

**“ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN ANTARA TOKO BANGUNAN HANDAYANI
MAKMUR DAN TOKO BANGUNAN MIRANDA JAYA”**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Sri Setiawati

NIM : 12412791

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : “Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Antara Toko Bangunan Handayani Makmur Dan Toko Bangunan Miranda Jaya”

Nama : Sri Setiawati

NIM : 12412791

Program Studi : Manajemen

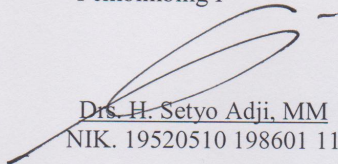
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

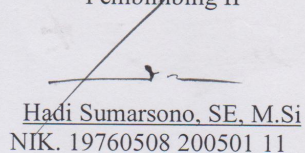
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 3 September 2016

Pembimbing I


Drs. H. Setyo Adji, MM
NIK. 19520510 198601 11

Pembimbing II


Hadi Sumarsono, SE, M.Si
NIK. 19760508 200501 11

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

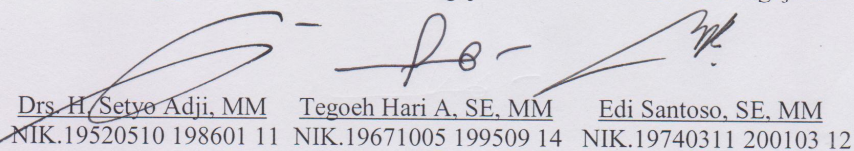


Titik Ropini, SE, MM
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

Dosen Penguji III


Drs. H. Setyo Adji, MM Tegoeh Hari A, SE, MM Edi Santoso, SE, MM
NIK.19520510 198601 11 NIK.19671005 199509 14 NIK.19740311 200103 12

RINGKASAN

Penelitian yang mengambil judul Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Antara Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis bagaimana persepsi konsumen di Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, dan juga untuk menganalisis apakah terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya. Penelitian ini dilakukan di Desa Pijeran Kecamatan Siman karena dibuktikan bahwa mayoritas konsumen Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya adalah warga Desa Pijeran. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan lebih akurat, sehingga didapat solusi yang tepat.

Sampel dari penelitian ini adalah masyarakat Desa Pijeran Kecamatan Siman yang pernah melakukan pembelian/menggunakan jasa di kedua Toko Bangunan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Cluster Random Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana peneliti mengelompokkan terlebih dahulu berdasarkan kelas-kelas atau berdasarkan tempat tinggal mereka, kemudian dari sub populasi tersebut diambil sampel secara acak, sehingga tujuan yang diinginkan tercapai dan mewakili populasi dari konsumen Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya secara keseluruhan. Sampel yang digunakan adalah 100 orang dari kedua Toko Bangunan dengan teknis 1 (satu) orang mengisi 2 kuisioner. Alat analisis yang digunakan adalah *Uji Paired Sample t-test*.

Hasil penelitian di Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya menunjukkan bahwa hasil uji t parsial sebagai berikut : 1) terdapat perbedaan persepsi konsumen pada dimensi *tangible* antara Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya, 2) terdapat perbedaan persepsi konsumen pada dimensi *reliability* antara Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya, 3) terdapat perbedaan persepsi konsumen pada dimensi *responsiveness* antara Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya, 4) terdapat perbedaan persepsi konsumen pada dimensi *assurance* antara Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya, 5) terdapat perbedaan persepsi konsumen pada dimensi *emphaty* antara Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya.

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan Toko Bangunan Handayani Makmur terbukti lebih unggul dibanding Toko Bangunan Miranda Jaya. Terlihat dari hasil tanggapan responden tentang *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* dari Toko Bangunan Handayani Makmur mendapatkan skor lebih tinggi dibanding Toko Bangunan Miranda Jaya.

Kata kunci : persepsi konsumen, Kualitas Pelayanan

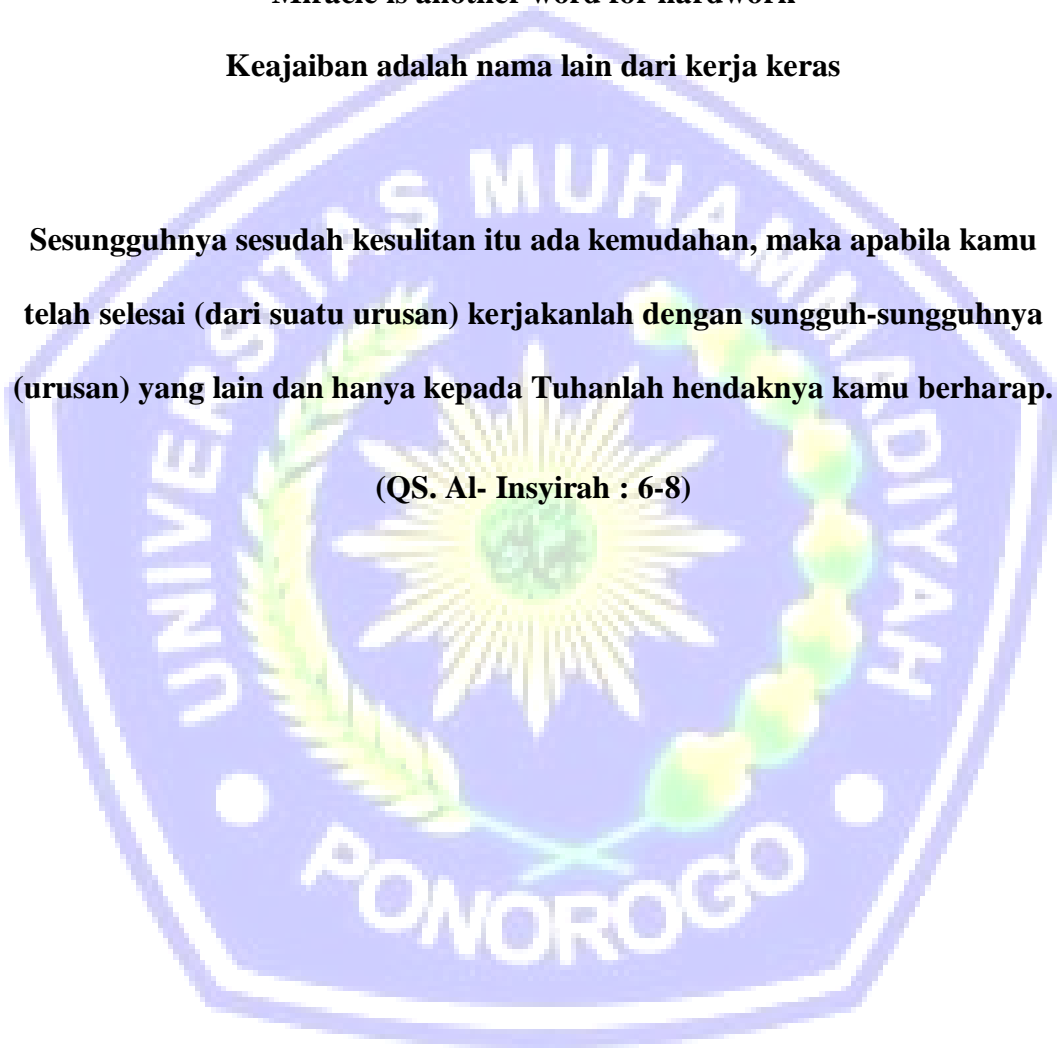
MOTTO

“Miracle is another word for hardwork”

Keajaiban adalah nama lain dari kerja keras

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguhnya (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap.

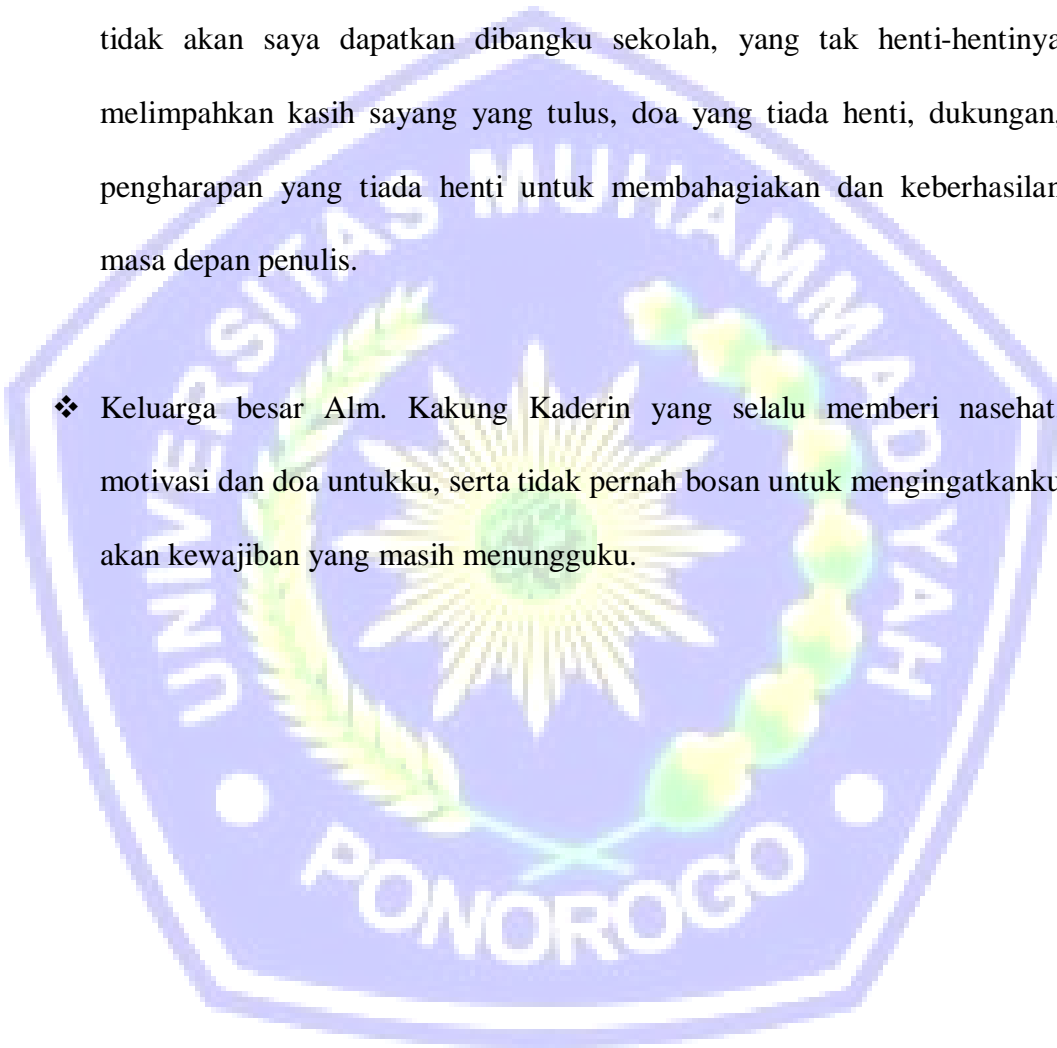
(QS. Al- Insyirah : 6-8)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT sang pencipta kehidupan dan dengan penuh ketulusan hati, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

- ❖ Ayah dan Ibuku tersayang, yang memberikan pelajaran berharga yang tidak akan saya dapatkan dibangku sekolah, yang tak henti-hentinya melimpahkan kasih sayang yang tulus, doa yang tiada henti, dukungan, pengharapan yang tiada henti untuk membahagiakan dan keberhasilan masa depan penulis.
- ❖ Keluarga besar Alm. Kakung Kaderin yang selalu memberi nasehat, motivasi dan doa untukku, serta tidak pernah bosan untuk mengingatkanku akan kewajiban yang masih menungguku.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT sang penguasa alam semesta yang telah memberi kesempatan pada kita semua untuk dapat merasakan manis getirnya kehidupan ini. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi tauladan bagi kita semua yang masih berada di jalan Allah SWT.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penelitian yang berjudul “Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Antara Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya. Diharapkan dapat bermanfaat bagi siapa saja yang peduli pada proses pembelajaran dan perubahan agar menjadi lebih baik.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari pihak lain, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu mendengarkan dan mengabulkan doa-doa penulis.
2. Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi panutan yang terbaik bagi penulis.
3. Para Rasul, Wali dan leluhur yang kisah-kisahannya menjadi motivasi untuk selalu taat kepada Allah SWT.

4. Ibu Titi Rapini SE. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Hadi Sumarsono, SE. M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo serta Dosen Pembimbing II skripsi yang dengan sabar dan teliti telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis demi kemajuan skripsi penulis.
6. Bapak Drs. H. Setyo Adji. MM., selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar dan tulus telah memberikan masukan, arahan, bimbingan kepada penulis demi kemajuan skripsi penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Bapak Subakri dan Bapak Kusur selaku Pimpinan Toko Bangunan Handayani Makmur dan Toko Bangunan Miranda Jaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan menyebarkan kuisioner.
9. Bapak Mirun, Ibu Mirun dan keluarga besar Alm. Kakung Kaderin terimakasih atas doa, dorongan, pelajaran hidup yang telah diberikan kepada penulis dan harapan yang selalu memberi semangat kepada penulis bahwa ada yang harus diperjuangkan dan dipenuhi.
10. Kawan-kawan manajemen angkatan 2012 dan terkhusus lagi para gerombolan ciloko anak-anak kelas Manajemen A yang telah memberi

warna selama 4 tahun terakhir terkhusus untuk sahabatku dari SMK Ulvi Unun Hariyati yang telah dengan sabar mendampingi penulis selama penyusunan skripsi.

11. Kawan-kawan yang berada di organisasi UKM PSRM Simo Budi Utomo Universitas Muhammadiyah Ponorogo dimanapun kalian berada, terimakasih atas segala yang kalian beri untuk penulis terkhusus untuk Evo, Abi Gendut, Lucky Buluk, Nurul, Bang Vian dan Mas Redi.

12. Dan semua orang yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang sudah memberi arti dalam kehidupan penulis. Terimakasih tanpa kalian penulis tidak akan tau manis asam pahitnya kehidupan ini.

Dengan tulus ikhlas penulis hanya dapat membalas dengan ucapan yang teramat sederhana, terima kasih. Semoga Allah SWT berkenan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada berbagai pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca. Amien ya robbal 'alamin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ponorogo, September 2016

(Sri Setiawati)

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis' disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/ atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 3 September 2016



(Sri Setiawati)
NIM. 12412791



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	I
Halaman Pengesahan	Ii
Abstrak	Iii
Motto	Iv
Halaman Persembahan	V
Kata Pengantar	Vi
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	Ix
Daftar Isi.....	X
Daftar Tabel	Xv
Daftar Gambar	Xvii
Daftar Lampiran	Xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Tujuan Penelitian	7

1.4.2. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen.....	9
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	9
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.1.3 Bauran Pemasaran	10
2.1.2 Kualitas Pelayanan	12
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.3. Perilaku Konsumen.....	18
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	18
2.1.3.2 Faktor-Faktor yg Mempengaruhi Perilaku Konsumen	20
2.1.4 Persepsi	27
2.1.4.1 Pengertian Persepsi	27
2.1.4.2 Faktor-Faktor yg Mempengaruhi Persepsi.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.3.1 Pengaruh Tangible Toko Bangunan Terhadap	32

Persepsi Konsumen	
2.3.2 Pengaruh Reliability Toko Bangunan Terhadap Persepsi Konsumen	34
2.3.3 Pengaruh Responsiveness Toko Bangunan Terhadap Persepsi Konsumen	36
2.3.4 Pengaruh Assurance Toko Bangunan Terhadap Persepsi Konsumen	37
2.3.5 Pengaruh Emphaty Toko Bangunan Terhadap Persepsi Konsumen	38
2.4 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	43
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.3. Metode Pengambilan Data	47
3.3.1 Data Primer	47
3.3.2 Data Sekunder	50
3.4. Definisi Operasional Variabel	50
3.5. Metode Analisa Data	55
3.5.1. Uji Validitas	55
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	56
3.5.3 Uji <i>Paired Sampel t-test</i>	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Gambaran Umum Toko Bangunan Handayani Makmur	59
4.1.1. Sejarah Toko Bangunan Handayani Makmur	59
4.1.2. Visi dan Misi Toko Bangunan	60
4.2. Gambaran Umum Toko Bangunan Miranda Jaya	63
4.2.1. Sejarah Toko Bangunan Miranda Jaya	63
4.2.2. Visi dan Misi Toko Bangunan	64
4.3. Profil Responden	67
4.3.1 Data Responden Toko Bangunan	68
4.3.2. Sejarah Toko Bangunan Handayani Makmur	79
4.4. Pembahasan	71
4.4.1. Analisis Uji Validitas	71
4.4.2. Analisis Uji Reliabilitas	74
4.4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data	76
4.4.4. Uji <i>Paired Sample t-test</i>	99
4.4.5 Implikasi Hasil Penelitian	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1. Kesimpulan	117
5.2. Saran	119

DAFTAR PUSTAKA 122

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1 . Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2 Data Penduduk Desa Pijeran Kecamatan Siman	46
Tabel 3 Tingkat Keandalan Instrumen	57
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Menurut Tempat Tinggal.....	68
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Menurut Usia.....	69
Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Menurut Pekerjaan.....	70
Tabel 4.5. Hasil Pengujian Validitas TB Handayani Makmur.....	72
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Validitas TB Miranda Jaya.....	73
Tabel 4.7. Hasil Pengujian Reliabilitas TB Handayani Makmur.....	74
Tabel 4.8. Hasil Pengujian Reliabilitas TB Miranda Jaya.....	75
Tabel 4.9. Dimensi Tangible	77
Tabel 4.10. Dimensi Reliability	82
Tabel 4.11. Dimensi Responsiveness.....	86

Tabel 4.12. Dimensi Assurance.....	90
Tabel 4.13. Dimensi Emphaty.....	95
Tabel 4.14. Uji Paired Sample Statistic Tangible.....	100
Tabel 4.15. Uji Paired Sample Test Tangible.....	100
Tabel 4.14. Uji Paired Sample Statistic Tangible.....	100
Tabel 4.15. Uji Paired Sample Test Tangible.....	100
Tabel 4.16. Uji Paired Sample Statistic Reliability.....	102
Tabel 4.17. Uji Paired Sample Test reliability.....	102
Tabel 4.18. Uji Paired Sample Statistic Responsiveness.....	104
Tabel 4.19. Uji Paired Sample Test Responsiveness.....	104
Tabel 4.20. Uji Paired Sample Statistic Assurance.....	106
Tabel 4.21. Uji Paired Sample Test Assurance.....	107
Tabel 4.22. Uji Paired Sample Statistic Emphaty.....	108
Tabel 4.23. Uji Paired Sample Test Emphaty.....	109
Tabel 4.24. Uji Paired Sample Statistic Services Quality.....	110
Tabel 4.25. Uji Paired Sample Test Services Quality.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 2. Struktur Organisasi Toko Bangunan Handayani Makmur.....	60
Gambar 3. Struktur Organisasi Toko Bangunan Miranda Jaya.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Data Mentah Penelitian
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Uji Paired Sampel t-test
- Lampiran 6 Tabel SPSS

