**PENGARUH KUALITAS LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA**

**PT WENANG PERMAI SENTOSA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (SST) Pada Program Study Manajemen Bisnis*

**Oleh ARINI TUMURI NIM : 14 053 106**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS**

**2018**

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL........................................................................................ i ABSTRAK................................................................................... .................... ii MOTTO................................................................................... ........................ iv LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING................................. ................. v LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN ....................................... vi LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI................................. ................................... vii BIOGRAFI................................................................................... .................... viii KATA PENGANTAR ................................. ................................................... ix DAFTAR ISI................................. ................................................................... xii DAFTAR TABEL................................. ........................................................... xiv DAFTAR GAMBAR................................. ...................................................... xvi DAFTAR LAMPIRAN................................. ................................................... xvi

**BAB I PENDAHULUAN**........................................................................ 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.1 | Latar Belakang ....................................................................... | 1 |
| 1.2 | Identifikasi Masalah ............................................................... | 5 |
| 1.3 | Rumusan Masalah .................................................................. | 6 |
| 1.4 | Batasan Masalah..................................................................... | 6 |
| 1.5 | Tujuan dan Manfaat ............................................................... | 7 |

**BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS** ................................. 9

2.1 Landasan Teori Kualitas Layanan Purna Jual ....................... 9

2.2 Konsep Kepuasan Konsumen................................................. 14

2.3 Hubungan Antar Variabel .................................................... 19

2.4 Tinjauan Pustaka .................................................................... 20

2.5 Kerangka Berpikir ................................................................. 21

2.6 Hipotesis ................................................................................ 22

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN** ................................................ 23

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian ................................................ 23

3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian ................................. 23

3.2.1 Jenis Penelitian ............................................................ 23

3.2.2 Metode Penelitian ........................................................ 23

3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data ............................ 24

3.3.1 Jenis Data .................................................................... 24

3.3.2 Metode Pengumpulan Data ......................................... 25

3.4 Populasi dan Sampel .............................................................. 26

3.5 Definisi Oprasional Variabel dan Indikator Penelitian ......... 27

3.5.1 Definisi Operasional Variabel .................................... 27 a. Definisi Oprasional Kualitas Layanan Purna Jual . 27 b. Definisi Oprasional Kepuasan Konsumen ............. 28

3.5.2 Pengukuran Variabel ................................................... 29

3.6 Metode Analisis ....................................................................... 30

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif ........................................ 30

3.6.2 Total Skor.................................................................... 31

3.6.3 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas ........................ 31

3.6.4 Analisis Korelasi ......................................................... 33

3.6.5 Analisis Regresi Linear Sederhana ............................. 34

3.6.6 Pengujian Hipotesis..................................................... 35

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **BAB IV** | **HASIL DAN PEMBAHASAN**...................................................... | 37 |
|  | 4.1 Gambaran Umum Perusahaan ................................................ | 37 |
|  | 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan ........................................ | 37 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 4.1.2 | Visi Misi Perusahaan................................................... | 44 |
| 4.1.3 | Sumber Daya Perusahaan............................................ | 44 |
| 4.1.4 | Struktur Organisasi Perusahaan .................................. | 46 |
| 4.1.5 | Uraian Kerja (*Job Description*) .................................. | 47 |

|  |  |
| --- | --- |
| 4.2 Hasil Analisis ......................................................................... | 58 |
| 4.2.1 Deskripsi Responden.................................................... | 58 |
| 4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Statistik .................................. | 61 |

4.2.3 Total Skor Kualitas Layanan Purna Jual

Dan Kepuasan Konsumen ............................................... 64

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 4.2.4 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas ................................ | 66 |
| 4.2.5 | Hasil Analisis Korelasi dan Regresi............................. | 70 |
| 4.2.6 | Analisis Grafik ............................................................. | 72 |
| 4.2.5 | Pengujian Hipotesis...................................................... | 74 |

4.3 Pembahasan ............................................................................ 75

4.4 Implementasi .......................................................................... 79

|  |  |
| --- | --- |
| **BAB V PENUTUP** ...................................................................................... | 82 |
| 5.1 Kesimpulan ............................................................................... | 82 |
| 5.2 Saran ......................................................................................... | 83 |

**DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN**

**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

Dalam perkembangan zaman yang semakin modern membuat persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat.Untuk itu perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang berkualitas sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain atau mempertahankan kualitas perusahaan. Perusahaan yang ingin berkembang dan mampu bertahan harus dapat memberikan produk baik barang maupun jasa yang bermutu lebih baik dengan harga bersaing, penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing. Untuk memenuhi kepuasan konsumen pada industri jasa, kualitas pelayanan penting dikelola perusahaan dengan baik.Perusahaan membutuhkan sumber daya yang berkualitas untuk menangani suatu tugas/pekerjaan dengan penuh tanggung jawab sehingga dapat mendukung tercapainya keberhasilan suatu organisasi/perusahaan.

Menurut Fandy kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Selanjutnya Menurut Tjiptono (2008) layanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen membeli produk dari perusahaan tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa layanan purna jual adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan setelah penyerahan produk kepada konsumen atas pembeliannya, yang berlaku selama konsumen ada ikatan layanan atau hubungan dalam berbagai kegiatan

layanan.

1

Untuk itu pelayanan membutuhkan komitmen dan keyakinan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen. Semuakaryawan yang berhubungan dengan konsumen, harus menganggap diri mereka sebagai duta dari perusahaan. Beberapa kriteria yang mengikuti dasar penilaian konsumen terhadap Kualitas pelayanan yaitu: Schiffman dan Kanuk (2008 : 1). Keandalan Merupakan konsistensi kinerja yang berarti bahwa perusahaan menyediakan pelayanan yang benar pada waktu yang tepat, dan jugaberarti perusahaan menjunjung tinggi janjinya.2. Responsif Merupakan kesediaan dan kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan. 3. Kompetensi Berarti memiliki kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk melayani.

4. Aksesibilitas Meliputi kemudahan untuk dihubungi. 5. Kesopanan : Meliputi rasa hormat, sopan, dan keramahan karyawan. 6. Komunikasi Berarti membiarkan konsumen mendapat informasi yang dibutuhkan dan bersedia mendengarkan konsumen. 7. Kredibilitas : Meliputi kepercayaan, keyakinan, dan kejujuran. 8. Keamanan yaitu aman dari bahaya, risiko, atau kerugian. 9. Empati yaitu berusaha untuk mengerti kebutuhan dan keinginan konsumen. 10. Fisik : Meliputi fasilitas, penampilan karyawan, dan peralatan yang digunakan untuk melayani konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Menurut Aritonang (2010: 2)Respon dari konsumen terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan. Selanjutnya Menurut Tjiptono ( 2010:24)Kepuasan

pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau

*outcame* yang dirasakan dengan harapan-harapan terhadap suatu produk.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (2001:133), hubungan pelanggan dengan perusahaan diperkuat ketika konsumen mendapatkan hasil yang memadai tentang Kualitas layanan dan menjadi lemah ketika konsumen mendapatkan hasil negatif tentang kualitas layanan. Kualitas layanan akan mengarah pada naiknya kecenderungan untuk melakukan pembelian.Sejalan dengan ini Menurut Fornell *et al.* dalam Sheu and Mei, (2005) kepuasan dan kualitas pelayan berkaitan erat dengan pangsa pasar. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah konsep yang sangat penting bahwa perusahaan harus memahami jika mereka ingin tetap kompetitif dan tumbuh. Dalam lingkungan yang kompetitif saat ini memberikan layanan berkualitas tinggi adalah kunci untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kepuasan pelanggan memang memiliki efek positif pada profitabilitas organisasi. Kepuasan pelanggan membentuk dasar dari setiap bisnis yang sukses sebagai kepuasan pelanggan mengarah untuk mengulang pembelian, loyalitas merek, dan kata positif dari mulut ke mulut Biljana dan Yusuf (2011:232).

PT Wenang Permai Sentosa adalah salah satu perusahaan *Property* yang ada di Manado yang berlokasi di Jl. MR. A.A Maramis, Kairagi/Kayuwatu II Manado. PT Wenang Permai Sentosa ini merupakan salah satu anak perusahaan *Property* yang sedang berkembang di jakarta yaitu AKR Land Group.PT AKR Land Development, melalui anak perusahaannya PT Wenang Permai Sentosa (WPS), berkomitmen tinggi untuk mendirikan *property* terbaiknya guna untuk

membangun Sulawesi Utara khususnya Manado. Melalui Grand Kawanua International City, sebuah kota mandiri bertaraf internasional pertama dan terlengkap di Manado, AKR memberikan kontribusi besar bagi masyarakat Manado, tidak hanya dalam pemilikan hunian modern dan nyaman, namun juga jaminan berinvestasi yang aman dan terus berkembang. AKR Grand Kawanua International City (AKR GKIC) merupakan kota satelit paling mewah dan megah di Manado, Sulawesi Utara. GKIC ditujukan untuk memanjakan penghuninya dengan kehidupan premium residences. GKIC memiliki beberapa Jenis unit seperti Bukit Kawanua Golf Residence (BKGR) New Royal Kawanua (NRK), Casa De Viola (CDV), dan Ruko Grand Boulevard Office Park (GBOP)*.*

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti ada beberapa permasalahan yang terjadi menyangkut layanan purna jual seperti : Komplain konsumen terhadap kualitas layanan dimana terdapat kebocoran pada atap di beberapa bagian menjadi komplain yang dilaporkan oleh konsumen kepada pihak pengelolah dan kemudian ditindaklanjuti dengan mengirimkan IOM (Internal office memo) ke pihak project. Dan masih ada keterlambatan dalam menangani perbaikan dari pihak project dan juga para kontraktor sehingga ada konsumen yang marah-marah di kantor pengelolah akibat dari lambatnya waktu perbaikan yang mestinya diselesaikan pada hari ke 2 setelah komplain masuk tapi tidak di perbaiki selama kurang lebih 1 bulan sehingga konsumen kembali mengajukan komplain kepihak pengelolah. Dan aliran air yang kotor pada musim hujan ataupun panas. Dan juga masih ada penghuni yang membuang sampah

sembarangan di area perumahan. Keamanan diarea perumahan belum sepenuhnya terjaga hal tersebut dikarenakan masih ada kabel listrik yang hilang..

Untuk itu kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi PT Wenang Permai Sentosa sehingga harus terus diperhatikan untuk menjaga dan mempertahankan komitmen dengan konsumen, serta ketepatan waktu dari perusahaan dalam menanggapi keluhan yang diberikan konsumen sesuai dengan kualitas dari fasilitas yang ditawarkan. Oleh karena itu pihak perusahaan dapat melakukan inspeksi langsung ke konsumen untuk mengetahui masalah apa saja yang dapat berpotensi menjadi komplain dikemudian hari. Sehingga dapat mengurangi komplain-komplain yang sering menjadi keluhan konsumen, danpihak perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitas layanan yang ada agar konsumen yang ada di PT Wenang permai sentosa merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak perusahaan.

Untuk itu berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul ***”* Pengaruh Kualitas Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Wenang Permai Sentosa”**

**1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang tesebut diatas, penelitian ini perlu adanya identifkasi permasalahan-permasalahan yang ada pada lokasi penelitian dari hasil observasi awal. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian yaitu sebagai berikut

1. Banyaknya komplain dari konsumen sebagai penghuni perumahan yang masuk di kantor pengelola.

2. Respons yang lambat dari pihak pengelola untuk menindaklanjuti complain konsumen.

3. Air yang kotor pada saat musim hujan

4. Kurangnya pengelolaan sampah sehingga menyebabkan penumpukan sampah diaera perumahan.

5. Sering kehilangan kabel listrik diaera perumahan.

6. Keamanan yang kurang terjaga diarea perumahan.

**1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Kualitas Layanan Purna Jual PT Wenang Permai Sentosa?

2. Bagaimana Kepuasan Konsumen PT Wenang Permai Sentosa?

3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan

Konsumen dari PT Wenang Permai Sentosa?

**1.4 Batasan Masalah**

Dari uraian-uraian yang terdapat dalam latar belakang dan Identifikasi Masalah. Maka peneliti membatasi masalah atau ruang lingkup penelitian hanya pada respon kepuasan konsumen akan layanan purna jual yang diberikan oleh PT Wenang Permai Sentosa. Konsumen yang akan menjadi responden dalam

penelitian ini adalah penghuni perumahan Bukit Kawanua Golf Residen, New Royal Kawanua, Casa De Viola beserta para pemilik Ruko Grand Boulevard Office Park di Kawasan Grand Kawanua International City yang merupakan pengguna Layanan Purna Jual yang diberikan oleh PT Wenang Permai Sentosa.

**1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

**1.5.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui bagaimana Kualitas Layanan Purna Jual dari PT Wenang Permai Sentosa.

2. Untuk mengetahui bagaimana Kepuasan konsumen dari PT Wenang

Permai Sentosa.

3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan Purna Jual terhadap

Kepuasan Konsumen dari PT Wenang Permai Sentosa.

**1.5.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah dan meningkatkan ilmu pengetahuan bagi peneliti, serta mendapat pengalaman dalam memecahkan masalah-masalah ilmiah mengenai Kualitas Layanan Purna Jual, dengan kepuasan konsumen.

2. Bagi Pihak Akademisi

Dapat dijadikan sebagai bahan acuan pustaka serta referensi yang menjadi bahan pembandingan dalam melakukan penilitian-penelitian selanjutnya juga pengaplikasian ilmu pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan Kualitas Layanan Purna Jual terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi Pihak Perusahaan

Dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan Kualitas Layanan Purna Jual agar dapat menciptakan keunggulan dan dapat bersaing dengan perusahaan yang lainnya, dan dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kinerja, khususnya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen pada PT. Wenang Permai Sentosa, karena dengan ini dapat memberikan informasi dan kontribusi serta dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengatasi masalah yang berhububungan dengan Kualitas Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Wenang Permai Sentosa.