

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di sukses mandiri Bandung. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan di sukses mandiri, untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh sukses mandiri dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di sukses mandiri

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah kuesioner dan wawancara. Pengambilan sampel dilakukan dengan *probability sampling* dengan jenis *proportionate stratified random sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden, kemudian analisis data digunakan analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana

Menurut Zeitham dalam Adikuswanto (2009:33), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk & layanan secara menyeluruh. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2009:233), kualitas pelayanan yang baik dapat diukur dari 5 dimensi yaitu penampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Menurut Kotler & Keller (2009:177). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi seseorang

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menurut responden diketahui bahwa pada variabel kualitas pelayanan (X) Sukses Mandiri adalah cukup baik. Hal tersebut dilihat dari hasil skor jawaban responden dalam kuesioner sebesar 63,45%, nilai persentase terendah adalah *empathy* sebesar 60.6% dan persentase nilai terbesar adalah *assurance* sebesar 69.64%. Pada variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah cukup baik, dilihat dari persentase kuesioner 65,55%, besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 86,8%. Sedangkan sisanya sebesar 13,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini salah satunya yaitu harga, dan tempat.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di sukses mandiri berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, keunggulan dalam hal *assurance* sudah sesuai dengan harapan pelanggan namun pada *empathy* memiliki persentase terkecil dikarenakan staf kurang memberikan solusi apabila jadwal latihan yang tertunda, hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan sukses mandiri salah satunya yaitu memperbaiki *service* sehingga penilaian pelanggan terhadap *empathy* dapat berpengaruh baik kepada perusahaan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study was conducted to determine how the effect of service quality on customer satisfaction in sukses mandiri. The purpose of this study is to determine how the quality of service in sukses mandiri, to determine the extent to which the level of customer satisfaction with the services provided by the independent success and to determine how much influence the quality of service to customer satisfaction in sukses mandiri.

The method used in this study is a quantitative descriptive research and causal. The type of data needed for the study is primary data and secondary data. While the techniques used in collecting data was a questionnaire and interviews. Sampling was done with a type of probability sampling with proportionate stratified random sampling, the number of respondents of 100 respondents, and the data analysis used descriptive analysis, simple linear regression analysis

According Zeitham in Adikuswanto (2009: 33), quality of service is defined as an assessment of customers on the advantages or features of a product and service as a whole. According to the Tjiptono Parasuraman (2009: 233), good service quality can be measured from 5 dimensions namely physical appearance (tangible), reliability, responsiveness, assurance and empathy. According to Kotler and Keller (2009: 177). Satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance or results against expectations of a person

Based on the results of the descriptive analysis according to the respondents note that the service quality variable (X) is a pretty good sukses mandiri. It is seen from the results of the questionnaire respondents score of 63.45%, the lowest percentage value is empathy for 60.6% and the percentage of the largest value is the assurance of 69.64%. In the customer satisfaction variable (Y) is pretty good, in terms of the percentage of questionnaires 65.55%, large simultaneous impact of service quality on customer satisfaction was 86.8%. While the remaining 13.2% is influenced by other variables not examined in this study one of them is the price,

From this study it can be concluded that the quality of service in sukses mandiri effect on customer satisfaction, excellence in terms of assurance is in accordance with customer expectations but the smallest percentage dikarnakan empathy have less staff to provide solutions when the training schedule is delayed, it should be noted by one sukses mandiri company assessment is to improve service so that the customer can affect both empathy to the company.

Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction