

**SKRIPSI**

**GO FANG-FANG**

**ANALISA VARIABEL PRODUK, VARIABEL LAYANAN (SERVIS),  
DAN VARIABEL PEMBELIAN DALAM MEMPENGARUHI  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MEBEL  
MEREK WMC DI SURABAYA**



No. INDUK	1761/01
TGL TERIMA	12 Maret '01
B. F. I. FADIA H	
No. BUKU	FE-m 60F a-1
P. KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2000**

**ANALISA VARIABEL PRODUK, VARIABEL LAYANAN  
(SERVIS), DAN VARIABEL PEMBELIAN DALAM  
MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
MEBEL MEREK WMC DI SURABAYA**

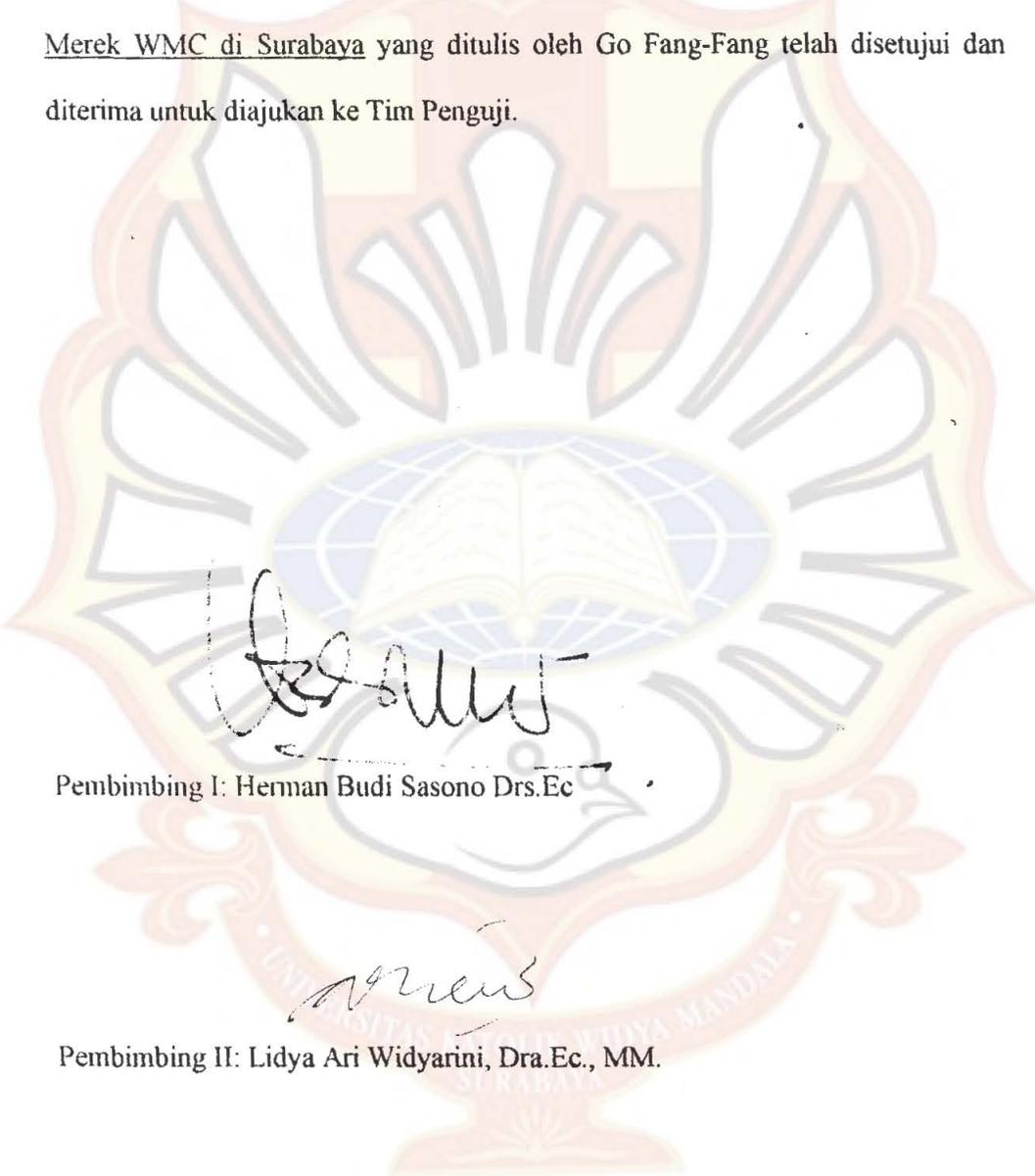
**SKRIPSI**  
Diajukan kepada  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Memperoleh gelar sarjana ekonomi  
Bidang Studi Manajemen

**OLEH:**  
**GO FANG-FANG**  
**3103096165**

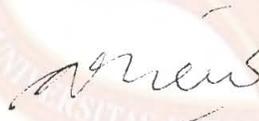
**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
**MARET 2000**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisa Variabel Produk, Variabel Layanan (Servis), dan Variabel Pembelian yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen terhadap Mebel Merek WMC di Surabaya yang ditulis oleh Go Fang-Fang telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Pembimbing I: Herman Budi Sasono Drs.Ec



Pembimbing II: Lidya Ari Widyarini, Dra.Ec., MM.

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Go Fang-Fang NRP 3103096165

Telah disetujui pada tanggal 31 Maret 2000 Dan dinyatakan LULUS oleh

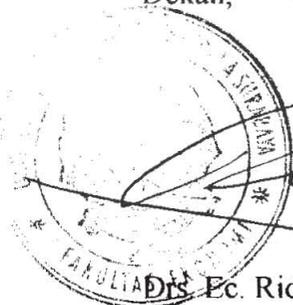
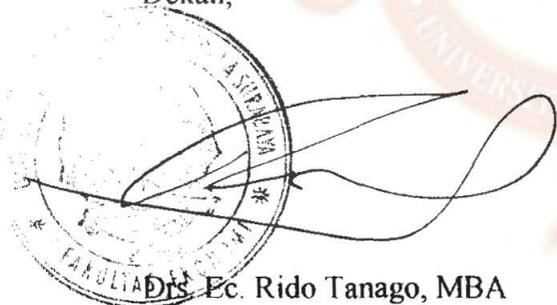
Ketua Tim Penguji:



Drs. Ec. Wasito Hermawan

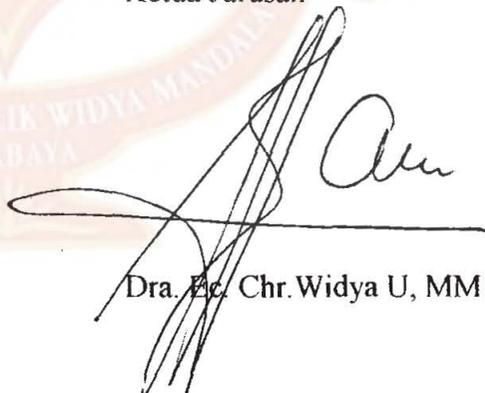
Mengetahui:

Dekan,



Drs. Ec. Rido Tanago, MBA

Ketua Jurusan



Dra. Ec. Chr. Widya U, MM

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia, rahmat, dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ANALISA VARIABEL PRODUK, VARIABEL LAYANAN (SERVIS), DAN VARIABEL PEMBELIAN YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MEBEL MEREK WMC DI SURABAYA yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari banyak pihak sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

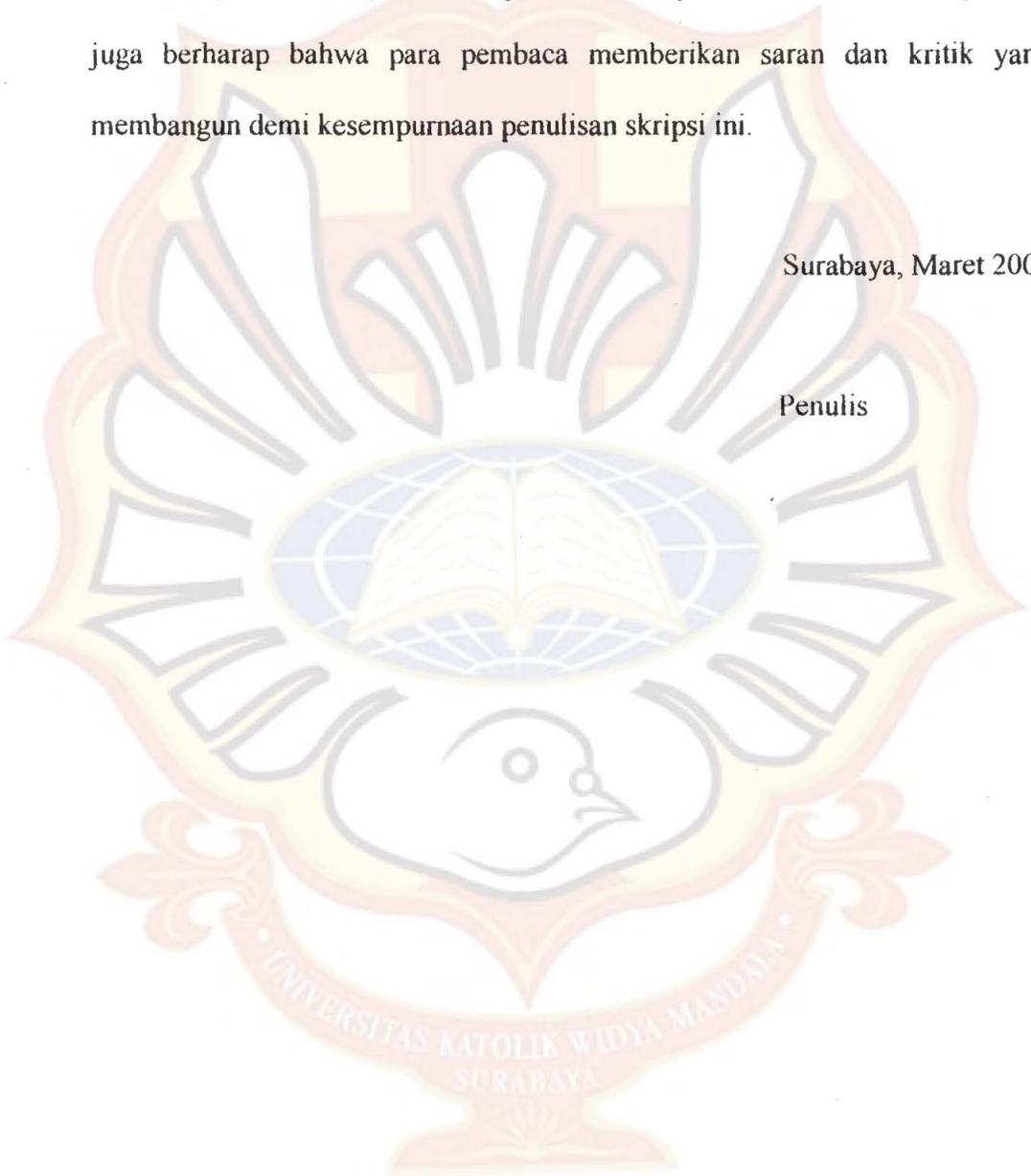
1. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA, selaku Dekan Ekonomi yang telah memberikan pengesahan terhadap skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ec. M. Sairozi, MM, selaku PD I yang telah memberikan pengesahan terhadap skripsi ini.
3. Ibu Dra. Ec. Christina Widya. Utami, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan pengesahan terhadap skripsi ini.
4. Bapak Herman Budi Sasono Drs.Ec, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

5. Ibu Lidya Ari Widyarini, Dra. Ec., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Herlina SE, selaku dosen wali yang telah memberikan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Para dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna selama penulis menuntut ilmu.
8. Bapak Wibowo Hartono Limantoro, selaku pemilik dan seluruh karyawan dari PT WMC yang telah banyak membantu penulis didalam penulisan skripsi ini.
9. Bapak Stifen Hoetama Suhanjaya yang telah banyak membantu penulis pada saat penulis melakukan survei di PT WMC.
10. Seluruh petugas Tata Usaha, Perpustakaan, dan BAA yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
11. Orang tua dan adik yang telah memberikan dorongan dan perhatian yang sangat berarti bagi penulis.
12. Sahabat-sahabatku: Susan, Yenny, Yuni, Liliana, Erni, Bambang, Yabez, Yunita, Erna, Juni, Imelia, Yudi, Novi dan semua sahabatku lainnya yang langsung maupun tidak langsung telah membantu dan mendorong penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya.
13. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang terlibat didalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, meskipun banyak hal yang penulis sadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulian juga berharap bahwa para pembaca memberikan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Surabaya, Maret 2000

Penulis



## ABSTRAKSI

Dalam penelitian ini ada dua (2) masalah yang harus dipecahkan, yaitu apakah variabel produk, variabel layanan (servis), dan variabel pembelian bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen dan variabel manakah yang paling berpengaruh diantara variabel produk, variabel layanan (servis), dan variabel pembelian dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dimana kedua masalah tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah variabel produk, variabel layanan (servis), dan variabel pembelian bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen dan untuk mengetahui manakah yang paling berpengaruh diantara variabel produk, variabel layanan (servis), dan variabel pembelian terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan kedua masalah diatas muncul dua hipotesis, yaitu: diduga variabel produk, variabel layanan (servis), dan variabel pembelian bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen dan diduga bahwa variabel produk paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kedua hipotesis diatas akan diuji dengan menggunakan uji-F dan uji-t untuk mengetahui kebenarannya.

Hipotesis pertama menggunakan uji-F yang berguna untuk mengetahui apakah variabel produk, variabel layanan (servis), dan variabel pembelian bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil print out diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar  $25,623 > F_{tabel}$  sebesar  $2,99$ . Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi, ada pengaruh yang serempak antara variabel produk, variabel layanan (servis), dan variabel pembelian terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis kedua menggunakan uji-t yang berguna untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh diantara variabel produk, variabel layanan (servis), dan variabel pembelian terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil print out diperoleh  $t_{hitung}$  variabel produk sebesar  $5,053$ , variabel layanan (servis) sebesar  $2,538$ , dan variabel pembelian sebesar  $3,914$ . Jadi, variabel produk paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena memiliki  $t_{hitung}$  terbesar.

Jadi, kesimpulannya adalah kedua hipotesis tersebut adalah benar dan dapat diterima, karena variabel produk, variabel layanan (servis), dan variabel pembelian mempengaruhi kepuasan konsumen secara bersama-sama dan variabel produk merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## DAFTAR ISI



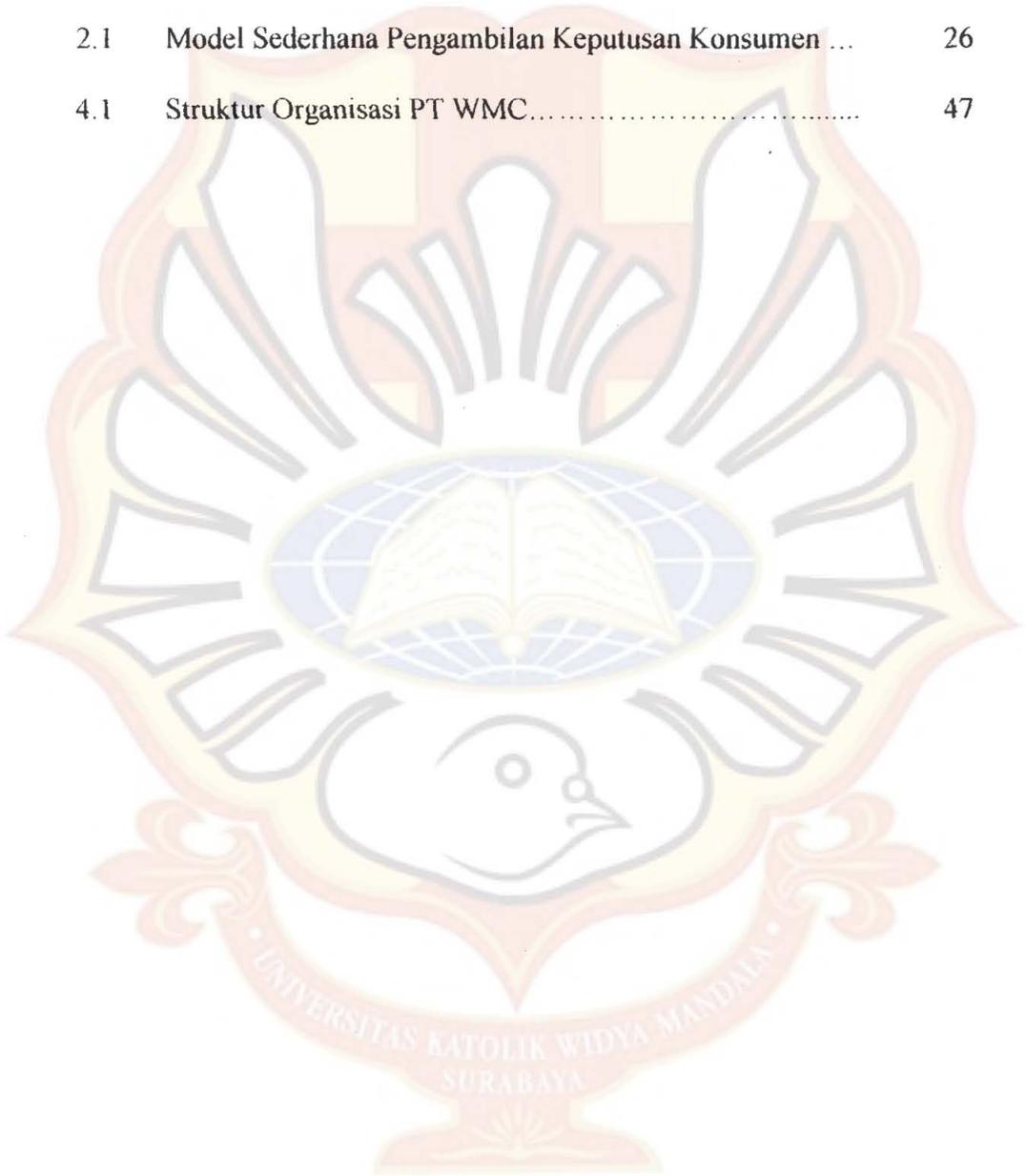
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penulisan.....	4
1.4. Manfaat Penulisan.....	4
1.5. Sistematika Skripsi.....	5
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	9
2.2.2. Pengertian Bauran Pemasaran.....	10
2.2.3. Pengertian Produk.....	13
2.2.4. Pengertian Layanan (Servis).....	19
2.2.5. Pengertian Pembelian.....	21

2.2.6. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	27
2.2.7. Pengaruh Variabel Produk, Variabel Layanan (Servis), dan Variabel Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen.....	32
2.2. Hipotesis.....	34
2.3. Model Analisis.....	34
BAB 3: METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Desain Penelitian.....	35
3.2. Identifikasi Penelitian.....	35
3.3. Definisi Operasional.....	35
3.3.1. Definisi Produk.....	35
3.3.2. Definisi Layanan (Servis).....	36
3.3.3. Definisi Pembelian.....	36
3.3.4. Definisi Kepuasan Konsumen.....	36
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	38
3.4.1. Jenis Data.....	38
3.4.2. Sumber Data.....	39
3.5. Pengukuran Data.....	39
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	39
3.6.1. Alat Pengumpulan Data.....	39
3.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	40
3.7. Populasi.....	41

3.8. Teknik Pengambilan Data.....	41
3.9. Teknik Analisis Data.....	41
3.9.1. Regresi Linier Berganda.....	41
3.9.2. Korelasi Berganda.....	42
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	43
BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45
4.1.1. Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan.....	45
4.1.2. Struktur Organisasi.....	45
4.1.3. Proses Produksi.....	48
4.2. Deskripsi Data.....	49
4.3. Analisis Data.....	50
4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.3.2. Analisis Korelasi Berganda.....	52
4.3.3. Pengujian Hipotesis.....	53
4.4. Pembahasan.....	56
BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1. Simpulan.....	58
5.2. Saran.....	60
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	61
DAFTAR LAMPIRAN.....	62

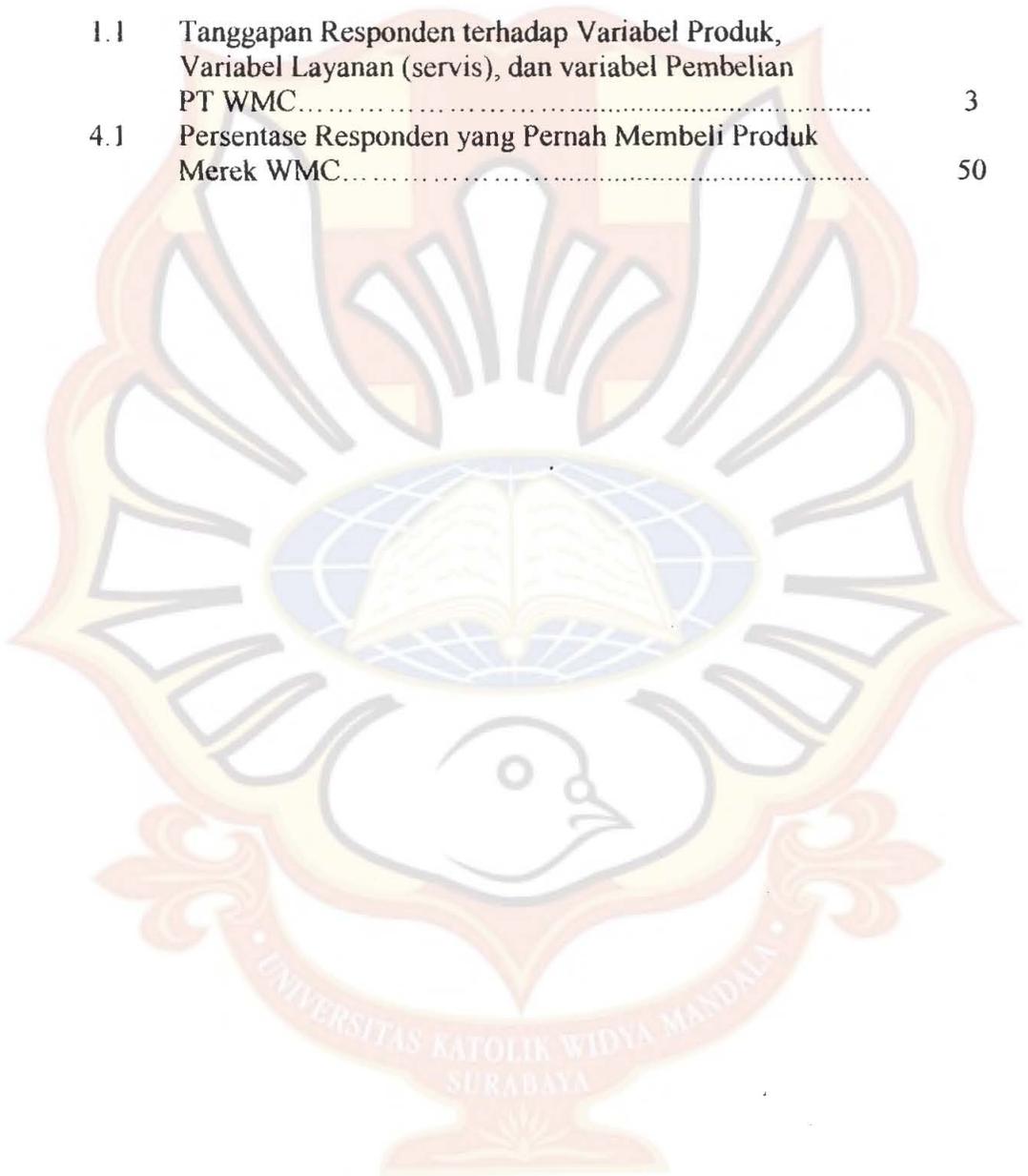
## DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
2.1	Model Sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen ...	26
4.1	Struktur Organisasi PT WMC.....	47



## DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.1	Tanggapan Responden terhadap Variabel Produk, Variabel Layanan (servis), dan variabel Pembelian PT WMC.....	3
4.1	Persentase Responden yang Pernah Membeli Produk Merek WMC.....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor		Halaman
1.	Surat Permohonan Pengisian Kuisisioner.....	63
2.	Petunjuk Pengisian Kuisisioner.....	64
3.	Daftar Pernyataan Kuisisioner.....	65
4.	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Produk, Variabel Layanan (Servis), Variabel Pembelian, dan Kepuasan Konsumen PT WMC.....	67
5.	SPSS.....	68
6.	Tabel Distribusi F (F-tabel).....	69
7.	Tabel Distribusi t (t-tabel).....	70

