

**PENGARUH FASILITAS, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN WARNET “ STUDI KASUS WARNET LUXOR  
KLATEN”**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

**Permintaan:**

**Manajemen Sumber Daya Manusia**



Diajukan oleh

**ARDHITO YUDA PRATAMA**

NIM. 1621100114

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

**2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH FASILITAS, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN WARNET “ STUDI KASUS WARNET LUXOR  
KLATEN”**

**Diajukan Oleh**

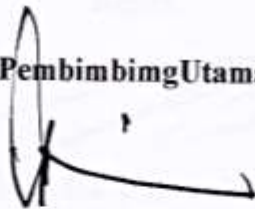
**ARDHITO YUDA PRATAMA**

**NIM. 1621100114**

Telah Dipertahankan dan disetujui oleh Dewan Penguji Skripsi Jurusan  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima  
untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
jurusan Ekonomi

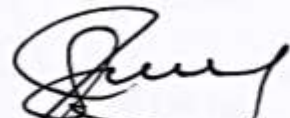
Pada Tanggal .....

**Pembimbing Utama**



**Dr. Sutrisno Badri, M.Sc  
NIK 690 208 290**

**Pembimbing Pendamping**



**H. Iman Santosa, SE., M.M  
NIP. 690 389190**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Manajemen**



**Abdul Haris, SE., M.M. MPd  
NIK 690 098 194**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH FASILITAS, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN WARNET “ STUDI KASUS WARNET LUXOR  
KLATEN”**

**Diajukan Oleh**

**ARDHITO YUDA PRATAMA**

**NIM. 1621100114**

Telah Dipertahankan dan disetujui oleh Dewan Penguji Skripsi Jurusan  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima  
untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
jurusan Ekonomi

Pada Tanggal .....

**Ketua**



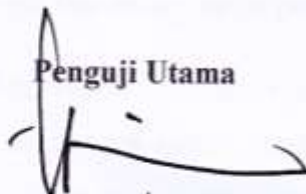
**Abdul Haris, SE., M.M. MPd  
NIK 690 098 194**

**Sekretaris**



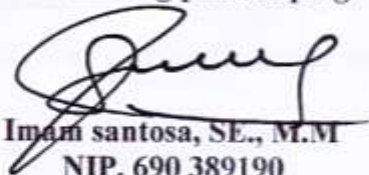
**Sarwono Nursito, S.E., M.Sc.  
NIK 690 198 161**

**Penguji Utama**



**Dr. Sutrisno Badri, M.Sc  
NIK 690 208 290**

**Pembimbing pendamping**



**H. Imam Santosa, SE., M.M  
NIP. 690 389190**

**Disahkan Oleh**

**Dekan Fakultas Ekonomi**



**Dr. Sutrisno Badri, M.Sc  
NIK 690 208 290**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ARDHITO YUDA PRATAMA

Nim : 1621100114

Jurusan/ Program Studi : EKONOMI MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi

Judul : PENGARUH FASILITAS, PELAYANAN DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARNET “ STUDI  
KASUS WARNET LUXOR KLATEN”

Adalah sebenar-benarnya karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, 10 Juni 2019

Yar. aan,

(ARDHITO YUDA PRATAMA)

## **MOTTO**

*"jangan bosan meminta sama ALLAH"*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT, atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini terselesaikan. Puji Syukur dan salam selalu terlimpahkan atas karunia & rahmat-Nya.
2. Kedua orangtua saya, bapak Muslih dan ibu Sri Pratitis dan kakak serta adik yang selalu mendukung saya dan banyak member doa dan kasih sayangnya.
3. Kepada alm. Heri Sariamin trima kasih atas jasmu kasih sayangmu selama ini yang telah kau berikan kepada anakmu ini, maaf saya sebagai anak belum bisa membahagiakan bapak saat masih hidup.
4. Kekasihku Risca Dwi Ambarwati yang selalu memberikan semangat serta dukungan canda tawa yang sangat mengesankan, dan selalu menemaniku dalam keadaan susah maupun sedih. Trima kasih telah setia dan menemani keluh kesah kehidupanku dengan iklas, dan maaf sampai detik ini belum bisa membahagiakan dirimu.
5. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang saling mengisi satu sama lain selama menempuh pendidikan di Universitas Widya Dharma selama empat tahun ini semoga kompak selalu.
6. Teman – teman Manajemen boys, Rombongan Orkes atau apapun sebutanya yang telah menemani saya sejak semester awal.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, tiada kata yang lebih indah dan lebih pantas kita panjatkan selain rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan taufik serta hidayah-Nya kepada penulis dalam menjalankan aktivitas sehari-hari yang telah memberikan petunjuk, kesehatan dan kekuatan kepada penulis dalam mengikuti pendidikan serta penyelesaian hasil ini yang berjudul: “PENGARUH FASILITAS, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARNET “ STUDI KASUS WARNET LUXOR KLATEN” dapat berjalan dengan lancar. Salawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW beserta keluarga beliau, sahabat-sahabat beliau dan orang-orang yang senantiasa istiqomah di jalan Allah SWT hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi guna memperoleh gelar sarjana strata satu pada Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Universitas Widya Dharma Klaten. Dalam penulisan skripsi ini disadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan serta dorongan yang sangat bermanfaat.

Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih serta penghargaan yang setulus-tulusnya kepada yang tercinta dan tersayang orang tua saya yakni Ayahanda alm. Heri Sariamin dan Muslih dan Ibunda Sri Pratitis yang telah mendidik dan membesarkan dengan kasih sayang, memberikan doa restu, arahan, motivasi, dan segala pengorbanan, serta dukungan moril maupun material kepada penulis dalam menyelesaikan hasil penelitian ini. Terselesaikannya skripsi

ini tidak lepas dari motivasi, bantuan, pengarahan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan karunia, kenikmatan yang tiada hentinya, kemudahan serta rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Triyono selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Bapak Dr. Sutrisno Badri, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
4. Bapak Abdul Haris, SE, MM, M.Pd selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Widya Dharma Klaten.
5. Bapak Dr. Sutrisno Badri, M.Sc selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan sabar memberikan arahan serta bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak H. Imam santosa, SE., M.M selaku Pembimbing Pendamping yang dengan sabar memberikan arahan dan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Orang tua penulis Bapak alm. Heri Sariamin dan Muslih dan Ibu Sri Pratitis, serta kakak dan adik yang telah memberikan semangat serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan, Mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2015.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.



Demikian yang dapat disampaikan dan penulis menyadari bahwa penulisan ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan saran yang sifatnya membangun. Dan harapan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun peneliti.

Klaten, juni 2019

Penulis

Ardhito Yuda Pratama

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Alasan Pemilihan Judul .....	5
1.3. Penegasan Judul .....	6

1.4. Pembatasan Masalah.....	7
1.5. Rumusan masalah .....	8
1.6. Tujuan Penelitian .....	8
1.7. Manfaat Penelitian .....	9
1.8. Sistematika Penulisan .....	10

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori .....	12
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.2. Tinjauan Tentang Fasilitas.....	13
2.1.3. Pelayanan.....	16
2.1.3.1 Pengertian pelayanan .....	16
2.1.3.2 Unsur Pelayananana .....	17
2.1.3.3 Konsep Kualitas Pelayanan .....	18
2.1.3.4 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	19
2.1.4. Lokasi .....	21
2.1.4.1 Pengertian Lokasi .....	21
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Tempat atau Lokasi .....	21
2.1.4.3 Syarat Lokasi .....	22
2.1.5. Kepuasan Konsumen .....	23
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	23
2.1.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	25

2.2. Penelitian Terdahulu .....	26
2.3. Kerangka Pemikiran .....	27
2.4. Hipotesis .....	28

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian .....	29
3.2. Metode Penelitian .....	30
3.2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
3.2.2. Variabel Penelitian .....	30
3.2.3. Data dan Sumber Data .....	34
3.2.4. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.5. Populasi Dan Sample.....	35
3.2.6. Teknik Analisis Data.....	36

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHSAN

4.1 Identifikasi Responden.....	44
4.2 Analisis Data .....	53
4.2.1. Uji Validitas .....	53
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	56
4.2.3. Analisis Regresi Berganda .....	57
4.2.4. Uji t .....	59
4.2.5. Uji f .....	61
4.2.6. Analisis Determinasi .....	62

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	64

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	46
Tabel 4.4 Data pengisian kuisisioner variabel Fasilitas .....	47
Tabel 4.5 rekapitulasi jawaban kuisisioner Fasilitas .....	48
Tabel 4.6 Data pengisian kuisisioner variabel Pelayanan .....	49
Tabel 4.7 rekapitulasi jawaban kuisisioner Pelayanan .....	50
Tabel 4.8 Data pengisian kuisisioner variabel Lokasi .....	50
Tabel 4.9 rekapitulasi jawaban kuisisioner variabel Lokasi.....	51
Tabel 4.10 Data pengisian kuisisioner variabel Kepuasan Konsumen.....	52
Tabel 4.11 Rekapitulasi jawabn kuisisioner variabel Kepuasan Konsumen..	53
Tabel 4.12 Hasil Uji validitas Fasilitas .....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Pelayanan .....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Lokasi .....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	56

Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.17 Hasil Analisis Linier Berganda .....	58
Tabel 4.18 Hasil Uji t .....	59
Tabel 4.19 Hasil Uji f .....	61
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi .....	62





## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Tabel Data Pengisian Kuesioner untuk Variabel Fasilitas
3. Tabel Data Pengisian Kuesioner untuk Variabel Pelayanan
4. Tabel Data Pengisian Kuesioner untuk Variabel Lokasi
5. Tabel Data Pengisian Kuesioner untuk Variabel Kepuasan Konsumen
6. Correlation Fasilitas
7. Correlation Pelayanan
8. Correlation Lokasi
9. Correlation Kepuasan Konsumen
10. Reliability Fasilitas
11. Reliability Pelayanan
12. Reliability Lokasi
13. Reliability Kepuasan Konsumen
14. Regressi Linear Berganda
15. R Tabel
16. T Tabel
17. F Tabel

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH FASILITAS, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARNET “ STUDI KASUS WARNET LUXOR KLATEN”**

**Diajukan Oleh**

**ARDHITO YUDA PRATAMA**

**NIM. 1621100114**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah yang ada pengaruh fasilitas, pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen warnet luxor. Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 30 responden. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan analisis data yang diperoleh dapat diketahui hubungan (X1) Fasilitas, Pelayanan (X2) dan Lokasi (X3) terhadap Kepuasan Warnet Luxor adalah terdapat hubungan yang signifikan dengan diperoleh r hitung yang lebih besar dari pada r tabel yaitu 0,361. Besarnya dipengaruhi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini ditunjukkan dengan nilai R square sebesar 6% dan yang lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang telah diteliti.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer. Rumus yang digunakan dalam pengumpulan data adalah korelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsunen Warnet Luxor.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Dalam setiap kegiatan usaha, pada dasarnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang optimal guna mempertahankan eksistensi perusahaan di dalam persaingan. Di dalam konsep pemasaran yang sederhana dinyatakan bahwa suatu organisasi harus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menguntungkan.

Peningkatan kebutuhan akan ilmu pengetahuan mengakibatkan banyaknya persaingan dalam bisnis ini. Keberhasilan pengusaha untuk menarik dan mempertahankan pelanggan membutuhkan usaha dan kerja keras dari pihak perusahaan, karena dengan berjalannya waktu maka dalam memasarkan produk jasa harus melakukan perbaikan, perubahan, terobosan dan juga mengoptimalkan kegiatannya terutama bauran pemasaran. Bauran pemasaran yang baik merupakan seperangkat alat pemasaran yang sangat penting dalam menciptakan perilaku konsumen untuk membeli jasa. Dalam hal ini bauran pemasaran jasa terdiri dari beberapa variable yang memiliki fungsi berbeda beda dari tiap unsurnya.

karena pemasaran jasa mencakup semua aktivitas yang outputnya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, kecepatan) yang

secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, kecepatan) yang secara prinsip intangible bagi pembeli pertamanya ( yazid, 1999;2).

Fasilitas merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam usaha jasa, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen, karena dalam usaha jasa, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah menggunakan jasa. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan (Fandy Tjiptono, 2004; 43). Oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Kualitas fisik dapat membedakan perusahaan dari para pesaing serta menjadi tanda dari segmen pasar yang dituju ( Yazid, 1999:151) . fasilitas fisik merupakan salah satu indikator mengenai baik tidaknya kualitas suatu jasa dan erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan dengan adanya fasilitas yang baik maka konsumen akan tertarik dengan jasa yang ditawarkan dengan melakukan pembelian jasa yang ditawarkan tersebut.

Kualitas pelayanan jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelanggan biasanya menilai suatu perusahaan berdasarkan sumber daya dan caranya beroperasi. Secara rinci

penilaian ini meliputi kemampuan pemberian pelayanan dengan akurat, daya tanggap dari produsen terhadap pelanggan, jaminan atau sifat dapat dipercaya, kemudian menjalin relasi, dan keberadaan bukti fisik. Unsur-unsur tersebut akan mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian dan pembelian ulang apabila kinerja yang diharapkan oleh pelanggan benar-benar terpenuhi. Seperti pendapat dari Kotler dalam Fandi Tjiptono (2005;273), yang mengatakan kualitas jasa harus dimuali dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan, dengan memberikan pelayanan yang baik maka konsumen akan mendapatkan apa yang dibutuhkan dan dalam proses konsumsi jasa tersebut konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, sehingga dengan pelayanan yang baik tersebut konsumen akan melakukan pembelian ulang pada produk yang ditawarkan.

Menurut Ebngel et al (1995) dalam Bilson Simamora(2002:16) perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan akan melalui beberapa tahap dimulai dari kesadaran kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif menjelang pembelian, setelah iotu dilakukan pembelian , lalu konsumsi, baru hasil berupa kepuasan dan ketidakpuasan. Fasilitas fisik merupakan salah satu indikator mengenai baik tidaknya kualitas jasa, dan erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Dengan adanya fasilitas yang baik maka konsumen akan tertarik dengan jasa yang

ditawarkan sehingga melakukan pembelian produk jasa yang ditawarkan, dengan memberikan pelayanan yang baik maka konsumen akan mendapatkan apa yang dibutuhkan serta dalam proses konsumsi jasa tersebut konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Sehingga dengan adanya pelayanan yang baik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk jasa yang ditawarkan.

Pihak perusahaan harus teliti dalam menganalisis tiap-tiap tahapan dalam keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen. Dengan mengetahui tahapan-tahapan yang mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa, maka perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat maka konsumen akan tertarik untuk menggunakan jasa yang ditawarkan karena dirasa sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa warnet merupakan hal yang sangat penting, tidak lain lagi ditunjang dengan pemberian fasilitas yang baik merupakan faktor penting dalam usaha jasa yang berkaitan langsung dengan konsumen, semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin banyak pula konsumen tertarik dengan jasa yang ditawarkan. Selain itu pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi dengan adanya pelayanan dengan tingkat kualitas baik, keramahan karyawan juga akan membuat para konsumen jasa akan merasa puas dengan jasa yang diberikan, faktor lain timbul dengan adanya pemilihan lokasi yang strategis dan visibilitas sehingga mempermudah konsumen dalam penggunaan jasa warnet serta memberikan peluang bisnis

yang besar. Sehingga fasilitas pelayanan dan lokasi dapat memberikan hubungan dengan terciptanya kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa warnet luxor.

Dengan berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul sebagai berikut: "PENGARUH FASILITAS, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA WARNET (STUDI KASUS WARNET LUXOR)".

## **1.2 ALASAN PEMILIHAN JUDUL**

### **1.2.1 Alasan Objektif**

Fasilitas merupakan hal yang penting karena berkaitan dengan apa yang dirasakan konsumen setelah mereka menggunakan jasa. Sehingga dapat dijadikan indikator mengenai baik tidaknya fasilitas yang diberikan, apabila semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin erat konsumen membentuk persepsi sehingga akan timbul daya tarik dengan jasa yang ditawarkan, selain itu pelanggan dapat terpuaskan dengan adanya pelayanan yang baik, cepat dan ramah berhubungan dengan itu adanya pemilihan lokasi yang strategis menambah kepuasan konsumen.

### **1.2.2 Alasan Subjektif**

1. Menambah pengetahuan dasar penulis mengenai faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di bidang pemasaran.

2. Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan studi mengenai teori tentang fasilitas, pelayanan dan lokasi sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Warnet Luxor.

### 1.3 PENEGASAN JUDUL

Berdasarkan judul yang penulis sampaikan dalam penelitian ini, maka perlu penulis tegaskan istilah-istilah yang ada dalam penelitian.

1. Fasilitas

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen, menurut Tjiptono (2004:19)

2. Pelayanan

Pelayanan disini pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan karena merupakan proses, sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan. Menurut Moeniir (2002:27)

3. Lokasi

Lokasi adalah hubungan dimana perusahaan harus bermarkas dan melaksanakan operasinya suatu kegiatannya. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:72)



#### 4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan konsumen yang memenuhi harapan mereka, apabila pelanggan puas baik harapan terpenuhi dan senang bila harapan mereka terpenuhi. Menurut Kotler (2000:7)

#### 1.4 BATASAN MASALAH

Untuk membatasi agar tidak terjadi perluasan dan pengkaburan pembatasan masalah karena keterbatasan waktu, biaya, tenaga serta kemampuan penulis, maka penulis membatasi permasalahan hanya pada pengaruh fasilitas, pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa warnet (Studi kasus Warnet Luxor)

Pada variabel fasilitas penulis membatasi masalah hanya pada kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan untuk menarik konsumen dalam menggunakan jasa warnet. Fasilitas yang diberikan berupa mushola, kamar mandi, dan tempat parkir.

Pada variabel pelayanan penulis membatasi masalah hanya pada pelayanan yang diberikan warnet kepada konsumen untuk mencapai hasil yang optimal setiap karyawan harus memiliki ketrampilan, berpenampilan baik serta ramah, serta kenyamanan.

Pada variabel lokasi penulis membatasi masalah dengan beberapa faktor diantaranya pemilihan tempat dan syarat lokasi.

Pada variabel kepuasan konsumen penulis membatasi masalah pada pelayanan yang diberikan oleh warnet luxor kepada konsumen.

Pelayanan yang diberikan seperti kenyamanan, keamanan sehingga pelayanan yang baik diterima konsumen.

### 1.5 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa warnet di warnet luxor?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa warnet di warnet luxor?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa warnet di warnet luxor?
4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas, pelayan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa warnet di warnet luxor?

### 1.6 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini diharapkan agar dalam melaksanakan penelitian penulis tidak kehilangan arah dan hasil yang dicapai benar-benar bermanfaat sesuai dengan apa yang diharapkan. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa warnet di warnet luxor?
2. Untuk menguji pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa warnet di warnet luxor?
3. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa warnet di warnet luxor?
4. Untuk menguji pengaruh fasilitas, pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa warnet di warnet luxor?

#### 1.7 MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis  
Sebagai pengaplikasian teori yang sudah diperoleh di bangku perkuliahan dan memperoleh wawasan dunia kerja sesungguhnya.
2. Bagi peneliti lain  
Sebagai bahan masukan bagi para peneliti lain yang akan mengadakan penelitian lebih mendalam dalam bidang ini.
3. Bagi pemilik Warnet Luxor

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau bahan masukan untuk mengevaluasi terhadap kebijakan yang telah dilaksanakan dan untuk menentukan strategi di masa mendatang.

## **1.8 SISTEMATIKA PENULISAN**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, sistematika skripsi.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang pengertian manajemen pemasaran, fasilitas, pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen.

### **BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Dalam hal ini membahas tentang metode penelitian dan sejarah warnet.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam hal ini akan dibahas metode analisis data dan pembahasannya.

### **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang bisa digunakan pihak warnet sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan di masa yang akan datang.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari pengaruh fasilitas, pelayanan, lokasi terhadap kepuasan konsumen warnet luxor maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil uji t diketahui bahwa terdapat pengaruh secara sendiri sendiri antara fasilitas, pelayanan, lokasi terhadap kepuasan konsumen karena  $t_{\text{fasilitas}} = 0,342$ ,  $t_{\text{pelayanan}} = 0,514$ , dan  $t_{\text{lokasi}} = -1,097$  yang semuanya lebih kecil dari  $t_{\text{tabel}} 2,056$ . Yang berarti  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima. Maka semua variabel Fasilitas, Pelayanan dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena semua variabel memiliki  $t_{\text{hitung}}$  yang lebih kecil dari pada  $t_{\text{tabel}}$ .
2. Dari hasil pengujian uji F diketahui bahwa terdapat tidak ada pengaruh signifikan antara fasilitas, pelayanan, lokasi terhadap kepuasan konsumen warnet luxor, karena  $F_{\text{hitung}} = 0,594 < F_{\text{tabel}} = 3,24$
3. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas fasilitas ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ), dan pengaruh variabel

terkait dalam penelitian, Pada table koefisien determinasi nilai R square pada penelitian ini adalah 0,060 atau 6% yang artinya kepuasan konsumen hanya dapat dijelaskan oleh variable Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi sebesar 6% dan yang 94% dipengaruhi variable lain yang belum diteliti.

## 5.2 Saran

Sedangkan saran-saran yang dapat peneliti ajukan adalah sebagai berikut:

1. Kepada Pemilik Warnet Luxor Klaten, hendaknya terus mengupayakan peningkatan uji minat dan selera konsumen, karena dengan cara tersebut kita bisa mengetahui target pasar dan minat pasar seperti apa. Dalalah ini fasilitas yang notabene menjadi kunci bagi kepuasan konsumen. Serta meningkatkan dan memberikan inovasi dalam pelayanan seperti Pelayanan yang ternyata memiliki pengaruh dan menjadi daya tarik konsumen tersendiri dan lokasi agar menjadi daya tarik konsumen.
2. Kepada peneliti hendaknya mengadakan penelitian secara komprehensif tentang masalah Fasilitas, Pelayanan, Lokasi terhadap kepuasan konsumen Warnet Luxor
3. Kuesioner dalam penelitian selanjutnya ditambah agar hasil penelitian selanjutnya agar lebih valid.
4. Pelayanan memiliki koefisien lebih tinggi. Perlu diadakan uji lebih lanjut terhadap Lokasi untuk menaikkan potensi kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. 2002. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi. Edisi Kelima*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Gasperz, Vincent. 1999. *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : BPFE UNDIP
- HS. Moenir. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Erlangga
- J. Paul Peter & Jerry Olson. 1999. *Consumer Behavior*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P dan G. Amstrong. 1997. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran I*. PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Yogyakarta : Andi
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Mauludin, Hanif. 2001. *Analisis Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Image; Jurnal Penelitian Akuntansi Bisnis dan Manajemen. Vol.7.No.1*
- Nirwana, Sitepu. 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat
- Soekadijo. R.G. 2000. *Memahami Pariwisata sebagai Systematic Linkage*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Gramedia

- Sugiarto, Endar. 1999. *Psikologi Industri Pelayanan Jasa*. Jakarta : Balai Pustaka
- Sugiyono, 2000. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sumadi. 2001. *Konsep dan Teknik Mengukur Kualitas Produk Jasa; Jurnal Kajian Bisnis dan Manajemen Strategi*. Sinergi. Vol.4.No.1
- Swastha, Basu. 2000. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Yamit, Zulian. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Jakarta : Ekonosia
- Yazid. 1999. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta : Ekonosia  
Fakultas Ekonomi UII