

**FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN YANG MEMPENGARUHI  
MINAT KONSUMEN DALAM MELAKUKAN KUNJUNGAN ULANG PADA  
W2 BEAUTY SPA DI PONOROGO**



**SKRIPSI**

**Nama : Ratih Puspitasari**

**NIM : 12412888**

**Program Studi : S-1 Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2016**

**FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN YANG MEMPENGARUHI  
MINAT KONSUMEN DALAM MELAKUKAN KUNJUNGAN ULANG PADA  
W2 BEAUTY SPA DI PONOROGO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Sebagian Syarat-syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1) Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**Nama : Ratih Puspitasari**

**NIM : 12412888**

**Program Studi : S-1 Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2016**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Faktor - Faktor Kualitas Pelayanan yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Melakukan kunjungan Ulang pada W2 Beauty Spa di Ponorogo.  
Nama : Ratih Puspitasari  
NIM : 12412888  
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 2 September 2016

Pembimbing I



Titi Rapini, SE, MM  
NIK.19630505 199001 11

Pembimbing II



Tegoeh Hari A, SE, MM  
NIK. 19671005 199509 14

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, SE, MM  
NIK.19630505 199001 11

Dosen Penguji :



Titi Rapini, SE, MM  
NIK.19630505 199001 11)



Dra. Umi Farida, MM  
NIK.19610110 199112 13



Naning Kristiana, SE, MM  
NIK.19750921 200309 14

## MOTTO

Anda pasti melihat masa lalu, jika  
Anda menatap kebelakang, namun  
jika Anda menatap kedepan, maka  
Anda tidak akan pernah peduli  
dengan masa lalu Anda.

***Ada 4 hal yang tidak dapat dikembalikan. Kata yang telah diucapkan. Anak panah yang telah dilepaskan. Masa lalu dan kesempatan yang telah disia-siakan.....!***

## RINGKASAN

*Pelayanan dengan kualitas yang tinggi akan berdampak terhadap konsumen pada perilaku berikutnya. Jika jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif, demikian juga sebaliknya. Apabila konsumen sudah merasa puas dengan suatu layanan yang diberikan maka akan menciptakan niat pembelian kembali. Kualitas pelayanan menjadi faktor penting di dalam sebuah pemasaran, adapun variabel-variabel di dalamnya adalah tangibility (bukti fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan emphaty (perhatian).*

*Dalam penelitian ini terdapat populasi sebesar 120 pelanggan selama satu bulan, dan hasil perhitungan menggunakan rumus Suharsimi Arikunto diperoleh sample sebanyak 30 responden. Dari penelitian ini diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 75% yang menunjukkan sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen dan 25% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.*

*Berdasarkan uji t faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan kunjungan ulang pada W2 Beauty Spa di Ponorogo adalah faktor emphaty. Hal ini ditunjukkan dengan hasil t hitung > t tabel (4,183 > 1,711) dengan signifikansi sebesar 0,000.*

*Dari perhitungan uji f, diperoleh hasil sebesar 14,395 > 2,62 yang berarti f hitung > f tabel yang menunjukkan pengaruh yang signifikan dari kelima variabel independen terhadap variabel dependen dengan taraf signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,000.*

**Kata Kunci : Faktor Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphati dan Minat Kunjungan Ulang.**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM MELAKUKAN KUNJUNGAN ULANG PADA W2 BEAUTY SPA DI PONOROGO” yang disusun sebagai syarat akademis dalam penyelesaian studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

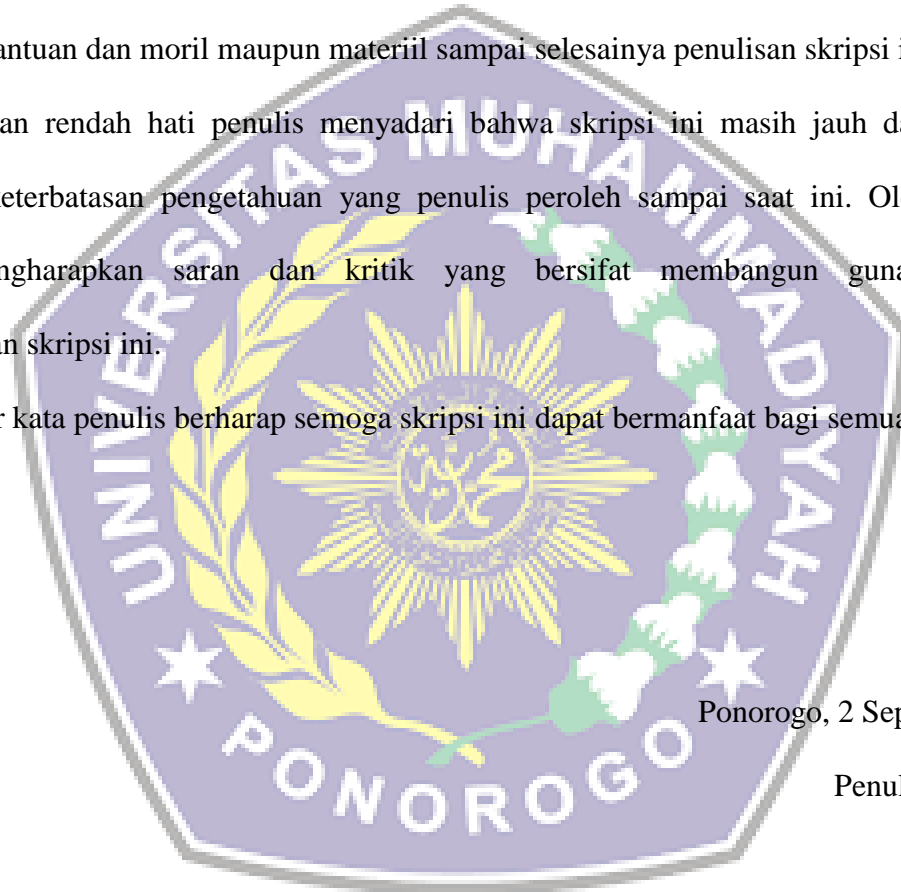
Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM. selaku Dekan dan dosen pembimbing I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Bapak Tegoeh Hari A, SE, MM. selaku dosen pembimbing II atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk di bangku kuliah.
4. Kedua orang tua, Bapak dan ibu yang saya hormati dan sayangi, yang telah membesarkan saya, dan telah memberikan segalanya yang terbaik untuk hidup saya, serta doa yang tidak pernah putus untuk hidup dan masadepan saya.

5. Ibu Indrias Leni, SE. pemilik W2 Beauty Spa di Ponorogo, mbak Cici dan juga staf yang telah memberikan ijin penelitian dan sekaligus banyak membantu kegiatan dalam penelitian ini.
6. Sahabat-sahabat serta teman-teman angkatan yang turut memberikan dukungan pada penulis.
7. Semua pihak yang tidak bisa saya sebut satu persatu, yang banyak memberikan bantuan dan moril maupun materiil sampai selesainya penulisan skripsi ini

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



Ponorogo, 2 September 2016

Penulis

(RATIH PUSPITASARI)



## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**

### **KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah 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 di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 2 September 2016

A handwritten signature in black ink is written over a green 5000 Rupiah postage stamp. The stamp features the text 'KORPRIKORAN' at the top, 'TELKOMSEL' below it, and '5000' in large numbers. It also includes the Indonesian coat of arms and the text 'PAKSI BURUHAN' at the bottom.

(RATIH PUSPITASARI)

NIM 12412888



## DAFTAR ISI

Halaman Depan.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Motto Penulis.....	iii
Ringkasan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Product.....	12
2.1.4 Pemasaran Jasa.....	13
2.1.5 Karakteristik Jasa.....	14
2.1.6 Elemen Marketing Mix Jasa.....	17
2.1.7 Pengertian Pelayanan.....	19
2.1.4 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.9 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.10 Pengertian Konsumen.....	23

2.1.11 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.12 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
2.1.13 Minat Kunjungan Ulang.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
<b>BAB III. Metode Penelitian.....</b>	<b>36</b>
3.1 Obyek Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Metode Pengambilan Data.....	37
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5 Metode Analisis Data.....	41
3.5.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.5.2 Koefisien Determinasi.....	42
3.5.3 Uji Instrument.....	42
3.5.4 Uji Hipotesa.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	45
4.1.2 MSDM.....	45
4.1.3 Deskripsi Jabatan.....	46
4.1.4 Ketenagakerjaan.....	47
4.1.5 Gambaran Umum Pelayanan Jasa.....	47
4.1.6 Hasil Penelitian.....	48
4.1.7 Deskripsi Variabel.....	52
4.2 Pembahasan.....	66
4.2.1 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66

4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	69
4.2.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	72
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	73
4.2.5 Implikasi Penelitian.....	83
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	 88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.....	49
Tabel 4.2	Deskripsi responden berdasarkan usia.....	50
Tabel 4.3	Deskripsi responden berdasarkan pendidikan.....	51
Tabel 4.4	Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan.....	52
Tabel 4.5	Tanggapan responden mengenai ruangan W2 Beauty Spa	53
Tabel 4.6	Tanggapan responden mengenai penampilan karyawan.....	54
Tabel 4.7	Tanggapan responden mengenai adanya tempat parkir.....	55
Tabel 4.8	Tanggapan responden mengenai pelayanan tepat waktu.....	56
Tabel 4.9	Tanggapan responden mengenai keakuratan pelayanan.....	57
Tabel 4.10	Tanggapan responden mengenai kesigapan.....	58
Tabel 4.11	Tanggapan responden mengenai kecepatan dalam penanganan keluhan .....	59
Tabel 4.12	Tanggapan responden mengenai pengetahuan produk.....	60
Tabel 4.13	Tanggapan responden mengenai kemampuan karyawan menumbuhkan kepercayaan .....	61
Tabel 4.14	Tanggapan responden mengenai karyawan yang memahami pelanggan .....	62
Tabel 4.15	Tanggapan responden mengenai komunikasi yang baik.....	63
Tabel 4.16	Tanggapan responden mengenai keinginan menggunakan produk.....	64
Tabel 4.17	Tanggapan responden mengenai perencanaan menggunakan produk.....	65
Tabel 4.18	Tanggapan responden mengenai kebutuhan menggunakan produk.....	66
Tabel 4.19	Hasil pengujian validitas.....	67
Tabel 4.20	Hasil pengujian reliabilitas.....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	46
Gambar 4.2	Kurva t hitung untuk variabel Tangibility X1.....	76
Gambar 4.3	Kurva t hitung untuk variabel Reliability X2.....	77
Gambar 4.4	Kurva t hitung untuk variabel Responsiveness X3.....	78
Gambar 4.5	Kurva t hitung untuk variabel Assurance X4.....	79
Gambar 4.6	Kurva t hitung untuk variabel Emphaty X5.....	80
Gambar 4.7	Kurva uji F.....	82

