang baik akan meningkatkan harapan pelanggan menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu, produsen harus mengetahui seberapa jauh aspek *tangible* masih memberikan pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan menjadi terlalu tinggi. dimensi *tangible* umumnya lebih penting terhadap pelanggan baru. dimensi *tangible* umumnya tidak terlalu penting bagi pelanggan yang telah lama menjalin hubungan dengan produsen. sehingga, produsen yang lebih mengutamakan pelanggan lama untuk bertumbuh harus lebih selektif dalam berinvestasi pada aspek *tangible*..

Responsiveness adalah bentuk tindakan perusahaan dalam merespons pelanggan secara tepat waktu. Kadar *Responsiveness* ini bisa diuji dengan pertanyaan, seperti seberapa besar keingintahuan perusahaan pada tingkat kesulitan yang dialami pelanggannya, seberapa sanggup perusahaan membantu pelanggan untuk keluar dari permasalahan, seberapa tanggap perusahaan pada keluhan dan komplain pelanggan, dan sebagainya. Beberapa perusahaan harus

memperhatikan kepuasan pelanggan dengan mencatat keluhan. Dalam situasi ini perusahaan tidak boleh panik, tidak buru-buru menanggapi, tidak menyepelekan, memposisikan sebagai pendengar yang baik, serta segera mengambil tindakan yang benar dengan melakukan koordinasi terhadap pihak-pihak yang bersangkutan. Berdasarkan Parasuraman dalam Yarimoglu (2014 : 83) *responsiveness* adalah kesiapan dan kesediaan karyawan dalam memberikan pelayanan, ketepatan waktu dan memberikan pelayanan dengan cepat.

Assurance erat kaitannya dengan kepastian, yaitu kepastian yang didapatkan oleh pelanggan dari perilaku pelaku bisnis. Contohnya adalah komunikasi yang baik, pengetahuan yang luas, hingga sikap sopan dan santun kepada pelanggan. Dengan adanya *Assurance* ini, maka kepercayaan pelanggan akan meningkat. Karena merasa pelaku bisnis profesional dan memahami product knowledge dengan baik. Menurut Tjiptono (2014:282) jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan..

Kepuasan pelanggan harus disertai dengan kualitas pelayanan, kepuasan harus menyangkut apa yang diungkapkan oleh pelanggan tentang persepsi dan harapannya kepada layanan yang diperoleh. Sedangkan kualitas pelayanan berkaitan dengan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil dengan harapannya dalam proses layanan dari rumah kecantikan tersebut. Pelanggan yang puas cenderung kembali menggunakan jasa yang menurut

mereka dapat memberikan kepuasan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONVEKSI SITH APPAREL”**

B. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana fasilitas fisik yang berada di konveksi Sith Apparel.
2. Apakah karyawan di konveksi Sith Apparel melayani pelanggan dengan sopan dan ramah.
3. Apa saja jaminan yang di berikan konveksi Sith Apparel kepada pelanggan.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan upaya untuk menyatakan secara tersurat pertanyaan-pertanyaan apa saja yang ingin dicari jawabannya oleh penulis. Rumusan masalah digunakan sebagai penuntun bagi langkah-langkah yang akan dilakukan penulis dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terkait *tangiblesnya* pada konveksi Sith Apparel?
2. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terkait *responsivenessnya* pada konveksi Sith Apparel?

3. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terkait *Assurance nya* pada konveksi sith Apparel?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pendapat tersebut, akan memudahkan penulis maupun pembaca paham tentang tujuan penelitian dengan mengupayakan segala sesuatu agar sistematis. Dengan demikian tujuan merupakan pencapaian akhir yang dapat dijadikan acuan supaya penelitian ini dapat berjalan sesuai yang diinginkan. Adapun tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terkait *tangibles* pada konveksi Sith Apparel.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terkait *responsiveness* pada konveksi Sith Apparel.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terkait *Assurance* pada konveksi Sith Apparel.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti akan menyampaikan manfaat teoritis dan manfaat praktis. Dari hasil penelitian ini, penulis berharap semoga dapat menjadi manfaat untuk pihak-pihak terkait, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini juga dimaksudkan untuk membuktikan teori bahwa pelayanan yang berkualitas dapat berpengaruh kepada kepuasan

konsumen

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan masukan bagi pengusaha agar menjaga kualitas dan mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanan. Agar konsumen puas dan diharapkan akan kembali lagi menjadi pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- ARIF RUSDIANTO, (2020) Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Komparatif Konsumen Indomaret dan Alfamart Batanghari).
- Alexandro, Hariatama, & Norliana, (2021) Analisis Kualitas Pelayanan pada Rumah Makan Panca Rasa Puruk Cahu. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 353
- Brilliance Hymy Imanuel dan Sherly Tanoto, S.Psi., (2017) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel. *Journal Agora*. Pages 1-8.
- Dianto, (2014) Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di The Body Art Fitness & Aerobic Surabaya. *Jurnal Kesehatan Olahraga*. 225 – 236.
- Faizi et al., (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Hotel Denpasar Makassar. *Pages 43*.
- Maulana & Muhajirin, (2021) Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aisy Cabang Bima. *Jurnal Disrupsi Bisnis*. 372.
- Mustaqim, (2016) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Cabang Palangka Raya. *Journal islam*. 12-20.
- Patel, (2019) Aspek Tangible Pada Pelayanan Kesehatan Masyarakat Di Puskesmas Pembantu Di Desa Lalumpe Kecamatan Motoling Kabupaten Minahasa Selatan. *Pages 9-25*
- Raintung, Kalangi, & Tamengkel, (2021) Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Glad Beauty Care Manado. *Journal Productivity*. Pages 140-145.
- Sani, (2022) Analisis Kualitas Pelayanan Publik Di Poliklinik Gigi Rumah Sakit Umum Daerah (Rsud) Bangka Tengah. *Jurnal Studia Administrasi*. 1-14..
- Saudjana, (2016) Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Waktu, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Melalui Toko Online. *Bisnis dan Manajemen*. 24.
- Sugiyono, (2016) Prosedur Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*. 1689-1699.
- Sugiyono, (2017) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. *Journal Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. Pages 39-48

- Susanti et al., (2017) Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Belawan. *Jurnal Keperawatan. Universitas Muhammadiyah Malang*. 724-732.
- Syahputra & Wibowo, (2019) Analisis Kualitas Pelayanan dan nilai Pelanggan berbasis digital pada media sosial Fcebook terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Produk Indihome di Plaza Telkom Lembang Kota Bandung Tahun 2019. *Journal EProceedings ...Pages 1843*.
- Syahfitri & Kusnanto, (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. 216-237
- Tjiptono, (2014) Pengaruh Kualitas Pelayanan..., Lutfian Prinandika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP, 2019. *Pages 11-32*