

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, SUASANA *WIFI*
CORNER, DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN *WIFI CORNER* KAB. PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Oleh

Nama : Muhammad Bedik Mirfauzi

NIM : 13413278

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Suasana *Wifi Corner*, *Customer Value* Terhadap Kepuasan Pelanggan *Wifi Corner* Kab. Ponorogo.

Nama : Muhammad Bedik Mirfauzi

NIM : 13413278

Program Studi : Manajemen

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

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 18 Agustus 2017

Pembimbing I,

(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)
NIP. 19760508 200501 1 002

Pembimbing II,

(Dra. Umi Farida, MM)
NIK. 19610110 199112 13

Mengetahui,

Dekan Fakultas. Ekonomi



(Titi Rapini, SE, MM)
NIP. 19630505 199003 2003

Penguji I,

(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)
NIP. 19760508 200501 1 002

Penguji II,

(Drs. Sujiono, MM)
NIK. 19560616 198909 12

Penguji III,

(Titi Rapini, SE, MM)
NIP. 19630505 199003 2003

RINGKASAN MATERI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, suasana *wifi corner*, dan *customer value* terhadap kepuasan pelanggan *wifi corner* Kab. Ponorogo. Dengan menggunakan sampel pelanggan di lima lokasi *wifi corner* yang ada di Kab. Ponorogo. Responden pada penelitian sebanyak 98 orang, data yang dikumpulkan yaitu melalui kuesioner yang dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS.16.0

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa kualitas layanan, suasana *wifi corner* dan *customer value* memiliki pengaruh secara simultan, hal ini ditunjukkan pada hasil uji F dengan tingkat signifikan 90% ($\alpha = 0,1$) dan angka signifikan (*P Value*) sebesar $0,000 < 0,1$ dan hasil uji koefisien determinasi dengan nilai *R square* (R^2) sebesar 0,767 yang dapat diartikan bahwa variabel independen kualitas layanan, suasana *wifi corner*, dan *customer value* dapat menjelaskan variabel dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 58,8% dan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh kepada kepuasan pelanggan karena tingkat signifikan ($0,000 < 0,1$) dari nilai t_{hitung} lebih besar dibanding t_{tabel} yaitu $(4,469) > (1,661)$, sedangkan suasana *wifi corner* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena tingkat signifikan ($0,738 > 0,1$) dari t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu $(0,336) < (1,661)$, sedangkan *customer value* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena tingkat signifikan ($0,000 < 0,1$) dari nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $(5,704) > (1,661)$.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang direncanakan. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dalam bentuk bantuan moril maupun materiil, yaitu :

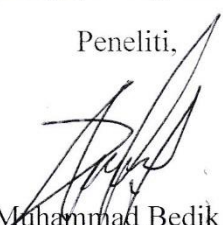
- 1) Ayah dan Ibu selaku orang tua yang telah membesarkan peneliti, membimbing dan memberikan kasih sayang serta dorongan dan semangat penuh kepada peneliti dan selalu membawa peneliti didalam doa-doanya, serta kakak dan adik tercinta yang selalu memberikan saran dan motivasi kepada peneliti.
- 2) Titi Rapini, SE, MM selaku dekan Fakultas Ekonomi yang secara administrative telah menunjang terlaksananya penelitian skripsi ini.
- 3) Hadi Sumarsono, SE, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini serta memberikan saran dan masukan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
- 4) Dra. Umi Farida, MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini serta memberikan saran dan masukan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.

- 5) Dra. Umi Farida, MM selaku kepala prodi Manajemen yang secara administrative telah menunjang terlaksananya penelitian skripsi ini.
- 6) Dosen pengajar Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan dikampus Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- 7) Teman-teman manajemen angkatan 2013.
- 8) Semua pihak yang tidak biasa disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki peneliti, untuk itu diharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Ponorogo, 18 Agustus 2017

Peneliti,



(Muhammad Bedik M.)

NIM : 13413278

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENEITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karyasaya 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 atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 18 Agustus 2017

Peneliti,



(Muhammad Bedik M.)

NIM : 13413278

MOTTO

‘‘Sukses adalah berani bertindak dan punya prinsip’’

‘‘Rahasia keberhasilan adalah kerja keras dan belajar dari kegagalan’’

(arah kiblat)



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERYATAAN TIDAK MELANGGAR	vi
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan dan manfaat penelitian	6
1. Tujuan Penelitian.	7
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1.Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Pengertian pemasaran	10
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.4.1 Bauran Pemasaran Jasa.....	13

2.1.5	Perilaku Konsumen	17
2.1.5.1	Model Perilaku Konsumen	20
2.2.	Wifi Corner.....	22
2.2.1.	Pengertian Wifi Corner.....	22
2.2.2.	Perkembangan Wifi Corner.....	22
2.2.3.	Pengertian Jasa	23
2.2.4.	Pengertian Internet	24
2.3.	Kepuasan Pelanggan.	24
2.4.	Kualitas Layanan.	29
2.5.	Suasana (<i>atmosphere</i>)	32
2.6.	<i>Customer Value</i> (Nilai pelanggan).....	35
2.7.	Penelitian Dahulu.....	40
2.8.	Kerangka Pemikiran.....	42
2.8.1.	Hipotesis.....	43
2.9.	Perumusan Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....		46
3.1.	Lokasi Objek Penelitian	46
3.2.	Populasi dan sampel	46
3.2.1	Populasi	46
3.2.2	Sampel	47
3.3.	Metode Pengambilan Data Dan Jenis Data	49
3.3.1.	Metode pengambilan Data.....	49
3.3.2.	Jenis Data.....	50

3.4. Definisi Operasional variabel.....	44
3.4.1 Definisi Operasional	50
3.4.1.1 Variabel Terkait	50
3.4.1.2 Variabel bebas	51
3.5. Metode Analisis Data	53
3.5.1 Uji Validitas.....	53
3.5.2 Uji Reabilitas	54
3.5.3 Analisis Regresi.....	55
3.5.4 Uji Hipotesis.....	56
BAB 1V : HASIL Penelitian Dan Pembahasan	58
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.1.1 Profil	58
4.3 Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	88
4.3.1 Uji instrumen	88
1. Uji Validitas.....	88
2 . Uji Reabilitas	91
4.3.2 Analisa Regresi.....	92
a. Analisis Regresi Berganda.....	92
b. Determinasi (R^2).....	95
4.3.3 Uji Hipotesis	96
a. Hasil Uji t.....	96
b. Hasil Uji F	98
4.4.4 Implikasi penelitian.....	99

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1. Kesimpulan	102
5.2. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan umur.....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan lokasi mengakses di <i>wifi corner</i>	61
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan seberapa sering mengakses internet di <i>wifi corner</i>	62
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan seberapa lama mengakses internet di <i>wifi corner</i>	63
Tabel. 4.6 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (X1.1).....	64
Tabel 4,7 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (X1.2).....	65
Tabel 4.8 Tanggapan pelanggan tentang pernyataan indikator (X1.3).....	66
Tabel 4.9 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (X1.4)... ..	67
Tabel4.10 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (X1.5).....	68
Tabel 4.11 Tanggapan responden mengenai variabel kualitas layanan.....	69
Tabel 4.12 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (X2.1).....	70
Tabel 4.13 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (X2.2).....	71
Tabel 4.14 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (X2.3).....	72
Tabel 4.15 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (X2.4).....	73
Tabel 4.16 Tanggapan responden tentang pernyataan inikator (X2.5).....	74
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai variabel suasana <i>wifi corner</i> .	75
Tabel 4.18 Tanggapan responden mengenai pernyataan indikator (X3.1).....	76
Tabel 4.19 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (X3.2).....	77

Tabel 4.20 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (X3.3)	78
Tabel 4.21 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (X3.4)	79
Tabel 4.22 Tanggapan responde tentang pernyataan indikator (X3.5)	80
Tabel 4.23Tanggapan Responden Mengenai variabel <i>Customer Value</i>	81
Tabel 4.24 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (Y4.1)	82
Tabel 4.25 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (Y4.2)	83
Tabel 4.26 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (Y4.3)	84
Tabel 4,27 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (Y4.4)	85
Tabel 4.28 Tanggapan responden tentang pernyataan indikator (Y4.5)	86
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai variabel	
Kepuasan pelanggan (Y)	87
Tabel 4.30 Uji validitas Metode Penelitian.....	89
Tabel 4.31 Tabel Hasil Uji Realibialitas	91
Tabel 4.32 Hasil Analisis regresi Linear Berganda	93
Tabel 4.33 Pengujian Determinasi (R^2)	95
Tabel 4.34 Uji T	96
Tabel 4.35 Uji regresi secara bersama sama (Uji F)	98

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1 Model Prilaku Konsumen.....	20
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran	36

