



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGEMBANGAN ATRIBUT JASA DENGAN
MENGANALISIS HUBUNGAN ANTARA KUALITAS JASA,
KEPUASAN PELANGGAN, DAN NIAT MEMBELI KEMBALI
STUDI KASUS: TM BOOKSTORE**

SKRIPSI

Wilson

0604002555

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM MANAJEMEN**

DEPOK

JULI 2009



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGEMBANGAN ATRIBUT JASA DENGAN
MENGANALISIS HUBUNGAN ANTARA KUALITAS JASA,
KEPUASAN PELANGGAN, DAN NIAT MEMBELI KEMBALI
STUDI KASUS: TM BOOKSTORE**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana


WILSON

0604002555

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
KEKHUSUSAN PEMASARAN
DEPOK
JULI 2009**

HALAMAN PERTANYAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber yang baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Wilson
NPM : 0604002555
Tanda Tangan : 
Tanggal : 22 Juli 2009



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Wilson

NPM : 0604002555


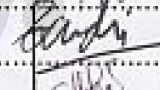

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengembangan Atribut Jasa dengan Menganalisis Hubungan antara Kualitas Jasa, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Membeli Kembali.

Studi Kasus: TM Bookstore

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Karto Adiwijaya, SE., MM. (.....)
Penguji : Fandis Ekyawan SE., MM. (.....)
Penguji : Fajar Trijatmiko SE., MM. (.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 22 Juli 2009

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Sang Triratna, karena berkat lindungannya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Atas segala bantuan dan doa berbagai pihak selama ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Keluarga tercinta di Tanjung Pura, terima kasih atas *support* yang telah kalian berikan kepadaku, baik secara moral maupun materil. Papa yang telah memberikan nasehat dan terus berjuang demi keluarga, Mama yang telah mempercayaku dan memberikanku semangat. Koko, Asiu, dan Ayek yang terus mendukungku.
2. Bapak Karto Adiwijaya S.E., MM., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu dan pikiran untuk menuntun penulis sampai karya ini selesai.
3. Bapak Fandis Ekyawan SE., MM. dan Bapak Fajar Trijatmiko SE., MM. atas kesediaannya menguji saya dalam sidang dan di akhir sidang, memberikan saya nasehat.
4. Ibu Sri Daryanti, MM., selaku dosen penguji proposal skripsi yang mempertemukan saya dengan dosen pembimbing terbaik saya. Terima kasih juga atas masukannya selama pembuatan skripsi.
5. Ibu Avanti Fontana Ph.D., dosen yang saya kagumi yang telah membimbing saya di awal.
6. Ibu Emil, manajer toko TM Bookstore, yang telah banyak memberikan waktu untuk beberapa kali wawancara.
7. Semua tenaga pendidik di FEUI baik dosen maupun asisten dosen yang telah membagi banyak ilmunya.
8. Semua karyawan FE yang telah banyak membantu.
9. Teman-teman FEUI 04, *especially* : Rina, Ria, Rika, Rini, Nina, Fitut, Dingga, Baugs, Sarah, Menik, Echa, Miranti, Teddy, Sigit, yang membuat kehidupan di FEUI semakin berwarna.

10. Teman-teman di FEUI yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah hidup bersama saya di komunitas FEUI.
11. Teman-teman KMBUI'04, especially: Sury, Agustin, Hendry, Kevin, Rosi, Melly, Dewi, Cang-Cang, Arif, Sue, Nono, Pendry, Karice, Elisa, Hermanto, Hartanto, Elly, Andes, Murni, Lany, Bongki, Yani, Valen, Toge, Iwan, *Double Ryan* dll, yang menjadi teman bermain dan belajar. Berbagi suka dan duka. *It's hard to forget...*
12. KMBUI (Keluarga Mahasiswa Buddhis Universitas Indonesia) beserta seluruh isinya, yaitu para anggota dan alumni, terima kasih atas seluruh kesempatan belajar dalam berorganisasi selama di UI. Tanpa KMBUI saya tidak akan menjadi seperti sekarang ini. *Love you all...*
13. Teman-teman Indowyn, teman-teman yang menyenangkan dan telah membuka wawasan saya tentang kehidupan budaya terutama tentang warisan budaya Indonesia yang begitu menakjubkan.
14. Awi, teman dari sejak masih nakal sampai sekarang yang sudah jaim namun tetap liar di setiap kesempatan. Walau kita terpisah jarak yang jauh, tapi kita tahu, kita tetap sahabat sejati...
15. Ungi, Miceleng, Ntep, dan 2 teman Fisip yang baru kenalan di spot, *Thanks* buat bantuan penyebaran kuesioner yang melelahkan namun menyenangkan karena kita bersama-sama membagikannya...
16. Hermin, teman yang selalu siap membantu, yang membantu saya dalam pembuatan abstrak dalam bahasa inggris...
17. Semua makhluk hidup yang pernah menjadi ibu-ibuku, yang telah membantu saya secara langsung maupun tidak langsung.

“Sabbe Satta Bhavanthu Sukhitta”

“Semoga Semua Makhluk Hidup Berbahagia”

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wilson
NPM : 0604002555
Program Studi : Manajemen
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengembangan Atribut Jasa dengan Menganalisis Hubungan antara Kualitas Jasa, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Membeli Kembali. Studi Kasus: TM Bookstore.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 22 Juli 2009
Yang menyatakan

(Wilson)

DAFTAR ISI

HALAM JUDUL	ii
HALAMAN PERTANYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.5.1 Unit Analisis	5
1.5.2 Cakupan Geografi	5
1.5.3 Periode Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan Penelitian	6
BAB 2 LANDASAN TEORI	8
2.1 Definisi Kualitas	8
2.2 Jasa	10
2.2.1 Definisi Jasa	10
2.2.2 Karakteristik Jasa	11
2.3 Kualitas Jasa (SERVQUAL)	13
2.3.1 Analisis Kesenjangan SERVQUAL	16
2.3.2 Tingkat Kepentingan Jasa	18
2.4 Retail	19
	x

2.5 Kepuasan Pelanggan	21
2.5.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	21
2.5.2 Pengukuran Kepuasan pelanggan	24
2.6 <i>Repurchase Intention</i>	25
2.7 <i>Important Performance Analysis</i>	27
2.8 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	29
2.9 <i>House of Quality (HOQ)</i>	31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Rancangan Penelitian	38
3.2 Hipotesis Penelitian	39
3.3 Metode Pengumpulan Data	40
3.4 Metode Pengambilan <i>Sampling</i> dan Besarnya Sampel	40
3.5 Penyusunan Kuesioner	40
3.6 Metode Analisis Data	47
3.6.1 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	48
3.6.2 Analisis Faktor	49
3.6.3 Uji Normalitas	49
3.6.4 Analisis <i>Spearman Correllation</i>	49
3.6.5 Membuat <i>importance-performance diagram</i>	50
3.6.5 Analisis <i>Fishbone</i>	50
3.6.6 Membuat <i>House of Quality (HOQ)</i>	52
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Profil Perusahaan	54
4.1.1 Sejarah Toko Buku Togamas	54
4.1.2 Visi dan Misi Toko Buku Togamas	54
4.1.3 TM Bookstore Depok Town Square (Detos)	55
4.2 Profil Responden	56
4.3 Uji Reliabilitas(Kehandalan)	65
4.4 Uji Validitas	66
4.5 Analisis Faktor	69
4.6 Uji Normalitas	72
4.7 Analisis <i>Spearman Correlation</i>	74

4.8 <i>Important Performance Analysis</i> pada TM Bookstore	77
4.7 Analisis Pengembangan <i>House of Quality</i>	85
4.7.1 Analisis Kebutuhan Pelanggan	86
4.7.2 Analisis Penilaian Pelanggan	86
4.7.3 Analisis <i>Service Element (voice of organization)</i>	89
4.7.3.1 Analisis Atribut Kemudahan Mencari Produk	90
4.7.3.2 Analisis Atribut Keleluasaan dalam Bergerak	94
4.7.3.3 Analisis Atribut Ketersediaan Informasi Produk dan Promosi di TM Bookstore	96
4.7.3.4 Analisis Atribut Kelengkapan Produk	99
4.7.3.5 Analisis Atribut Kecepatan Pelayanan	99
4.7.4 Analisis Penilaian Teknis (<i>design targets</i>)	104
4.7.5 Analisis Hubungan antara Kebutuhan Pelanggan dengan <i>Service Element (Relationship Matrix)</i>	108
4.7.6 Analisis hubungan antar <i>service element (correlation matrix)</i>	115
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran	118
5.2.1 Saran Manajerial TM Bookstore	118
5.2.2 Saran Penelitian Selanjutnya	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Periode Penelitian	6
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	43
Tabel 4.1 Komposisi Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4.2 Komposisi Usia	57
Tabel 4.3 Komposisi Domisili	57
Tabel 4.4 Komposisi Pekerjaan	58
Tabel 4.5 Komposisi Tingkat Pendidikan	59
Tabel 4.6 Komposisi Status	60
Tabel 4.7 Frekuensi Berbelanja di TM Bookstore dalam Satu Bulan Terakhir	61
Tabel 4.8 Komposisi Pihak yang paling sering menemani berbelanja di TM Bookstore	62
Tabel 4.9 Komposisi Sumber Informasi Mengenai TM Bookstore	62
Tabel 4.10 Komposisi Anggaran untuk Berbelanja Buku Setiap Bulan	63
Tabel 4.11 Komposisi Rata-Rata Pengeluaran Setiap Berbelanja di TM Bookstore	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4.14 Uji Normalitas Item-Item Pertanyaan Pembentuk Variabel	72
Tabel 4.15 <i>Spearman Correlation</i> Kualitas Jasa dengan Kepuasan Pelanggan	75
Tabel 4.16 <i>Spearman Correlation</i> Lima Dimensi Kualitas Jasa (<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy</i>) dengan Kepuasan Pelanggan	75
Tabel 4.17 <i>Spearman Correlation</i> Kualitas Jasa dengan <i>Repurchase Intention</i>	76
Tabel 4.18 <i>Spearman Correlation</i> Lima Dimensi Kualitas Jasa (<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy</i>) dengan dengan <i>Repurchase Intention</i>	77

Tabel 4.19 <i>Spearman Correlation</i> Kepuasan Pelanggan dengan <i>Repurchase Intention</i>	78
Tabel 4.20 Rata-rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Masing-Masing Dimensi	79
Tabel 4.21 <i>Goals Customer Requirement</i> TM Booktore	87
Tabel 4.22 <i>Improvement Ratio Customer Requirements</i> TM Bookstore	88
Tabel 4.23 <i>Sales Point Customer Requirement</i> TM Bookstore	88
Tabel 4.24 Prioritas <i>Customer Requirement</i> TM Bookstore	89
Tabel 4.25 Seluruh <i>Service Element</i> dalam <i>House of Quality</i> (HOQ)	102
Tabel 4.26 Arah Pengembangan <i>Service Element</i>	103
Tabel 4.27 Target dan Tingkat Kesulitan Pelaksanaan <i>Service Element</i>	104
Tabel 4.28 Hubungan Kebutuhan Pelanggan dan <i>Service Element</i>	112
Tabel 4.29 Prioritas <i>Service Element</i>	113
Tabel 4.30 Hubungan Antar <i>Service Element</i>	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Letak TM Bookstore, Gramedia, dan Toko Gunung Agung	2
Gambar 2.1 Analisis Lima Kesenjangan Kualitas Jasa	16
Gambar 2.2 Persepsi Terhadap Kualitas Jasa	18
Gambar 2.3 <i>Importance-performance Diagram</i>	28
Gambar 2.4 Proses QFD untuk Perencanaan Kualitas Pelayanan	31
Gambar 2.5 Diagram <i>House of Quality</i>	32
Gambar 3.1 Diagram Keterkaitan antara Kualitas Jasa, Kepuasan Pelanggan, Pembelian Kembali	39
Gambar 3.2 <i>Fishbone Diagram</i>	52
Gambar 4.1 Diagram Batang Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan Atribut Jasa TM Bookstore	82
Gambar 4.2 <i>Importance Performance Diagram</i> Seluruh Atribut	83
Gambar 4.3 <i>Importance Performance Diagram</i> Seluruh Atribut pada Diagram I	84
Gambar 4.4 Diagram Sebab Akibat Konsumen Kesulitan Mencari Produk	90
Gambar 4.5 Diagram Sebab Akibat Konsumen Kurang Leluasa Bergerak	94
Gambar 4.6 Diagram Sebab Akibat Kurang Informasi Produk dan Promosi	97
Gambar 4.7 Diagram Sebab Akibat Pelayanan Lama di Tempat Penitipan Barang	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	125
Lampiran 2 Ouput SPSS	131
Lampiran 3 <i>Matrix House of Quality</i>	151

