

**PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WISATA AIR “GITA
WATER PARK” KEC. PULUNG KAB. PONOROGO**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat
guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Lucki Hermanto

NIM : 10412522

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WISATA AIR
"GITA WATER PARK" KEC. PULUNG. KAB PONOROGO

Nama : Lucki Hermanto

Program studi : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diajukan guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi


Universitas Muhamadiyah Ponorogo

Ponorogo, 05 maret 2014

Pembimbing I


(Sujiono SE, MM)
NIK.19560616 198909 12

Pembimbing II



(Edi Santoso SE, MM)
NIK. 19740311 200103 12


Mengetahui


Dekan Fakultas Ekonomi


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

Dosen penguji


(Sujiono SE, MM)
NIK.19560616 198909 12


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


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

RINGKASAN

Tata letak yang mudah di jangkau, fasilitas yang memadai dan pelayanan yang baik dalam perusahaan jasa khususnya wisata air buatan sangat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Beberapa faktor yang diperhatikan perusahaan obyek wisata air “Gita Waterpark” Pulung untuk memberi kepuasan kepada konsumen adalah faktor lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan. Sehingga mampu menyedot minat para konsumen untuk berkunjung ke obyek wisata tersebut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada wisata air “GITA WATER PARK” kecamatan Pulung kabupaten Ponorogo. (2) Faktor manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada wisata air “GITA WATER PARK” kecamatan Pulung kabupaten Ponorogo. kemudian tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui besarnya pengaruh lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada wisata air “GITA WATER PARK” Pulung. (2) Untuk mengetahui variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada wisata air “GITA WATER PARK” Pulung.

Hasil persamaan regresi linier bergandanya setelah diolah menggunakan SPSS 16.0 adalah $Y = 2,630 + 0,122 \cdot X_1 + 0,344 \cdot X_2 + 0,344 \cdot X_3$ maksud dari persamaan tersebut adalah (a) pada saat variabel lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan tidak ada atau dalam keadaan konstan maka kepuasan konsumen

sebesar 2,630. (b) pada saat variabel lokasi naik satu satuan maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,122. (c) pada saat variabel fasilitas naik satu satuan maka kepuasan konsumen naik sebesar 0,344. (d) pada saat variabel kualitas pelayanan naik satu satuan maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,376.

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai *adjusted R square* pada tabel model summary adalah 0,459 yang berarti 45,9 % tingkat kepuasan konsumen di pengaruhi oleh variabel lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 54,1% dipengaruhi variabel lainnya.

Hasil dari pengujian hipotesis menggunakan uji parsial “t” diketahui variabel fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada wisata air “Gita waterpark”Pulung , ini dibuktikan dengan nilai t hitung > t tabel sedangkan untuk variabel lokasi berpengaruh tetapi tidak signifikan karena nilai t hitung < t tabel. Hasil dari uji serempak “F” di dapat nilai sebesar 23,333 dan F tabel sebesar 8,58 sehingga F hitung > F tabel yang berarti variabel lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan konsumen.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WISATA AIR “GITA WATERPARK” KEC. PULUNG, KAB. PONOROGO” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan 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, S.E, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Sujiono, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing I atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Bapak Edi Santoso, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing II atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk di bangku kuliah.
5. Pemilik dan staf obyek wisata air “Gita waterpark” Pulung yang telah memberikan izin penelitian dan sekaligus banyak membantu kegiatan dalam penelitian ini.
6. Semua pihak yang tidak bisa saya sebut satu persatu, yang banyak memberikan bantuan dalam bentuk moril maupun materil 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.

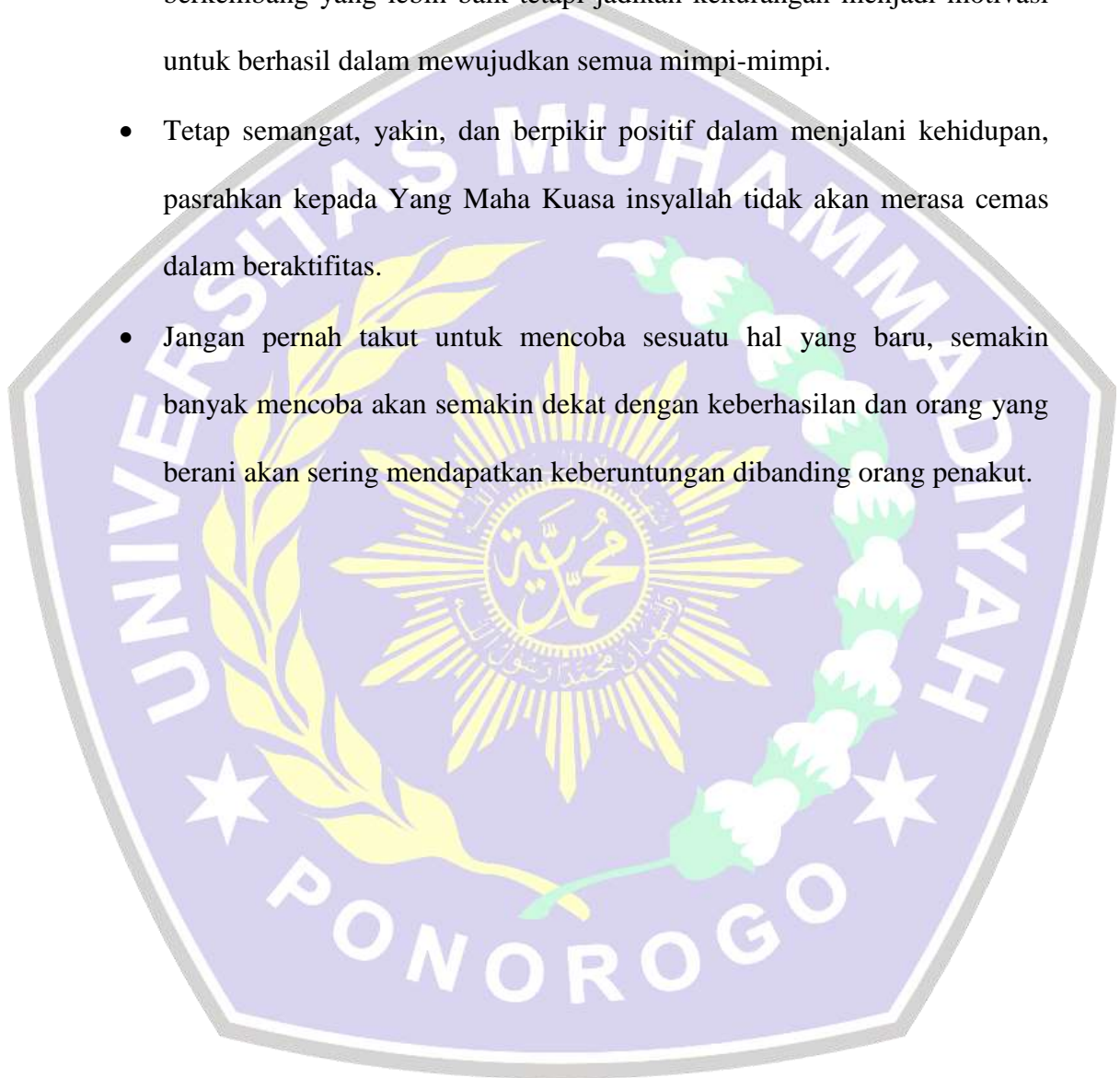
Ponorogo, 29 Nopember 2013

Penulis

(LUCKI HERMANTO)

MOTTO

- Selalu mengamalkan amar maruf nahi munkar
- Jangan jadikan kekurangan kita menjadi sebuah penghalang untuk berkembang yang lebih baik tetapi jadikan kekurangan menjadi motivasi untuk berhasil dalam mewujudkan semua mimpi-mimpi.
- Tetap semangat, yakin, dan berpikir positif dalam menjalani kehidupan, pasrahkan kepada Yang Maha Kuasa insyallah tidak akan merasa cemas dalam beraktifitas.
- Jangan pernah takut untuk mencoba sesuatu hal yang baru, semakin banyak mencoba akan semakin dekat dengan keberhasilan dan orang yang berani akan sering mendapatkan keberuntungan dibanding orang penakut.



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat yang telah Engkau berikan, tempat aku bersandar dan mengeluh kesah dikala senang dan sedih dengan memberikan jalan yang terbaik untuk semua hamba-hambanya sehingga bisa melampaui semua ini dengan baik.

Karya kecilku ini akan aku persembahkan teruntuk :

1. Tuhan YME yang sudah memberikan kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Kedua orangtuaku yang sudah memberikan semangat dan dorongan materi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh keluarga besarku tercinta, terimakasih atas dukungan kalian semua, semoga ini bisa menjadikanku orang yang selalu semangat dan pantang menyerah.
4. Terimakasih kepada bapak/ibu dosen fakultas ekonomi yang sudah mendidik dan memberikan ilmunya.
5. Bapak Wijianto, S.E, M.M. terimakasih atas motivasinya, arahan dan dukungan sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Semua sahabat-sahabat sejawatku Manajemen A angkatan 2010 terima kasih atas pengalaman yang hebat selama kita kuliah bersama, semoga suatu saat kita dapat berkumpul bersama lagi. Untuk geng Sipon Community : Riza, Wahyudin, trio Pulung Lucki, Aziz, dan

Endrik semoga kita berhasil mewujudkan mimpi-mimpi kita dan menjadi direktur pada bisnis kita masing-masing.



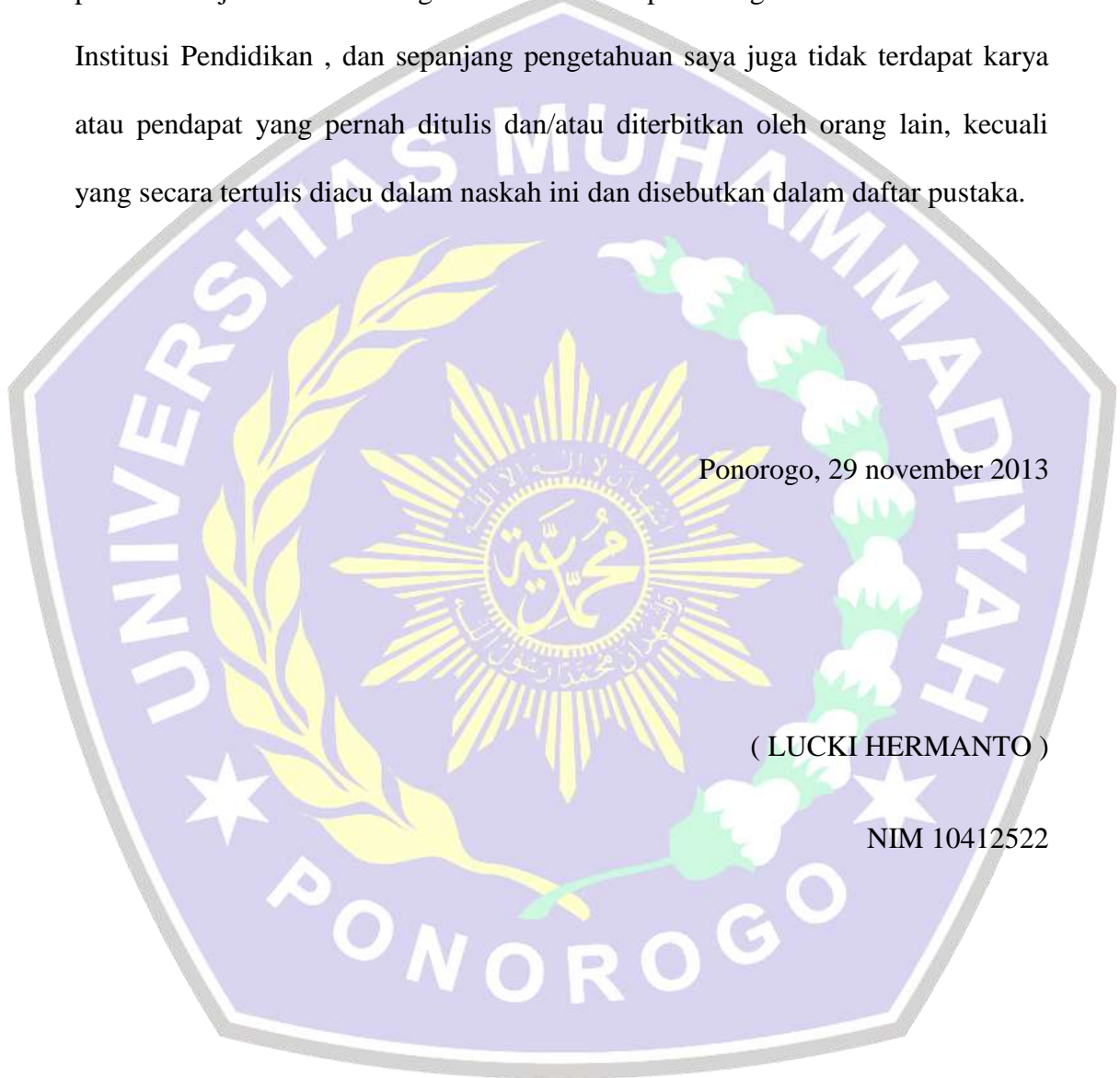
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

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 di ajukan 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, 29 november 2013

(LUCKI HERMANTO)

NIM 10412522

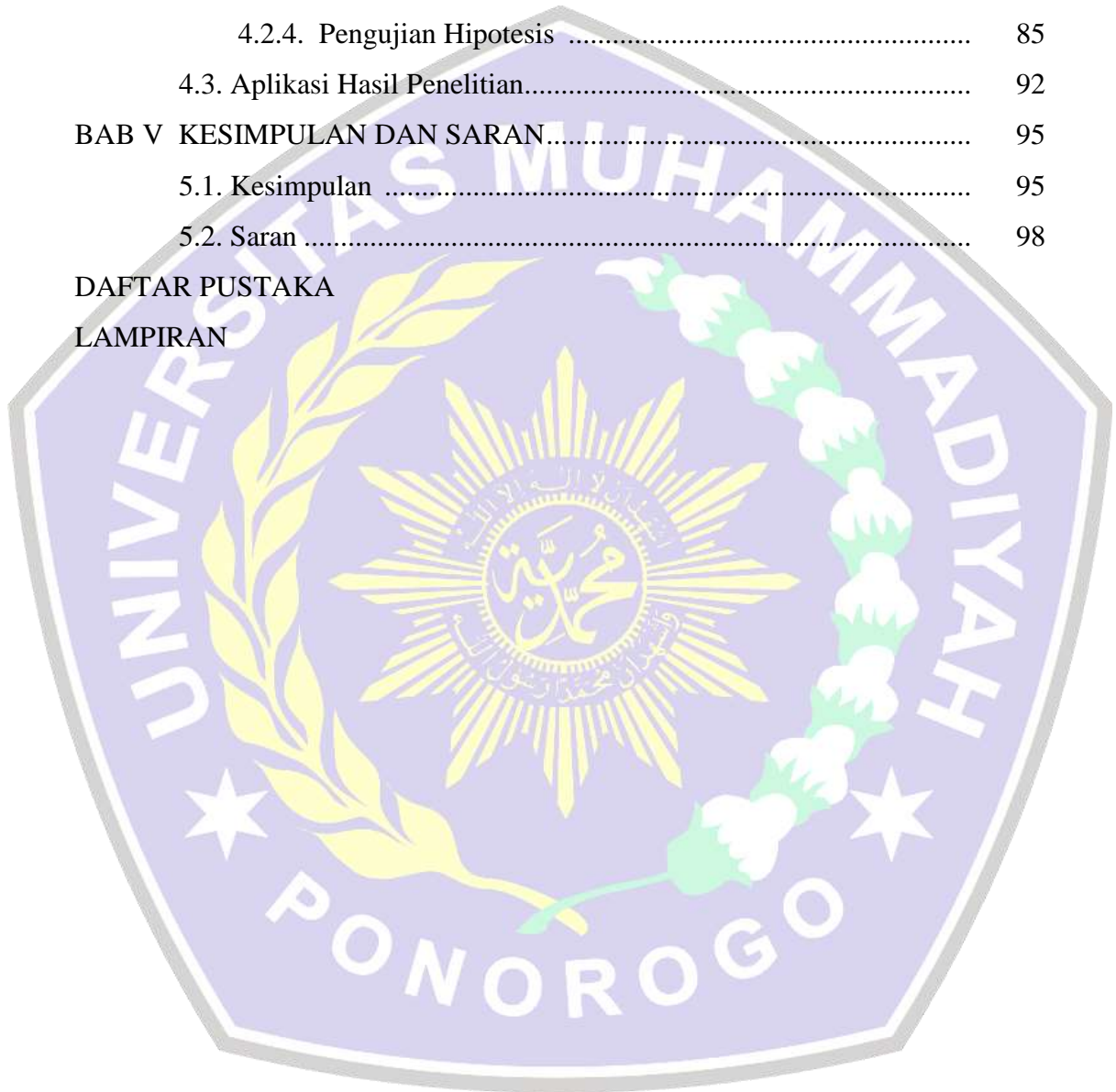


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	9
2.1.3. Produk.....	11
2.1.4. Pengertian Jasa.....	13
2.1.5. Karakteristik Jasa	14
2.1.6. Tempat (Place)	15
2.1.7. Pengertian Konsumen	17
2.1.8. Perilaku konsumen	18
2.1.9. kepuasan Konsumen.....	24

2.2. Penelitian terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	33
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.2.1. Populasi.....	33
3.2.2. Sampel.....	34
3.3. Metode Pengambilan Data.....	35
3.3.1. Data Primer	35
3.3.2. Data Sekunder	37
3.4. Devinisi Operasional Variabel	38
3.4..1 Devinisi Operasional.....	38
3.4.1.1. Variabel Terikat	38
3.4.1.2. Variabel Bebas	39
3.5. Metode Analisis Data.....	40
3.5.1. Analisis Kuantitatif	40
3.5.1.1. Uji Validitas	41
3.5.1.2. Uji Reliabilitas	41
3.5.1.3. Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.5.1.4. Uji Statistik “t”	42
3.5.1.5. Uji “F” (Serempak/Anova)	44
3.5.1.5. Koefisien Determinasi (R ²)	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Hasil Penelitian	46
4.1.1. Gambaran Umum	46
4.1.2. Aspek Operasional Perusahaan	47
4.1.3. Aspek Pemasaran.....	48
4.1.4. Aspek Sumber Daya Manusia.....	49
4.1.5. Aspek Keuangan	54
4.1.6. Data Responden	56

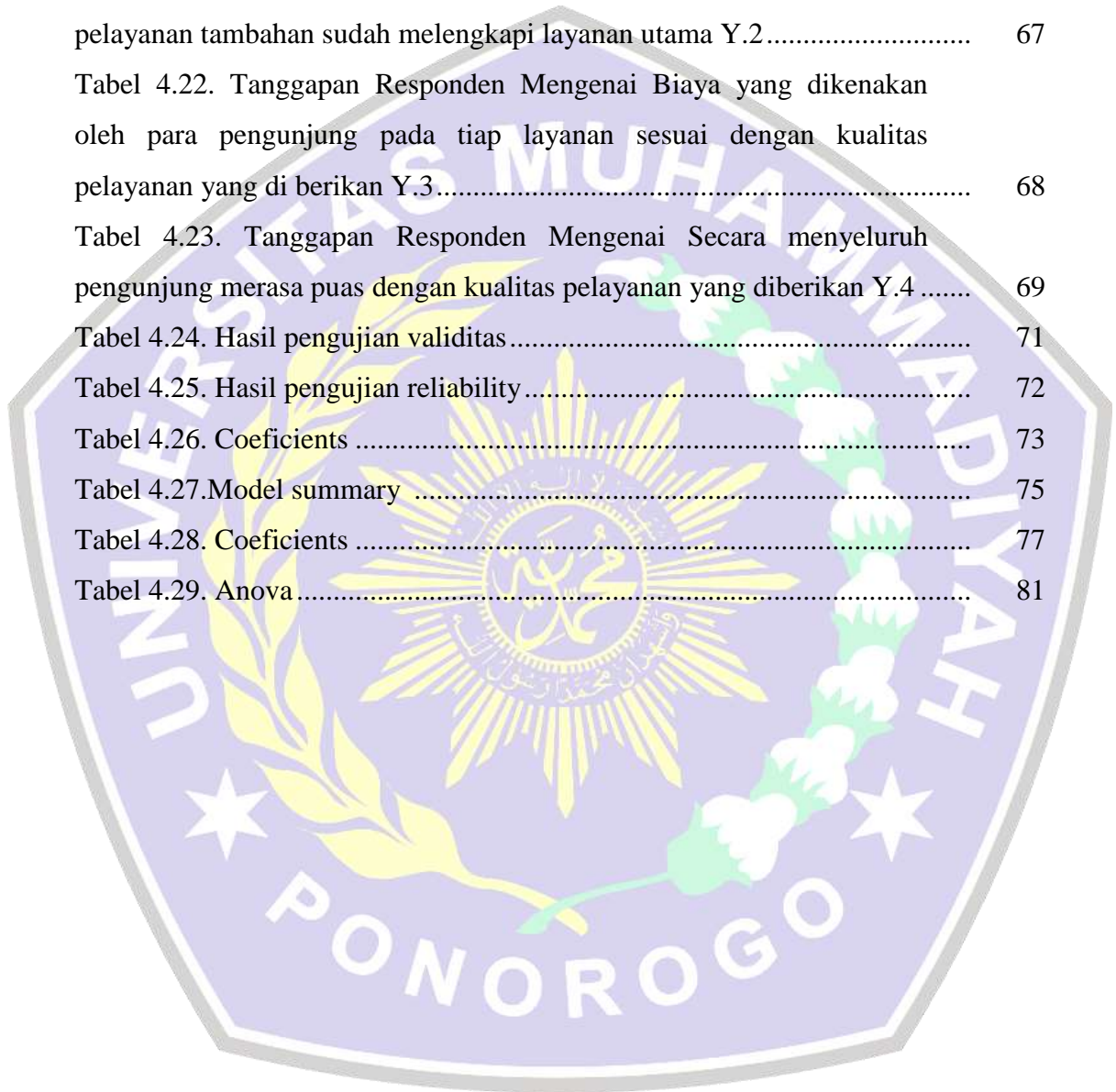
4.1.7. Deskripsi Variabel	61
4.2. Pembahasan	79
4.2.1. Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	79
4.2.2. Analisis Regresi Linier Berganda	82
4.2.3. Analisis Koefisien Determinasi	84
4.2.4. Pengujian Hipotesis	85
4.3. Aplikasi Hasil Penelitian.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

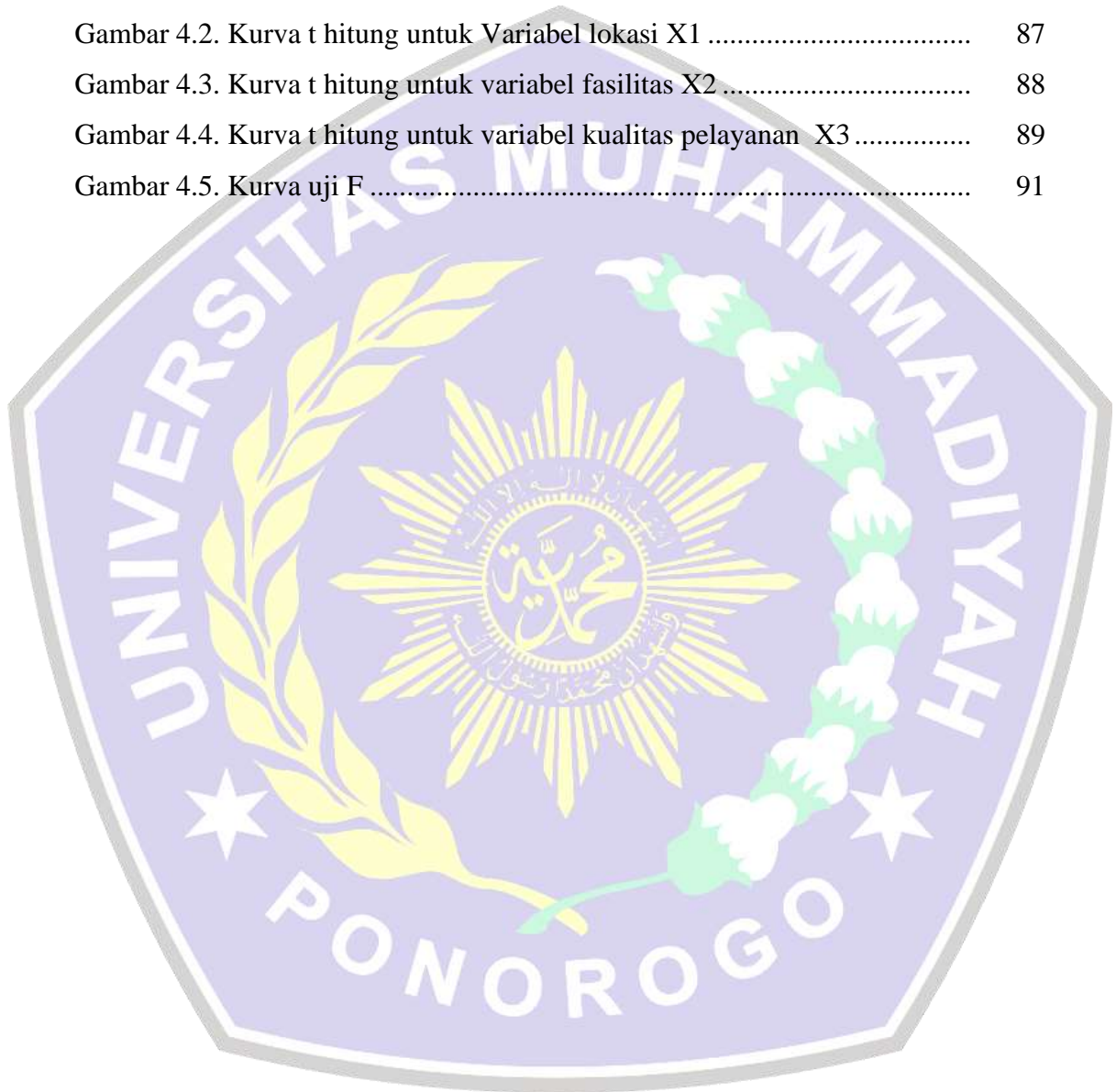
Tabel 4.1. Jumlah Karyawan obyek wisata air “Gita water park” Pulung.....	43
Tabel 4.2. Neraca Cv Inti Bayu Putera	47
Tabel 4.3. Laporan Rugi/Laba tahun 2012.....	48
Tabel 4.4. Diskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.5. Diskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.6. Diskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Tabel 4.7. Diskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai KeterjangkauanX1.1	54
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai Tersedianya transportasi Umum X1.2.....	55
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Mengenai Lingkungan Sekitar Yang Nyaman X1.3	56
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Mengenai Dekat dengan fasilitas umum X1.4.....	57
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas untuk pengunjung yang memadai dan nyaman X2.1	58
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Mengenai Penyediaan peralatan dan perlengkapan pelayanan X2.2	59
Tabel 4.14. Tanggapan Responden Mengenai Rancangan ruangan tertata dengan baik X2.3	60
Tabel 4.15. Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan warna dalam dekorasi ruangan X2.4	61
Tabel 4.16. Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan pada tamu X3.1	62
Tabel 4.17. Tanggapan Responden Mengenai Keramahan dan kesopanan para karyawan dalam memberikan pelayanan kepada para pengunjung X3.2.....	63
Tabel 4.18. Tanggapan Responden Mengenai Karyawan mengerti akan kebutuhan para pengunjung X3.3	64

Tabel 4.19. Tanggapan Responden Mengenai Pihak wisata merespon setiap keluhan para tamu X3.4	65
Tabel 4.20. Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan sesuai dengan harapan Y.1	66
Tabel 4.21. Tanggapan Responden Mengenai Pengunjung merasa pelayanan tambahan sudah melengkapi layanan utama Y.2.....	67
Tabel 4.22. Tanggapan Responden Mengenai Biaya yang dikenakan oleh para pengunjung pada tiap layanan sesuai dengan kualitas pelayanan yang di berikan Y.3.....	68
Tabel 4.23. Tanggapan Responden Mengenai Secara menyeluruh pengunjung merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan Y.4	69
Tabel 4.24. Hasil pengujian validitas	71
Tabel 4.25. Hasil pengujian reliability	72
Tabel 4.26. Coeficients	73
Tabel 4.27. Model summary	75
Tabel 4.28. Coeficients	77
Tabel 4.29. Anova.....	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perilaku Konsumen	19
Gambar 1.2 Diagram Proses Pengambilan Keputusan.....	25
Gambar 1.3. Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	51
Gambar 4.2. Kurva t hitung untuk Variabel lokasi X1	87
Gambar 4.3. Kurva t hitung untuk variabel fasilitas X2	88
Gambar 4.4. Kurva t hitung untuk variabel kualitas pelayanan X3	89
Gambar 4.5. Kurva uji F	91



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perekonomian global masakini semakin memudahkan para pemain bisnis untuk mengenalkan kemampun bersaing di dunia usaha, dengan perekonomian global ini akan semakin memungkinkan terjadinya suatu kerjasama perdagangan antar negara-negara di seluruh dunia, ini merupakan suatu peluang besar bagi yang mampu memanfaatkannya, dengan adanya perdagangan antar negara ini memungkinkan terjadinya peningkatan pendapatan bagi perusahaan, tidak hanya memenuhi kebutuhan dalam negeri tetapi dengan adanya perdagangan global juga mampu meningkatkan produktifitas perusahaan dengan bertambahnya permintaan luar negeri.

Dengan pemasaran luar negeri tentunya juga akan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan, akan tetapi ini juga menjadi satu ancaman besar bagi perusahaan yang tidak mampu memanfaatkan keadaan perekonomian global ini, dengan adanya perusahaan asing yang masuk dalam negeri dengan kualitas yang lebih baik daripada kualitas perusahaan dalam negeri, ini tentunya akan menjadikan cambukan bagi perusahaan dalam negeri.

Melihat besarnya peluang dan ancaman yang di timbulkan perusahaan harus meningkatkan kualitas baik kualitas produk ataupun pelayanan yang diberikan, sehingga mampu meraih peluang yang ada dan mengurangi besarnya ancaman, karena tidak dapat di pungkiri lagi selain kualitas produk kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang cukup besar bagi perusahaan agar tetap diminati, karena dengan pelayanan prima mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Dengan kualitas pelayanan yang baik akan semakin mengeratkan hubungan antara perusahaan dengan pengunjung, sehingga akan menimbulkan keterkaitan antar keduanya,

sehingga perusahaan akan mengetahui apa langkah selanjutnya untuk meningkatkan pelayanan yang dirasakan kurang optimal dan juga pengunjung akan semakin terpuaskan.

Pelayanan dengan kualitas tinggi yang diberikan sangat mempengaruhi konsumen pada perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas terhadap layanan yang diberikan maka konsumen akan menciptakan niat pembelian pada konsumen. Kualitas layanan merupakan faktor penting, adapun variabel-variabel yang termasuk di dalamnya adalah bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). (Fandy, Tjiptono, 2011,h.198)

Konsep dasar dari kualitas pelayanan adalah seperangkat gambaran produk yang dapat menimbulkan kepuasan kepada pelanggan dan kualitas dapat meningkatkan nilai tambah suatu produk.

Dalam suatu study disimpulkan pendapat lima dimensi kualitas layanan *Service Quality* (SERVQUAL) sebagai berikut Zeithami, Berry dan Parasuraman (Fandi Tjiptono,2011,h.198):

1. Keandalan (*reliability*), kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sifat yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi
2. Keresponsifan (*responsiveness*), yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat(*responsit*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas, membuat konsumen menunggu tanpa adanya alasan yang jelas menyebabkan persepsi negatif terhadap pelayanan
3. Jaminan (*assurance*), pengetahuan, sopan santun, serta kemampuan pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, terdiri dari beberapa

komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), sopan santun (*courtesy*).

4. Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, penampilan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan
5. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami apa yang diinginkan konsumen, dimana suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan mengenai pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Swalayan Surya Pulung adalah swalayan yang bergerak dibidang jasa, terletak di Ds. Pulung Kec. Pulung Kab. Ponorogo, dari beberapa Swalayan yang berada di pulung, Swalayan Surya Pulung lah yang paling ramai dikunjungi, dengan rata-rata pembeli 500 pembeli perhari (data perusahaan) apakah pengunjung merasa puas atas pelayanan yang diberikan Swalayan Surya Pulung, sehingga banyak pembeli yang datang di Swalayan Surya Pulung.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pelayanan terhadap kepuasan pembelian. Diantaranya Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada toko buku gramedia Lembuswana di samarinda (Fikri Nur Fahmi 2010), pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pos express di PT. POS INDONESIA(PERSERO) Kantor POS Cukir (Adi Kurniawan 2012), Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan GOOL FUTSAL Mangga Dua Surabaya(Muhamad Yusri 2013) apakah dari beberapa penelitian yang ada sesuai dengan pelayanan di Swalayan Surya Pulung, faktor mana yang perlu diprioritaskan agar pembeli merasa puas atas pembelian di Swalayan Surya Pulung

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik mengambil judul skripsi
ANALISA PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PEMBELIAN DI SWALAYAN SURYA PULUNG

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diambil pokok rumusan permasalahan yang dapat mempermudah dalam langkah-langkah penyelesaiannya

Adapun pokok permasalahannya adalah :

1. Bagaiamanakah pengaruh faktor *Tangibles, Responsiveness, Assurance, Empaty, dan Reliability* terhadap kepuasan pembelian?
2. Faktor apa yang paling dominan dari *Tangibles, Responsiveness, Assurance, Empaty, Reliability* terhadap kepuasan pembelian?

1.3. Batasan Masalah

1. Faktor kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, Responsiveness, Assurance, Empaty, Reliability*
2. Jumlah rata-rata pembeli SWALAYAN SURYA Pulung dalam 1 bulan.

1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah faktor *tangibles, responsiveness, assurance, empaty, reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pembelian di SWALAYAN SURYA Pulung
- b. Untuk mengetahui apakah faktor yang paling dominan dari *tangibles, responsiveness, assurance, empaty, reliability*

1.4.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi SWALAYAN SURYA Pulung

Sebagai informasi dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan selanjutnya.

- b. Bagi pihak lain

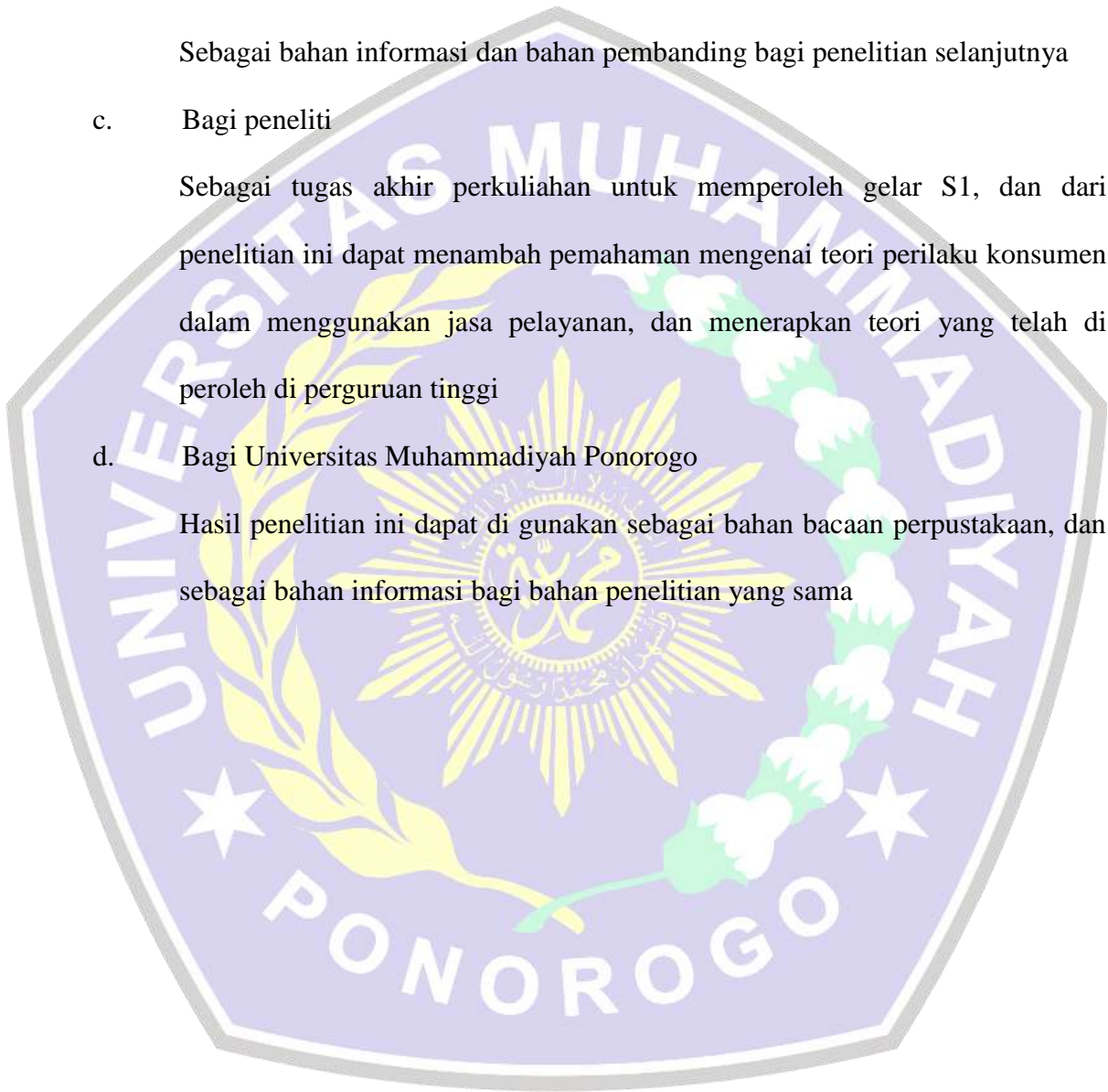
Sebagai bahan informasi dan bahan pembanding bagi penelitian selanjutnya

- c. Bagi peneliti

Sebagai tugas akhir perkuliahan untuk memperoleh gelar S1, dan dari penelitian ini dapat menambah pemahaman mengenai teori perilaku konsumen dalam menggunakan jasa pelayanan, dan menerapkan teori yang telah di peroleh di perguruan tinggi

- d. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan bacaan perpustakaan, dan sebagai bahan informasi bagi bahan penelitian yang sama



Daftar pustaka

Budi Sulistiono Ari, 2010, **Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap (hotel sronдол indah Semarang)**, Jurnal pendidikan, dalam http://eprints.undip.ac.id/22627/1/full_skripsi.pdf di akses 04 September 2013.

Fandy Tjiptono. 2010. **Service quality and satisfaction**. Jogjakarta : Andi.

Nurfahmi Fikri dkk, 2010, **Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Lembuswana di Samarinda**, Jurnal Pendidikan, dalam <http://www.journal.Feunmul.ac.id>, diakses 06 September 2013.

Perilaku konsumen,(<http://esty.staff.uns.ac.id/definisi-perilaku-konsumen/>), diakses 05 September 2013.

Pemasaran marketing mix, (<http://www.carajadikaya.com/bauran-pemasaran-marketing-mix/>), diakses 17 September 2013.

Santoso Slamet, 2011, **Statistika**, Penerbit Umpo Press, Ponorogo.

Kotler Philip 2002. **Manajemen Pemasaran** Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta, Pearson Education Asia Pte. Ltd.

Zakii, 2011, **Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen**, dalam <http://soniabintang.wordpress.com>, diakses 05 September 2013.

_____, 2009, **Data sekunder dan primer**, dalam <http://nagabiru86.wordpress.com>.

_____, 2009, **Pengertian Produk**, dalam http://jurnal.sdm.blogspot.com/2009/07/produk-definisi-klasifikasi-dimensi_30.html, diakses 08 september 2013.

_____, 2011, **Pengertian tempat (place)**, dalam <http://soniabintang.wordpress11.com>, diakses 08 September 2013