

## SKRIPSI

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA DEKORASI ROMENSPARTYPLANNER, PEKANBARU**

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen Di Universitas Islam Riau Pekanbaru*



**DISUSUN OLEH:**

**Nur Fadilla**

**NPM : 165210321**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2019**



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian  
Marpoyan  
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Nur Fadilla  
NPM : 165210321  
Program Studi : Manajemen S1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Dekorasi  
RomensPartyPlanner

**Disetujui Oleh :**

Pembimbing

Dr. Eva Sundari, SE.,MM

**Mengetahui :**

Dekan



Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

Ketua Program Studi

(Abd. Razak Jer. SE.,M.Si)

## ABSTRAK

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Dekorasi RomensPartyPlanner, Pekanbaru**

Oleh :

**NUR FADILLA**  
**165210321**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen. Objek ini adalah Penyewa jasa RomensPartyPlanner di pekanbaru. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dan menggunakan SPSS Versi 21. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan teknik *Purposive sampling* yaitu sebanyak 50 sampel. Teknik pengumpulan data ini menggunakan observasi dan angket, teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Dari analisis data penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis berpengaruh positif dan menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

**Kata kunci :** *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*

**ABSTRACT****Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction Using  
RomensPartyPlanner Decoration Services, Pekanbaru****By :****NUR FADILLA  
165210321**

This study aims to determine and analyze the effect of service quality on customer satisfaction. This object is the RomensPartyPlanner tenant in Pekanbaru. This research is a descriptive quantitative study and uses SPSS Version 21. The sample used in this research is purposive sampling technique, namely 50 samples. This data collection technique uses observation and questionnaires, the data analysis technique uses simple linear regression. From the data analysis, it can be concluded that hypothesis testing has a positive effect and shows that Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction.

**Keywords:** *Service Quality and Consumer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahiraabbil'alamiin, Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan demikian penulis bisa menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA ROMENSPARTYPLANNER,PEKANBARU”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Riau di Pekanbaru.

Dengan Perjalanan yang panjang banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, Penulis menyadari bahwa penulis ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moral maupun materil.

Oleh karena itu, Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., M.C.L., Selaku Rektor Universitas Islam Riau
2. Bapak Drs. Abrar, M.Si. Ak., CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang selalu memberikan dukungan terutama pada mahasiswa semester akhir.

3. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan persetujuan tentang penelitian ini.
4. Ibu Dr. Eva Sundari, SE., MM Selaku Pembimbing yang telah sudi kiranya membantu peneliti dalam berkonsultasi dan memberikan masukan serta sarannya dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Kedua orang tua, Ayahanda tercinta Azirda dan Ibunda tercinta Efinailin yang tak henti-hentinya memberikan dukungan, tenaga, waktu , materi dan do'anya. Sehingga peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Bapak Ibu Dosen beserta karyawan-karyawati di lingkungan Fakultas Islam Riau terutama pada Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama berada di bangku perkuliahan.
7. Terima Kasih kepada Muhammad Raka Febrian yang sudah menemani dan mendukung penulis sehingga memberikan penulis semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.
8. Kepada Sahabat-sahabat penulis Genk Incess Liana, Tatik, Indah, Mai, Desi yang telah memberikan dukungannya dan motivasinya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir.
9. Sahabat Penulis Lisa Novita dan Winda Novita yang tak henti-hentinya mengingatkan penulis untuk membuat skripsi dan selalu memberikan dukungannya untuk menyelesaikan tugas akhir.
10. Teman-teman Manajemen E yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu dan teman-teman kuliah seperjuangan angkatan 2016, peneliti

mengucapkan terima kasih banyak atas partisipasinya dan juga waktunya telah bersama peneliti selama kurang lebih 4 tahun lamanya.

11. Rekan-rekan peneliti yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih banyak peneliti ucapkan atas dukungan dan motivasinya. Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih belum sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membantu, penulis berharap agar menjadikan skripsi ini lebih baik lagi. Dengan terbitnya skripsi ini, semoga dapat bermanfaat bagi pembacanya.

## DAFTAR ISI

|                                                                       |             |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                  | <b>i</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                            | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                              | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                             | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                         | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                                       | 1           |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                                           | 7           |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....                               | 7           |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian .....                                         | 7           |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian .....                                        | 7           |
| 1.4 Sistematika Penulis .....                                         | 8           |
| <b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS .....</b>                      | <b>9</b>    |
| 2.1 Kualitas Pelayanan .....                                          | 9           |
| 2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....                             | 9           |
| 2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....                                | 9           |
| 2.1.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan<br>Konsumen ..... | 11          |
| 2.2 Kepuasan Pelanggan .....                                          | 12          |
| 2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....                             | 12          |
| 2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....                      | 14          |

|                                                     |                                                  |           |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.3                                               | Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen ..... | 15        |
| 2.3                                                 | Penelitian Terdahulu .....                       | 16        |
| 2.4                                                 | Kerangka Pemikiran.....                          | 17        |
| 2.5                                                 | Hipotesis .....                                  | 18        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>              |                                                  | <b>19</b> |
| 3.1                                                 | Objek/Lokasi Penelitian.....                     | 19        |
| 3.2                                                 | Operasional Variabel.....                        | 19        |
| 3.3                                                 | Populasi Dan Sampel .....                        | 21        |
| 3.3.1                                               | Populasi.....                                    | 21        |
| 3.3.2                                               | Sampel.....                                      | 21        |
| 3.4                                                 | Jenis Dan Sumber Data .....                      | 21        |
| 3.4.1                                               | Jenis Data .....                                 | 22        |
| 3.4.2                                               | Sumber Data.....                                 | 22        |
| 3.5                                                 | TeknikPengumpulan Data.....                      | 23        |
| 3.6                                                 | TeknikAnalisis Data.....                         | 24        |
| <b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>        |                                                  | <b>29</b> |
| 4.1                                                 | SejarahSingkatRomensPartyPlanner.....            | 29        |
| 4.2                                                 | StrukturOrganisasi Romens PartyPlanner.....      | 32        |
| <b>BAB V HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN.....</b> |                                                  | <b>32</b> |
| 5.1                                                 | Karakteristik Responden .....                    | 32        |
| 5.1.1                                               | Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....    | 32        |
| 5.1.2                                               | Usia .....                                       | 32        |
| 5.1.3                                               | Pekerjaan.....                                   | 33        |

|                            |                                                    |           |
|----------------------------|----------------------------------------------------|-----------|
| 5.2                        | Uji Validitas dan Reliabilitas .....               | 34        |
| 5.2.1                      | Uji Validitas .....                                | 34        |
| 5.2.2                      | Uji validitas Kepuasan Konsumen .....              | 36        |
| 5.2.3                      | Uji Reliabilitas .....                             | 37        |
| 5.3                        | Analisis Deskriptif .....                          | 37        |
| 5.4                        | Uji Asumsi Klasik.....                             | 64        |
| 5.4.1                      | Uji Normalitas.....                                | 64        |
| 5.4.2                      | Uji Multikolinieritas.....                         | 65        |
| 5.4.3                      | Uji Autokorelasi .....                             | 66        |
| 5.5                        | Uji Regresi Linear Sederhana .....                 | 67        |
| 5.6                        | Uji Silmutan (Uji F) .....                         | 69        |
| 5.7                        | Uji Parsial (Uji T).....                           | 70        |
| 5.8                        | Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....          | 71        |
| 5.9                        | Hasil Penelitian .....                             | 72        |
| 5.8.1                      | Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen ..... | 72        |
| <b>BAB VI</b>              | <b>PENUTUP .....</b>                               | <b>74</b> |
| 6.1                        | Kesimpulan .....                                   | 74        |
| 6.2                        | Saran .....                                        | 74        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> |                                                    | <b>76</b> |

## DAFTAR TABEL

|            |                                                                                                             |    |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1  | Data Permintaan Jasa RomensPartyPlanner .....                                                               | 3  |
| Tabel 2.1  | Penelitian Terdahulu .....                                                                                  | 16 |
| Tabel 3.1  | Operasional Variabel.....                                                                                   | 19 |
| Tabel 4.1  | Struktur Organisasi RomensPartyPlanner.....                                                                 | 31 |
| Tabel 5.1  | Karakteristik Berdasarkan Jumlah Responden .....                                                            | 32 |
| Tabel 5.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....                                                               | 33 |
| Tabel 5.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                                         | 33 |
| Tabel 5.4  | Rekapitulasi Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X).....                                                      | 34 |
| Tabel 5.5  | Rekapitulasi Uji Validitas Kualitas Pelayanan (Y).....                                                      | 36 |
| Tabel 5.6  | Hasil Uji Reliabilitas.....                                                                                 | 37 |
| Tabel 5.7  | Tanggapan Responden Tentang Penyediaan Balon-Balon<br>Untuk Birthday yang digunakan tidak bocor .....       | 37 |
| Tabel 5.8  | Tanggapan Responden Tentang Ayunan Untuk Aqiqah<br>Kuat dan kokoh .....                                     | 38 |
| Tabel 5.9  | Tanggapan Responden Tentang Selempang untuk<br>Bridal Shower Tidak Robek Atau Kotor.....                    | 39 |
| Tabel 5.10 | Tanggapan Responden Tentang Fresh Flower yang digunakan<br>Saat Engagement Masih Segar Dan Tidak Layu ..... | 40 |
| Tabel 5.11 | Tanggapan Responden Tentang Spanduk yang digunakan<br>Untuk organisasi tulisannya jelas.....                | 40 |
| Tabel 5.12 | Tanggapan Responden Tentang Tepat Waktu Dalam                                                               |    |

|                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Menyelesaikan Dekorasi .....                                                                       | 41 |
| Tabel 5.13 Tanggapan Responden Tentang Memiliki Pengetahuan yang Luas.....                         | 42 |
| Tabel 5.14 Tanggapan Responden Tentang Memberikan jasa dekorasi Secara pribadi.....                | 43 |
| Tabel 5.15 Tanggapan Responden Tentang Pelayanan yang cepat dan Ramah .....                        | 43 |
| Tabel 5.16 Tanggapan Responden Tentang Sigap dan tanggap dalam Membantu pengurusan.....            | 44 |
| Tabel 5.17 Tanggapan Responden Tentang Menyediakan fasilitas sesuai Permintaan .....               | 45 |
| Tabel 5.18 Tanggapan Responden Tentang Mengganti/Memperbaiki Kerusakan diawal/ditengah acara.....  | 46 |
| Tabel 5.19 Tanggapan Responden Tentang Memberikan kepastian Kepada konsumen agar mereka puas ..... | 46 |
| Tabel 5.20 Tanggapan Responden Tentang Memberikan Kenyamanan Fasilitas .....                       | 47 |
| Tabel 5.21 Tanggapan Responden Tentang Memahami keinginan Konsumen .....                           | 48 |
| Tabel 5.22 Tanggapan Responden Tentang Memberikan harga yang Terjangkau kepada konsumen.....       | 49 |
| Tabel 5.23 Tanggapan Responden Tentang Menerima keluhan dan tidak Membantah.....                   | 49 |

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 5.24 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk variabel kualitas    |    |
| Pelayanan .....                                                      | 50 |
| Tabel 5.25 Tanggapan Responden Tentang Dekorasi yang diminta sesuai  |    |
| Dengan permintaan konsumen.....                                      | 55 |
| Tabel 5.26 Tanggapan Responden Tentang Harga dan dekorasi sesuai ..  | 56 |
| Tabel 5.27 Tanggapan Responden Tentang Puas dengan dekorasi .....    | 56 |
| Tabel 5.28 Tanggapan Responden Tentang Keinginan memesan             |    |
| Kembali.....                                                         | 57 |
| Tabel 5.29 Tanggapan Responden Tentang Memberikan diskon.....        | 58 |
| Tabel 5.30 Tanggapan Responden Tentang Nyaman dengan fasilitas ..... | 59 |
| Tabel 5.31 Tanggapan Responden Tentang Mempromosikan kepada          |    |
| Teman.....                                                           | 59 |
| Tabel 5.32 Tanggapan Responden Tentang Memasang iklan di social      |    |
| Media.....                                                           | 60 |
| Tabel 5.33 Tanggapan Responden Tentang Tidak menyesal                |    |
| Menggunakan jasa dekorasi .....                                      | 61 |
| Tabel 5.34 Rekapitulasi jawaban responden untuk variabel kualitas    |    |
| Pelayanan .....                                                      | 62 |
| Tabel 5.35 Hasil Uji Normalitas Koimogrov-Smirnoov.....              | 65 |
| Tabel 5.36 Uji Multikolinieritas.....                                | 66 |
| Tabel 5.37 Uji Autokorelasi .....                                    | 67 |
| Tabel 5.38 Hasil Uji regresi Linear sederhana.....                   | 68 |
| Tabel 5.39 Uji F .....                                               | 69 |

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Tabel 5.40 Uji T .....                           | 70 |
| Tabel 5.41 Hasil Uji Koefisien Determinasi ..... | 71 |



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa dekorasi, maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Buchari Alma (2007:286), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2007), yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap.

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepadakonsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawahharapan konsumen maka konsumen akankecewa. Sebaliknya, jika layanan yangdiberikan memenuhi harapan konsumen,maka konsumen akan senang.Harapankonsumen dapat diketahui dari

pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan di media social.

*Party planner* adalah orang yang bertindak merencanakan acara untuk kepentingan tertentu, yang bersifat lebih private, dan dengan jangka waktu yang telah ditentukan. Jasa party planner adalah suatu bisnis yang dimana pekerjajanya dituntut untuk dapat merencanakan, mulai dari konsep awal acara hingga penataan dekorasi dengan menggabungkan keinginan klien dan imajinasi pekerjajanya untuk menghasilkan hasil yang memuaskan bagi pemakai jasa *party planner*.

RomensPartyPlanner bergerak di bidang jasa awal mulanya romen sendiri berdiri pada tahun 2015, berasal dari hobi dan menjelma menjadi bisnis besar-besaran, dengan menyediakan jasa dekorasi yang telah berkembang, dimana terdapat variasi penyediaan jasa yang di tawarkan. Antara lain: Birthday, Bridal Shower, Aqiqah dan Engagement Peluang dari jasa ini sangatlah menjanjikan, salah satunya jasa partyplanner yang saat ini sangat menjadi daya tarik tersendiri bagi calon konsumen.

konsep bisnis yang di tawarkan RomensPartyPlanner memberikan variasi pelayanan berupa konsep produk dan menekankan pada penyediaan layanan konsultasi, yang akan membuat konsumen merasa puas. banyak jasa dekorasi di pekanbaru tetapi hilang begitu saja tetapi hanya RomenPartyPlanner lah yang mampu bertahan hingga sekarang. Jasa party planner di kota pekanbaru cukup banyak peminatnya bahkan sampai keluar kota sekaligus, sehingga membuat penulis sangat tertarik untuk merintis usaha ini. Usaha dilakukan secara online,

sehingga pemesanan bisa dilakukan melalui *whatsapp*, *Instagram*, dan nomor *handphone*,

Usaha ini tidak memiliki satu tempat khusus, tetapi bergabung dengan tempat tinggal pemilik yang berlokasi di jalan pandau. Konsep jasa yang ditawarkan RomenPartyPlanner untuk membuat sebuah acara yang menarik dan berkesan sehingga penataan dekorasi seperti table setting, baik untuk acara sendiri ataupun acara kejutan (surprise). untuk menghubungi RomenPartyPlanner bisa Via *Whatsapp 0895634815074*, *Line romensparty*, *Instagram @RomenPartyPlanner*.

**Tabel 1.1**  
**Data Permintaan Jasa RomenPartyPlanner**  
**Pekanbaru (2019)**

| No    | Permintaan<br>(Orang) /<br>Bulan | Jasa yang di tawarkan |        |                  |            |            |
|-------|----------------------------------|-----------------------|--------|------------------|------------|------------|
|       |                                  | Birthday              | Aqiqah | Bridal<br>Shower | Engagement | Organisasi |
| 1.    | Januari                          | 8                     | 6      | 3                | 4          | 5          |
| 2.    | Februari                         | 10                    | 7      | 5                | 2          | 3          |
| 3.    | Maret                            | 15                    | 10     | 5                | 4          | 5          |
| 4.    | April                            | 13                    | 8      | 6                | -          | 2          |
| 5.    | Mei                              | 4                     | 5      | 3                | 1          | 18         |
| 6.    | Juni                             | 5                     | 3      | 10               | 20         | 1          |
| 7.    | Juli                             | 7                     | 5      | 1                | 2          | 3          |
| 8.    | Agustus                          | 13                    | 10     | 3                | 4          | -          |
| 9.    | September                        | 7                     | 14     | 2                | 5          | 3          |
| 10.   | Oktober                          | 16                    | 8      | 1                | 9          | -          |
| 11.   | November                         | 15                    | 6      | -                | 3          | 9          |
| 12.   | Desember                         | 8                     | 4      | -                | -          | 2          |
| TOTAL |                                  | 121                   | 86     | 39               | 54         | 51         |

**Sumber: Data RomensPartyPlanner, 2019**

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah pengguna jasa RomensPartyPlanner tidak stabil setiap bulannya terdapat peningkatan dan penurunan di karenakan minat dan keinginan konsumen yang berbeda-beda.

Berdasarkan latar Belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Dekorasi RomensPartyPlanner, Pekanbaru”*.

Berikut adalah gambar dekorasi romensPartyPlanner :

Gambar 1 : Birthday RomenPartyPlanner



**Sumber :Gambar RomensPartyPlanner, 2019**

Pada gambar 1 di atas adalah gambar untuk dekorasi birthday dapat diketahui bahwa penggunaan jasa dekorasi birthday sangat banyak peminatnya, dikarenakan untuk tataan dan tabel set yang menarik dan berbeda dari dekorasi yang lain, sehingga konsumen tidak perlu membuang tenaga dan waktu dalam merayakan hari jadi mereka, hanya perlu memesan jasa dekorasi maka yang diinginkan konsumen dengan tema, bentuk dan rincian acara tersusun rapi.

Gambar 2: Aqiqah RomensPartyPlanner



**Sumber :Gambar RomensPartyPlanner, 2019**

Pada gambar 2 di atas adalah gambar untuk dekorasi Aqiqah dapat diketahui bahwa penggunaan jasa dekorasi Aqiqah sangat banyak peminatnya, dengan berbagai tema yang berbeda dan inovasi yang menarik.

Gambar 3: Bridal Shower RomenPartyPlanner



**Sumber :Gambar RomensPartyPlanner, 2019**

Pada gambar 3 di atas adalah gambar untuk dekorasi Bridal dapat diketahui bahwa penggunaan jasa dekorasi Bridal sangat menarik, dengan berbagai riasan, game dan tataan acara yang begitu bagus.

Gambar 4: Engagement RomensPartyPlanner



**Sumber :Gambar RomensPartyPlanner, 2019**

Pada gambar 4 di atas adalah gambar untuk dekorasi Engagement dapat diketahui bahwa penggunaan jasa dekorasi engagement sangat bagus dan rapi dalam pendekorasian pertunangan sehingga konsumen tidak perlu bingung lagi mempersiapkannya.

Gambar 5: Organisasi RomensPartyPlanner



**Sumber :Gambar RomensPartyPlanner, 2019**

Pada gambar 5 di atas adalah gambar untuk dekorasi Organisasi dapat diketahui bahwa penggunaan jasa dekorasi Organisasi sangat banyak diminati kantor-kantor untuk merayakan hari jadi perusahaan dan untuk merayakan perkumpulan secara terarah dan di acarai agar acara terpapa rapi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Apakah Terdapat pengaruh Signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada RomensPartyPlanner

## 1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan RomensPartyPlanner.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Sebagai bahan informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan.
- b. Melalui penelitian ini akan membantu penulis dalam mengembangkan daya nalar, dan intelektual yang telah diperoleh penulis dibangku kuliah yang kemudian dibawah kedunia nyata untuk menemukan kesesuaian antar teori dan kenyataan.
- c. Dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menciptakan keunggulan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya.

#### 1.4 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan.

##### **BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

Bab ini akan menjelaskan tentang teori-teori kualitas dan kepuasan konsumen serta penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang metode penelitian, terdiri dari objek/lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

##### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, dan struktur organisasi.

##### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang hasil penelitian sekaligus pembahasan pada Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa dekorasi romenspartyplanner.

##### **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini akan menjelaskan tentang penjelasan dari kesimpulan penelitian serta saran-saran peneliti selanjutnya.

## BAB II TELAAH PUSTAKA

### 2.1 Kepuasan Pelanggan

#### 2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Banyak pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan. Day (dalam Tse Dan Wilton, 1998) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya). Menurut pakar pemasaran Kotler (1994) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya sedangkan Menurut Engel, et al. (1990) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Lovelock dan Wright (2007:102) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan.

Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu.

Lupiyoadi (2001:19) ada lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha yaitu:

1. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka peroleh berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industry jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik.

3. Emosional

Konsumen akan merasa senang dan keyakinan bahwa orang lain akan merasa bangga membeli produk yang ditawarkan.

4. Harga

Harga relatif murah akan memberikan nilai yang tinggi kepada konsumennya.

5. Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan.

### 2.1.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada 4 metode pengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap Perusahaan yang berwawasan pada konsumen akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan, pada perusahaannya akan disediakan formulir yang isinya tentang apa yang disukai dan tidak disukai

konsumen yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan

## 2. Survey Kepuasan Pelanggan

Perusahaan yang banyak meneliti mengenai kepuasan konsumen dengan mengadakan survey berkala. Dengan menelvon sekelompok sampel acak atau memberikan daftar pertanyaan untuk mengetahui penelitian berbagai aspek kinerja perusahaan.

## 3. Ghost Shopping

Cara ini untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan dan melaporkan hal-hal yang positif maupun yang negatif. Pembeli juga dapat berpura-pura membuat masalah untuk menguji apakah karyawan menangani masalah tersebut.

## 4. *Lost customer analysis*

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok.

### 2.1.3 Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Ada lima Faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan menurut (Lupyoadi, 2001) sebagai berikut :

#### 1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila produk yang mereka gunakan berkualitas dan layak digunakan.

## 2. Emosi

Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai yang diharapkan.

## 3. Emosi

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum melihat produk yang digunakannya.

## 4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

## 5. Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk suatu produk dan cenderung puas terhadap produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2016) indikator kepuasan konsumen terdiri dari:

### a. Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk atau jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

### b. Minat berkunjung kembali

Merupakan ketersediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa terkait.

Ketersediaan merekomendasikan Merupakan ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

## **2.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Defenisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1988), Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut (Lewis & Booms, 1993). Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

### **2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Ada delapan dimensi kualitas yang dikembangkan Garvin (dalam Lovelock, 1994; Peppard dan Rowland, 1995) dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis. Dimensi-dimensi tersebut adalah:

1. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (performance) dan kemampuan untuk dipercaya (dependability).hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama.

2. *responsiveness* yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
4. *Access*, Meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau.
5. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para Contact personnel.
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahas yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan kebutuhan pelanggan.
7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya, kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik contact personnel, dan interaksi dengan pelanggan.
8. *Security*, yaitu aman dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik.
9. *Understanding /Knowing the Customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa.

Dari Kesepuluh dimensi yang ada di atas dapat dirangkumkan menjadi lima dimensi pokok yang meliputi:

1. Bukti Fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati, Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

### 2.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan

kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Dari hasil penelitian Yuliarmi dan Riyasa (2007) secara bersama-sama atau simultan seluruh dimensi dari kualitas pelayanan, yaitu faktor keandalan, faktor ketanggapan, faktor keyakinan, faktor empati, dan faktor berwujud berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Romen Party Planner. Sedangkan secara parsial, faktor keandalan tidak berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan Romenspartyplanner.

### **2.3 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulisan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

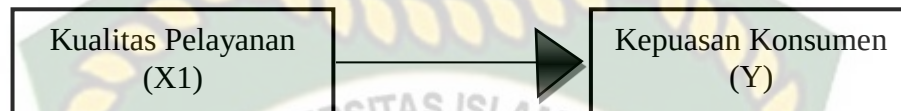
**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Peneliti                         | Judul                                                                                                | Alat Analisis                     | Hasil                                                                                                                        |
|----|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Novia Susanti (2017)             | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.Astellas Pharma Indonesia Area Depok | Analisis Regresi Linier Sederhana | Kualitas pelayanan Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan                                                        |
| 2. | Endang Siswati Prihastuti (2017) | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran saung citra bandar lampung      | Analisis Regresisederhana         | Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada restoran saung citra bandar lampung |
| 3. | Endah Wartiningsih (2016)        | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan PT Global Knowledge indonesia.               | Regresi Linier Sederhana          | Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pt global knowledge indonesia           |

**Sumber : Penelitian Terdahulu, 2019**

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka dan tujuan penelitian maka kerangka pemikiran antara pengaruh kualitas dan kepuasan pelayanan adalah pemikiran antara pengaruh kualitas dan kepuasan pelayanan adalah:



## 2.5 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan teori-teori yang telah dikemukakan diatas, maka dapatlah dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada RomensPartyPlanner.

## BAB III

### Metode Penelitian

#### 3.1 Objek / Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jalan Purnama perum BMP Blok B No. 26. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Romens Party Planner. Diharapkan dapat memberikan penilaian terhadap kepuasan kosumen dalam memakai jasa Romens Party Planner.

#### 3.2 Operasional variabel

**Tabel 3.1**  
**Operasinal Variabel**

| Variabel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Dimensi           | Indikator                                                                                                                                                                                                                                               | Skala   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Kualitas Pelayanan adalah upaya Pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan, Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan Wyckof (dalam Lovelock, 1988) | 1. Tangibles      | a. Birthday<br>- Balon Huruf, Kue, Taplak meja<br>b. Aqiqah<br>- Ayunan, backdrop, Streoform<br>c. Bridal Shower<br>- Selempang Tumbler, bunga<br>d. Engaggement<br>- Fresh flower, karpet, backdrop<br>e. Organisasi<br>- Spanduk, Balon, karpet merah | Ordinal |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2. Reliability    | a. Tepat waktu dalam menyelesaikan dekorasi<br>b. Memiliki Pengetahuan Yang Luas Tentang Dekorasi<br>c. Memberikan jasa dekorasi secara pribadi                                                                                                         |         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 3. Responsiveness | a. Pelayanan yang cepat dan                                                                                                                                                                                                                             |         |

|                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                  | ramah<br>b. Sigap dan Tanggap dalam membantu pengelolaan dekorasi<br>c. Menyediakan fasilitas sesuai permintaan konsumen<br><br>4. Assurance<br>a. Menganti / memperbaiki kerusakan di awal / ditengah acara<br>b. Memberikan kepastian kepada konsumen agar mereka merasa puas<br>c. Memberikan kenyamanan fasilitas kepada konsumen<br><br>5. Empati<br>a. Memahami keinginan konsumen<br>b. Memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen<br>c. Menerima keluhan dan tidak membantah |         |
| Kepuasan Pelanggan menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya Kotler (1994) | 1. Kesesuaian Harapan<br><br>2. Minat berkunjung kembali<br><br>3. Ketersediaan Merekomendasikan | a. Dekorasi yang diminta sesuai dengan permintaan<br>b. Harga dan dekorasi sesuai<br>c. Puas dengan dekorasinya<br><br>a. Keinginan memesan kembali<br>b. Diskon kepada konsumen yang berlangganan<br>c. Nyaman dengan fasilitas<br><br>a. Mempromosikan kepada teman<br>b. Memasang iklan di social media<br>c. Tidak Menyesal menggunakan jasa dekorasi                                                                                                                                  | Ordinal |

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data menurut (Margono 2004)

#### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel dengan cara *Purposive sampling*, *purposive sampling* adalah salah satu teknik sampling non random sampling dimana dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian, teknik ini biasa dilakukan karena adanya beberapa pertimbangan misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang jauh adapun jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 sampel.

### 3.4 Jenis Dan Sumber Data

Bentuk dalam penelitian ini yaitu deskripsif kualitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linier variabel independen dengan variabel dependen (Djojo, 2012). Menurut Sulistiyo (2012), deskripsi kualitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka.

### 3.4.1 Jenis Data

#### 1. Data Kualitatif

Data Kualitatif adalah data dari penjelasan yaitu hasil pengamatan yang outputnya hanya bisa dimasukkan kedalam suatu kategori misalnya jenis kelamin, jenis pekerjaan dan sebagainya.

#### 2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah berupa gambaran mengenai objek penelitian yang dapat diukur atau dihitung secara langsung dengan pengamatan atas suatu hal yang bisa dinyatakan dalam angka, misalnya usia seseorang, pendapatan, dan sebagainya.

### 3.4.2 Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner langsung kepada responden atau masyarakat yang menjadi objek dalam penelitian ini.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari RomensPartyPlanner.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang di pergunakan dalam penelitian ini adalah:

#### Observasi

Observasi adalah dengan melakukan kunjungn langsung ke obyek penelitian yaitu RomensPartyPlanner, Jalan Purnama Perum BMP Blok B No.26, Pekanbaru.

#### Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lainyang bersedia memberi respons (responden) sesuai dengan permintaanpengguna. Tujuannya untuk menggumpulkan pertanyaan-pertanyaan yang tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Dengan skor yang kan digunakan sebagai berikut :

1. Sangat Setuju(SS) : Skor 5
2. Setuju(S) : Skor 4
3. Netral(N) : Skor 3
4. Tidak Setuju(TS) : Skor 2
5. Sangat Tidak Setuju(STS) : Skor 1

### 3.6 Teknik Analisi Data

Yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

#### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas dalam pengertian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Sulistyo, 2012). Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program spss (*statistical package for social science*). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan, perlu di konsultasikan dengan tabel *r product moment*. Kriteria uji validitas adalah:

- a. Apabila  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

##### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terdapat kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan Rumus Koefisien *Cronbach*

*Alpha* (Sulistyo, 2012). Pengujian reliabilitas terdapat seluruh item atau pertanyaan pada penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*.

Tingkat reliabilitas suatu variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistic *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) suatu variabel dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$ . (Ghozali, 2005).

## 2. Uji Asumsi Klasik

Menjelaskan sebelum data diuji perlu diketahui apakah data melanggar asumsi dasar seperti *multikoneritas* dan *heterokedasitisitas*. Cara pengujian yang dilakukan adalah dengan nilai uji T, uji F dan *adjusted R-Squared*. Untuk memenuhi asumsi klasik maka model persamaan regresi terlebih dahulu akan dilakukan pengujian.

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel terkecil.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi..

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika dari pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat dan nilai residualnya.

**1. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan model regresi linier sederhana dengan persamaan matematik, yaitu :

$$Y = a + bx + \epsilon$$

Dimana :

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Nilai Konstanta

b : koefisien regresi

X : Kualitas Pelayanan ( Variabel Independen )

$\epsilon$  : Eplison ( Standart Error )

#### 4 Uji Hipotesis

##### a. Uji t

Digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (pervariabel) terhadap variabel tergantungnya.

Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel t tergantungnya atau tidak. Kriteria pengujian

- a. Jika nilai  $t \geq t_{table}$  atau  $p\text{-value} < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan kata lain variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai  $t \leq t_{table}$  atau  $p\text{-value} > \alpha$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dengan kata lain variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

##### b. Uji F

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel *independent* dan variabel *dependent*, apakah variabel kualitas (X) benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan (Y), dengan kriteria pengambilan keputusan apabila hasil signifikan pada tabel ANOVA  $< \alpha = 0.05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima (mempengaruhi), sementara apabila hasil signifikansi pada tabel ANOVA  $> \alpha = 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak mempengaruhi).

## 5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi dilakukan untuk mengukur hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada variabel bebas (kualitas pelayanan) akan diikuti oleh variabel terikat (kepuasan konsumen). Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Selanjutnya nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Kuncoro, 2001 dalam Oldy, 2010)

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM ROMENSPARTYPLANNER

#### 4.1 Sejarah RomensPartyPlanner

RomensPartyPlanner adalah jasa penyelenggara pesta atau party planner yang sedang menjadi tren di era sekarang ini. Dari sisi efisiensinya, menyewa party planner membuat acara lebih tersusun rapih dan diatur secara detail. Biasanya, para party planner ini sudah menyiapkan semua kebutuhan pesta, mulai dari konsep dan tema pesta hingga seluruh peralatan penunjang pesta.

Salah satu party planner di pekanbaru yang telah mengepakan sayapnya dalam bidang ini adalah RomensPartyPlanner. Semenjak didirikan pada tahun 2014 hingga sekarang, RomensPartyPlanner merupakan salah satu party planner yang cukup banyak memiliki klien. Pemiliknya Andri bersama istrinya Eem, Mengaku bahwa awalnya ia tidak ada niat untuk membuat usaha party planner.

”Ide ini muncul ketika saya mengalami masa krisis di usaha yang pertama, kebetulan ini hobby saya yang suka memberikan kejutan kepada istri disetiap moment-moment, dari sana saya berfikir kenapa tidak saya coba hobby saya menjadi lahan bisnis baru saya. Alhamdulillah lancar sampai sekarang”. Katanya

Awal mula berdirinya RomensPartyPlanner belum seramai sekarang, akan tetapi ia yakin orang riau khususnya pekanbaru sudah memiliki kesibukan karier yang tinggi. Jadi dengan adanya jasa yang saya tawarkan akan membantu dalam

mempersiapkan moment penting dalam hidup mereka seperti birthday, aqiqah, bridal shower, engagement dan organisasi.

Saat ini, sudah banyak party planner di pekanbaru. Tetapi romenspartyplanner berbeda dari yang lain, bagian property dan penyusunan table sett tidak asal-asalan.

## 1. Visi dan Misi RomensPartyPlanner

### A. Visi RomensPartyPlanner

Menjadi Party Planner terdepan dan terpercaya serta memberikan jasa terbaik dalam setiap acara.

### B. Misi RomensPartyPlanner

- Memberikan konsep berbeda di setiap dekorasi.
- Memberikan pelayanan yang mewah dan berkualitas kepada konsumen.
- Mengembangkan potensi sumber daya manusia yang baik sehingga konsumen percaya.

#### a) Tujuan RomensPartyPlanner

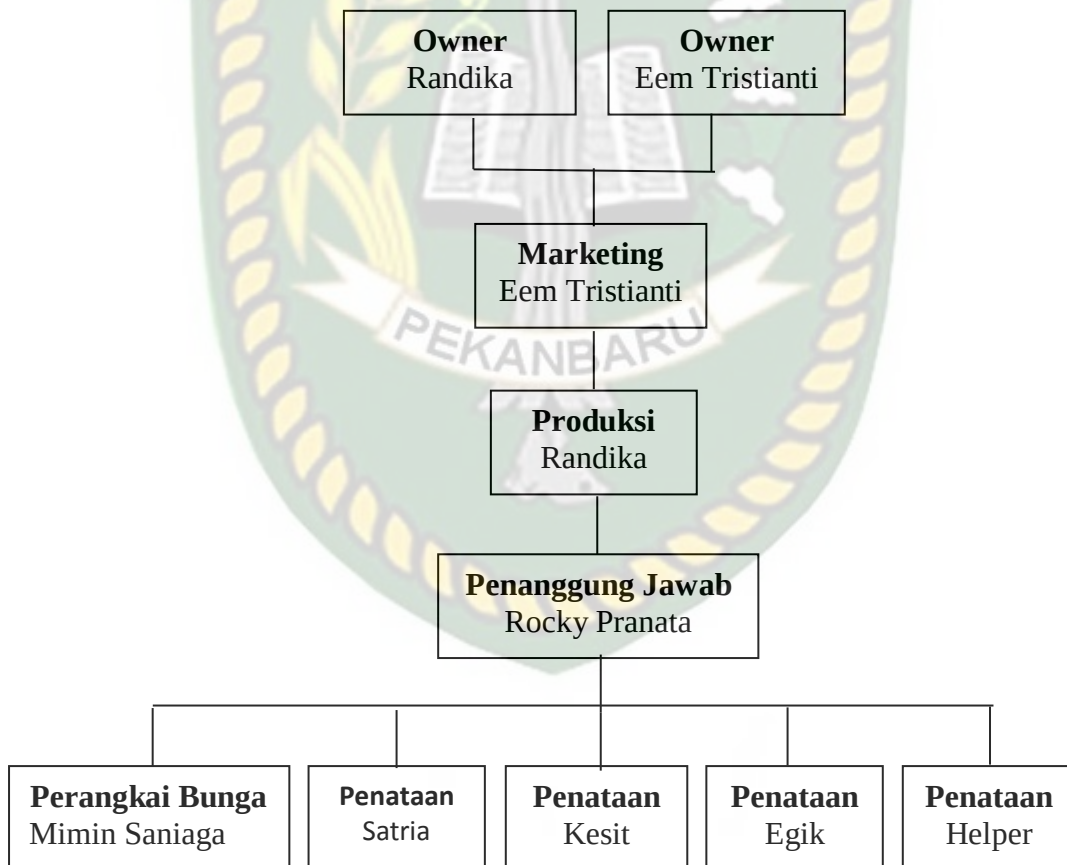
- Membuat konsumen merasa senang
- Membantu konsumen mendekorasi sesuai keinginannya
- Membantu konsumen membuat acara menjadi lebih tersusun rapih dan teratur.

Untuk mewujudkan visi, misi dan tujuan yang hendak dicapai tersebut, maka RomensPartyPlanner menyediakan berbagai dekorasi, antara lain:

1. Birthday.
2. Aqiqah
3. Bridal shower
4. Engaggement
5. Organisasi

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi RomensPartyPlanner**



## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Karakteristik Responden

##### 5.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada table ini dapat dilihat jenis kelamin dari masing-masing responden pada RomensPartyPlanner.

**Tabel 5.1**

##### **Karakteristik Berdasarkan Jumlah Responden**

| No            | Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|---------------|---------------|------------------|----------------|
| 1.            | Laki-Laki     | 14               | 28             |
| 2.            | Perempuan     | 36               | 72             |
| <b>Jumlah</b> |               | 50               | 100            |

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian

Pada data di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden kelamin laki-laki yaitu 14 orang atau 28% , sedangkan responden perempuan yaitu 36 orang atau 72% , berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar pengguna jasa RomensPartyPlanner di Pekanbaru adalah Perempuan.

##### 5.1.2 Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat digambarkan dalam table berikut ini :

**Tabel 5.2****Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

| No | Umur          | Jumlah     | Persentase % |
|----|---------------|------------|--------------|
| 1. | 17 – 27 Tahun | 19         | 38           |
| 2. | 28 – 38 Tahun | 14         | 28           |
| 3. | 39 – 49 Tahun | 9          | 18           |
| 4. | >50 Tahun     | 8          | 16           |
|    |               | <b>100</b> | <b>100%</b>  |

**Sumber :** Data Olahan Hasil Penelitian

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah berusia 17-27 tahun dengan jumlah 19 orang (38%), sedangkan yang terkecil berusia kurang dari >50 tahun yang hanya berjumlah 8 orang (16%)

**5.1.3 Pekerjaan****Table 5.3****Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| No     | Pekerjaan  | Jumlah | Persentase (%) |
|--------|------------|--------|----------------|
| 1.     | Wiraswasta | 10     | 20             |
| 2.     | Mahasiswa  | 11     | 22             |
| 3.     | Siswa      | 14     | 28             |
| 4.     | Pns        | 7      | 14             |
| 5.     | Lain-Lain  | 8      | 16             |
| Jumlah |            | 50     | 100            |

**Sumber :** Data Olahan Hasil Penelitian

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah bekerja sebagai seorang siswa dengan jumlah 14 orang (28%), sedangkan yang terkecil bekerja dengan pekerjaan Pns berjumlah 7 orang (14%).

## 5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 5.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu kuesioner, dengan menggunakan uji korelasi *pearson product moment* dengan ketentuan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pernyataan dikatakan valid. Perhitungan dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{table}$  untuk degree of freedom (df) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel.

Dalam penelitian ini terdapat jumlah sampel sebanyak 50 responden sehingga diperoleh nilai (df) =  $50-2$  dengan nilai (df) dari 48 adalah 0,278. Pengujian validitas angket dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*statistica Program Society Science 22 for windows*).

Tabel 5.4

Rekapitulasi Uji Validitas *Kualitas Pelayanan*

| Butir<br>Pernyataan | Kriteria R<br>Tabel | Corrected<br>Item Total<br>Correlation | Keterangan |
|---------------------|---------------------|----------------------------------------|------------|
| 1.                  | 0.278               | .293                                   | Valid      |
| 2.                  | 0.278               | .622                                   | Valid      |
| 3.                  | 0.278               | .390                                   | Valid      |
| 4.                  | 0.278               | .443                                   | Valid      |
| 5.                  | 0.278               | .392                                   | Valid      |
| 6.                  | 0.278               | .401                                   | Valid      |
| 7.                  | 0.278               | .441                                   | Valid      |
| 8.                  | 0.278               | .508                                   | Valid      |
| 9.                  | 0.278               | .622                                   | Valid      |
| 10.                 | 0.278               | .347                                   | Valid      |
| 11.                 | 0.278               | .370                                   | Valid      |
| 12.                 | 0.278               | .579                                   | Valid      |
| 13.                 | 0.278               | .408                                   | Valid      |
| 14.                 | 0.278               | .460                                   | Valid      |
| 15.                 | 0.278               | .312                                   | Valid      |
| 16.                 | 0.278               | .390                                   | Valid      |
| 17.                 | 0.278               | .443                                   | Valid      |

Sumber : Hasil Output SPSS 22.0, 2019

Dari table diatas dapat dilihat bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel reward RomensPartyPlanner di atas 0.278. Disimpulkan bahwa secara statistik masing-masing indikator pernyataan untuk variabel kualitas reward adalah valid dan layak digunakan sebagai penelitian.

### 5.2.2 Uji Validitas *Kepuasan Konsumen (Y)*

**Tabel 5.5**  
**Rekapitulasi Uji Validitas *Kualitas Pelayanan***

| Butir<br>Pernyataan | Kriteria<br>Tabel | R<br>Corrected<br>Item Total<br>Correlation | Keterangan |
|---------------------|-------------------|---------------------------------------------|------------|
| 18.                 | 0.278             | .392                                        | Valid      |
| 19.                 | 0.278             | .401                                        | Valid      |
| 20.                 | 0.278             | .441                                        | Valid      |
| 21.                 | 0.278             | .508                                        | Valid      |
| 22.                 | 0.278             | .622                                        | Valid      |
| 23.                 | 0.278             | .347                                        | Valid      |
| 24.                 | 0.278             | .370                                        | Valid      |
| 25.                 | 0.278             | .579                                        | Valid      |
| 26.                 | 0.278             | .408                                        | Valid      |

**Sumber :** Hasil Output SPSS 22.0, 2019

Berdasarkan hasil table diatas hasil uji validitas yang telah dilakukan dari masing-masing pertanyaan variabel kualitas pelayanan mendapatkan nilai  $> 0.278$  dan bernilai positif dan setiap pertanyaan dinyatakan valid.

### 5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kehandalan data yang diperoleh untuk teliti. Suatu variabel dikatakan reliable (handal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha  $> 0.60$  maka item valid dikatakan reliable. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 5.6**

#### **Hasil Uji Reliabilitas**

| <b>Reliability Statistics</b> |            |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha              | N of Items |
| .881                          | 26         |

**Sumber:** Hasil Output SPSS 22.0,2019

Kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien reliabilitas yang telah diperoleh paling mencapai 0.60. hasil uji reliabilitas yang disajikan pada table menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.60 sehingga kuesioner dinyatakan reliable.

### 5.3 Analisis Deskriptif

#### 5.3.1 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan pada RomensPartyPlanner

Tabel 5.7

**Tanggapan Responden Tentang Penyediaan balon-balon untuk birthday yang digunakan tidak bocor atau kempes**

#### Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 33        | 66         |
| Setuju              | 13        | 26         |
| Netral              | 4         | 8          |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang penyediaan balon-balon untuk birthday yang digunakan tidak bocor atau kempes pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 33 orang responden dengan tingkat persentase 66% yang menjawab setuju berjumlah 13 orang responden dengan tingkat persentase 26% yang menjawab netral berjumlah 4 orang responden dengan tingkat persentase 8% responden, Maka disimpulkan bahwa konsumen sangat menyukai dekorasi RomensPartyPlanner terutama pada penyediaan balon-balon sangat sesuai pada tema dekorasi.

Tabel 5.8

**Tanggapan Responden Tentang Ayunan untuk aqiqah kuat dan kokoh****Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 21        | 42         |
| Setuju              | 25        | 50         |
| Netral              | 4         | 8          |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang Ayunan untuk aqiqah kuat dan kokoh pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 orang responden dengan tingkat persentase 42% yang menjawab setuju berjumlah 25 orang responden dengan tingkat persentase 50% yang menjawab netral berjumlah 4 orang responden dengan tingkat persentase 8% responden. Pernyataan pada ayunan untuk aqiqah banyak konsumen memilih setuju, karena ayunan yang disediakan diberi warna atau hiasan sesuai dengan tema dan warna yang diminta konsumen, bisa dengan menggunakan warna polos atau berkarakter, tentunya penyediaan ayunan untuk aqiqah memudahkan orang yang dating untuk melihat bayinya.

**Tabel 5.9**

**Tanggapan Responden Tentang Selempang untuk bridal shower tidak robek  
atau kotor**

**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 25        | 50         |
| Setuju              | 20        | 40         |
| Netral              | 5         | 10         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang Selempang untuk bridal shower tidak robek atau kotor pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang telah menjawab pertanyaan sangat setuju berjumlah dari 25 orang responden dengan tingkat persentase 50% yang menjawab setuju berjumlah 20 orang responden dengan tingkat persentase 40% yang menjawab netral berjumlah 5 orang responden dengan tingkat persentase 10% responden. Dalam tanggapan responden pada selempang banyak konsumen memilih sangat setuju karena, motif yang diberikan pada selempang sangat unik dan konsumen bisa memilih gambar dan warna yang sesuai dengan tema acara, penulisan nama untuk selempang bisa dipilih bentuk tulisannya sesuai keinginan.

Tabel 5.10

**Tanggapan Responden Tentang Fresh flower yang digunakan saat  
engagement masih segar dan tidak layu**

**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 24        | 48         |
| Setuju              | 19        | 38         |
| Netral              | 7         | 14         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang Selempang untuk bridal shower tidak robek atau kotor pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 24 orang responden dengan tingkat persentase 48% yang menjawab setuju berjumlah 19 orang responden dengan tingkat persentase 38% yang menjawab netral berjumlah 7 orang responden dengan tingkat persentase 14% responden. Dalam pernyataan ini banyak konsumen memilih sangat setuju karena RomensPartyPlanner selalu memberikan bunga yang fresh di setiap acaranya, dengan mengganti bunga dan air yang baru dan segar membuat bunganya selalu fresh, konsumen boleh membawa pulang bunganya jika mereka suka, karena pemakaian bunga di setiap acara hanya sekali.

Tabel 5.11

**Tanggapan Responden Tentang Spanduk yang digunakan untuk Organisasi**

**Tulisannya jelas**

**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 37        | 74         |
| Setuju              | 12        | 24         |
| Netral              | 1         | 2          |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang spanduk yang digunakan untuk organisasi tulisanya jelas pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 37 orang responden dengan tingkat persentase 74% yang menjawab setuju berjumlah 12 orang responden dengan tingkat persentase 24% yang menjawab netral berjumlah 1 orang responden dengan tingkat persentase 2% responden. Pernyataan pada spanduk yang digunakan sangat banyak di sukai pada setiap acara organisasi yang disediakan romenspartyplanner, karena spanduk yang disediakan sangat jelas tulisannya dan tidak berlebihan.

Tabel 5.12

**Tanggapan Responden Tentang Tepat waktu dalam menyelesaikan dekorasi**  
**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 27        | 54         |
| Setuju              | 19        | 38         |
| Netral              | 4         | 8          |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang tepat waktu dalam menyelesaikan dekorasi pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 27 orang responden dengan tingkat persentase 54% yang menjawab setuju berjumlah 19 orang responden dengan tingkat persentase 38% yang menjawab netral berjumlah 4 orang responden dengan tingkat persentase 8% responden. Pernyataan ini banyak di minati konsumen sangat setuju karena pendekorasian tepat waktu sebelum acara dimulai tanpa kekurangan barang-barang yang dibutuhkan konsumen dimulai dari kue, host dan penari untuk acara.

Tabel 5.13

## Tanggapan Responden Tentang Memiliki Pengetahuan Yang Luas

## Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 21        | 42         |
| Setuju              | 23        | 46         |
| Netral              | 6         | 12         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

**Sumber:** Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang Memiliki Pengetahuan yang luas pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 orang responden dengan tingkat persentase 42% yang menjawab setuju berjumlah 23 orang responden dengan tingkat persentase 46% yang menjawab netral berjumlah 6 orang responden dengan tingkat persentase 12% responden. Pernyataan ini konsumen memilih setuju karena, pengetahuan sangat bagus dalam mendekorasi. Konsumen tidak perlu pusing untuk memilih tema, cukup dengan memberikan penjelasan dan bentuk apa saja modelnya RomesPartyPlanner sudah bisa langsung mengatur sesuai dengan yang di fikirkan konsumen.

Tabel 5.14

**Tanggapan Responden Tentang Memberikan Jasa Dekorasi Secara Pribadi**  
**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 16        | 32         |
| Setuju              | 21        | 42         |
| Netral              | 13        | 26         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan di tentang Memberikan jasa dekorasi secara pribadi pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 orang responden dengan tingkat persentase 32% yang menjawab setuju berjumlah 21 orang responden dengan tingkat persentase 42% yang menjawab netral berjumlah 13 orang responden dengan tingkat persentase 26% responden. Pernyataan ini banyak konsumen memilih setuju karena pemberian jasa dekorasi sangat bagus apalagi untuk penyediaan pribadi seperti dekorasi anniversary, dinner dan lain-lain.

Tabel 5.15

**Tanggapan Responden Tentang Pelayanan yang cepat dan Ramah****Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 18        | 36         |
| Setuju              | 22        | 44         |
| Netral              | 10        | 20         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan di tentang memberikan pelayanan yang cepat dan ramah pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang telah menjawab pertanyaan sangat setuju berjumlah dari 18 orang responden dengan tingkat persentase 36% yang menjawab setuju berjumlah 22 orang responden dengan tingkat persentase 44% yang menjawab netral berjumlah 10 orang responden dengan tingkat persentase 20% responden, pernyataan ini konsumen memilih setuju karena romenspartyplanner selalu memberikan pelayanan yang cepat seperti slow respons pada via chat whatsapp dengan membalas permintaan konsumem satu persatu dan menjawab pertanyaan konsumen dengan ramah.

Tabel 5.16

**Tanggapan Responden Tentang Sigap dan tanggap dalam membantu  
pengurusan**

**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 26        | 52         |
| Setuju              | 18        | 36         |
| Netral              | 5         | 10         |
| Tidak Setuju        | 1         | 2          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang sigap dan tanggap dalam membantu pengurusan pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 26 orang responden dengan tingkat persentase 52% yang menjawab setuju berjumlah 18 orang responden dengan tingkat persentase 36% yang menjawab netral berjumlah 5 orang responden dengan tingkat persentase 10% responden, yang menjawab tidak setuju 1 orang responden dengan tingkat persentase 2%. Pernyataan ini konsumen memilih sangat setuju karena kesigapan RomensPartyplanner dalam pengurusan dekorasi, sebelum tanggal dimulainya acara pihak romenspartyplanner selalu melakukan meeting dengan konsumen yang akan melakukan acara, agar tau apa apa saja yang diinginkan konsumen supaya acara berjalan lancar.

Tabel 5.17

**Tanggapan Responden Tentang Menyediakan fasilitas sesuai permintaan**  
**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 24        | 48         |
| Setuju              | 19        | 38         |
| Netral              | 7         | 14         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang menyediakan fasilitas sesuai permintaan pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 24 orang responden dengan tingkat persentase 48% yang menjawab setuju berjumlah 19 orang responden dengan tingkat persentase 38% yang menjawab netral berjumlah 7 orang responden dengan tingkat persentase 14% responden. Pernyataan ini konsumen memilih sangat setuju karena RomesPartyPlanner selalu menyediakan fasilitas dan kebutuhan sesuai dengan permintaan konsumen, dari bentuk kue, penyediaan penari latar, dan games untuk berlangsungnya acara.

Tabel 5.18

**Tanggapan Responden Tentang Memperbaiki/mengganti kerusakan  
diawal/ditengah acara**

**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 37        | 74         |
| Setuju              | 12        | 24         |
| Netral              | 1         | 2          |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang mengganti/memperbaiki kerusakan diawal/ditengah acara pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 37 orang responden dengan tingkat persentase 74% yang menjawab setuju berjumlah 12 orang responden dengan tingkat persentase 24% yang menjawab netral berjumlah 1 orang responden dengan tingkat persentase 2% responden. Pernyataan ini konsumen memilih sangat setuju karena selama acara berlangsung pihak RomensPartyPlanner stanby di tempat untuk melihat apa ada kerusakan di tengah acara, bila ada kerusakan pada acara yang sedang berlangsung maka dengan sigapnya mereka langsung mengganti tanpa mengganggu ketenangan acara.

**Tabel 5.19**

**Tanggapan Responden Tentang Memberikan kepastian kepada konsumen  
agar mereka puas**

**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 21        | 42         |
| Setuju              | 23        | 46         |
| Netral              | 6         | 12         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang memberikan kepastian kepada konsumen agar mereka puas pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 orang responden dengan tingkat persentase 42% yang menjawab setuju berjumlah 23 orang responden dengan tingkat persentase 46% yang menjawab netral berjumlah 6 orang responden dengan tingkat persentase 12% responden. Pernyataan ini konsumen memilih setuju karena sebelum acara Romenspartyplanner selalu memberikan janji bahwa dekorasi akan sesuai dengan keiinginan konsumen tanpa ada kerusakan sedikitpun bila perlu dalam pendekorasian konsumen boleh ada di tempat untuk melihat kekurangan apa saja sehingga dengan begitu konsumen akan merasa puas dengan kinerja Romenspartyplanner.

**Tabel 5.20****Tanggapan Responden Tentang Memberikan kenyamanan fasilitas****Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 21        | 42         |
| Setuju              | 23        | 46         |
| Netral              | 6         | 12         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang memberikan kenyamanan fasilitas pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 orang responden dengan tingkat persentase 42% yang menjawab setuju berjumlah 23 orang responden dengan tingkat persentase 46% yang menjawab netral berjumlah 6 orang responden dengan tingkat persentase 12% responden. Pernyataan ini konsumen memilih setuju karena fasilitas yang diberikan sangat nyaman, mulai dari pendekorasian kursi untuk tamu dan table set yang disediakan mewah.

**Tabel 5.21****Tanggapan Responden Tentang Memahami keinginan konsumen****Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden | Frekuensi | Presentase |
|--------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju      | 16        | 32         |

|                     |    |     |
|---------------------|----|-----|
| Setuju              | 21 | 42  |
| Netral              | 13 | 26  |
| Tidak Setuju        | -  | -   |
| Sangat Tidak Setuju | -  | -   |
| Jumlah              | 50 | 100 |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang memahami keinginan konsumen pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 orang responden dengan tingkat persentase 32% yang menjawab setuju berjumlah 21 orang responden dengan tingkat persentase 42% yang menjawab netral berjumlah 13 orang responden dengan tingkat persentase 26% responden. Pernyataan ini konsumen memilih setuju karena bisa memahami keinginan konsumen seperti apa model yang akan di minta kosumen, bila konsumen bingung ingin tema seperti apa romenspartyplanner akan memberikan solusi temanya.

**Tabel 5.22**

**Tanggapan Responden Tentang Memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen**

**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden | Frekuensi | Presentase |
|--------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju      | 15        | 30         |
| Setuju             | 25        | 50         |
| Netral             | 10        | 20         |
| Tidak Setuju       | -         | -          |

|                     |    |     |
|---------------------|----|-----|
| Sangat Tidak Setuju | -  | -   |
| Jumlah              | 50 | 100 |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 15 orang responden dengan tingkat persentase 30% yang menjawab setuju berjumlah 25 orang responden dengan tingkat persentase 50% yang menjawab netral berjumlah 10 orang responden dengan tingkat persentase 20% responden. Pernyataan ini konsumen memilih setuju karena harga yang diberikan sesuai dengan bentuk dekorasi yang akan di minta, tentunya RomensPartyplanner akan memberikan diskon kepada konsumen.

**Tabel 5.23**

**Tanggapan Responden Tentang Menerima keluhan dan tidak membantah Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 32        | 64         |
| Setuju              | 16        | 32         |
| Netral              | 2         | 4          |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang menerima keluhan dan tidak membantah pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi

sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 orang responden dengan tingkat persentase 64% yang menjawab setuju berjumlah 16 orang responden dengan tingkat persentase 32% yang menjawab netral berjumlah 2 orang responden dengan tingkat persentase 4% responden. Pernyataan ini konsumen memilih sangat setuju, karena pihak romenspartyplanner akan menerima keluhan konsumen dan menggantinya dengan secepat mungkin sebelum berlangsungnya acara.

Berikut ini hasil rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel *Kualitas Pelayanan* pada RomensPartyPlanner, Pekanbaru.

**Tabel 5.24**

**Rekapitulasi Jawaban Responden untuk variabel Kualitas Pelayanan**

| No                 | Pertanyaan<br>Kualitas Pelayanan                                             | Alternatif Jawaban |            |           |          |          | Skor       |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------|-----------|----------|----------|------------|
|                    |                                                                              | SS                 | S          | N         | TS       | STS      |            |
|                    |                                                                              | 5                  | 4          | 3         | 2        | 1        |            |
| 1.                 | Penyediaan balon-balon untuk birthday yang digunakan tidak bocor atau kempis | 33                 | 13         | 4         | -        | -        | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                                              | <b>165</b>         | <b>52</b>  | <b>12</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>229</b> |
| 2.                 | Ayunan untuk aqiqah kuat dan kokoh                                           | 21                 | 25         | 4         | -        | -        | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                                              | <b>105</b>         | <b>100</b> | <b>12</b> |          |          | <b>217</b> |

|                    |                                                                         |            |           |           |          |          |            |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|----------|----------|------------|
| 3.                 | Selempang untuk Bridal Shower tidak robek atau kotor                    | 25         | 20        | 5         | -        | -        | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                                         | <b>125</b> | <b>80</b> | <b>15</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>220</b> |
| 4.                 | Fresh Flower yang digunakan saat Engaggement masih segar dan tidak layu | 24         | 19        | 7         | -        | -        | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                                         | <b>120</b> | <b>76</b> | <b>21</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>217</b> |
| 5.                 | Spanduk yang digunakan untuk organisasi tulisannya jelas                | 37         | 12        | 1         | -        | -        | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                                         | <b>185</b> | <b>48</b> | <b>3</b>  | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>236</b> |
| 6.                 | Tepat waktu dalam menyelesaikan dekorasi                                | 27         | 19        | 4         | -        | -        | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                                         | <b>135</b> | <b>76</b> | <b>12</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>223</b> |
| 7.                 | Memiliki pengetahuan yang luas                                          | 21         | 23        | 6         | -        | -        | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                                         | <b>105</b> | <b>92</b> | <b>18</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>215</b> |
| 8.                 | Memberikan jasa dekorasi secara pribadi                                 | 16         | 21        | 13        | -        | -        | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                                         | <b>80</b>  | <b>84</b> | <b>39</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>203</b> |

|                    |                                                       |            |           |           |          |   |            |
|--------------------|-------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|----------|---|------------|
| 9.                 | Pelayanan yang cepat dan ramah                        | 18         | 22        | 10        | -        | - | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                       | <b>90</b>  | <b>88</b> | <b>30</b> | -        | - | <b>208</b> |
| 10.                | Sigap dan tanggap dalam membantu pengurusan           | 26         | 18        | 5         | 1        | - | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                       | <b>130</b> | <b>72</b> | <b>15</b> | <b>2</b> | - | <b>219</b> |
| 11.                | Menyediakan fasilitas sesuai permintaan               | 24         | 19        | 7         | -        | - | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                       | <b>120</b> | <b>76</b> | <b>21</b> | -        | - | <b>217</b> |
| 12.                | Mengganti/memperbaiki Kerusakan diawal/ditengah acara | 37         | 12        | 1         | -        | - | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                       | <b>185</b> | <b>48</b> | <b>3</b>  | -        | - | <b>236</b> |
| 13.                | Memberikan kepastian kepada konsumen agar mereka puas | 21         | 23        | 6         | -        | - | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                       | <b>105</b> | <b>92</b> | <b>18</b> | -        | - | <b>215</b> |
| 14.                | Memberikan kenyamanan fasilitas                       | 21         | 23        | 6         | -        | - | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                       | <b>105</b> | <b>92</b> | <b>18</b> | -        | - | <b>215</b> |
| 15.                | Memahami keinginan konsumen                           | 16         | 21        | 13        | -        | - | 50         |

|                    |                                                  |            |            |           |   |   |              |
|--------------------|--------------------------------------------------|------------|------------|-----------|---|---|--------------|
| <b>Bobot nilai</b> |                                                  | <b>80</b>  | <b>84</b>  | <b>39</b> | - | - | <b>203</b>   |
| 16.                | Memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen | 15         | 25         | 10        | - | - | 50           |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                  | <b>75</b>  | <b>100</b> | <b>30</b> | - | - | <b>205</b>   |
| 17.                | Menerima keluhan dan tidak membantah             | 32         | 16         | 2         | - | - | 50           |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                  | <b>160</b> | <b>64</b>  | <b>6</b>  | - | - | <b>230</b>   |
| <b>Jumlah</b>      |                                                  |            |            |           |   |   | <b>3.708</b> |

Sumber: Data Olahan, 2019

Untuk mengetahui berapa jumlah skor ideal pada seluruh jawaban responden tertinggi dapat dilihat pada penjelasan dibawah ini:

$$\text{Skor Maksimal responden} : \sum \text{item} \times \text{bobot tertinggi} \times \sum$$

$$17 \times 5 \times 50 = 4.250$$

$$\text{Skor Minimal responden} : \sum \text{item} \times \text{bobot terendah} \times \sum$$

$$17 \times 1 \times 50 = 850$$

$$\text{Rata-rata} : \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{5}$$

$$: \frac{4.250 - 850}{5}$$

$$: 680$$

Dan untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel kualitas pelayanan pada RomensPartyPlanner pekanbaru, maka dapat ditentukan dibawah ini :

**Sangat Setuju : 3576 - 4256**

Setuju : 2893 - 3575

Netral : 2212 - 2892

Tidak Setuju : 1531 - 2211

Sangat Tidak Setuju : 850 – 1530

Dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa tingkat kategori mengenai variabel Kualitas Pelayanan pada RomensPartyPlanner pekanbaru, berada pada kategori Sangat setuju. Dapat dilihat berdasarkan rekapitulasi jawaban responden untuk variabel kualitas pelayanan alternatif jawaban responden yang dominan dipilih adalah setuju, sehingga kualitas yang diberikan perusahaan dan atasan kepada karyawan dominan terpenuhi dan sangat setuju.

### 5.3.2 Analisis Deskriptif Kepuasan konsumen pada RomensPartyPlanner Pekanbaru.

**Tabel 5.25**

**Tanggapan Responden Tentang Dekorasi yang diminta sesuai dengan permintaan konsumen**

**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 32        | 64         |
| Setuju              | 16        | 32         |
| Netral              | 2         | 4          |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang Dekorasi yang diminta sesuai dengan permintaan konsumen pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 orang responden dengan tingkat persentase 64% yang menjawab setuju berjumlah 16 orang responden dengan tingkat persentase 32% yang menjawab netral berjumlah 2 orang responden dengan tingkat persentase 4% responden. Pernyataan ini konsumen memilih sangat setuju karena konsumen sangat senang pada dekorasi yang sediakan, dari tataan acara yang berjalan lancar, penari yang menghibur dan games yang disediakan memerikan acara tentunya tidak membosankan.

Tabel 5.26

## Tanggapan Responden Tentang Harga dan dekorasi sesuai

## Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 20        | 40         |
| Setuju              | 28        | 56         |
| Netral              | 2         | 4          |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang Harga dan dekorasi sesuai pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 20 orang responden dengan tingkat persentase 40% yang menjawab setuju berjumlah 28 orang responden dengan tingkat persentase 56% yang menjawab netral berjumlah 2 orang responden dengan tingkat persentase 4% responden, dikarenakan Puas dengan dekorasi yang disediakan. Pernyataan ini konsumen memilih setuju karena harga yang diberikan tentunya membuat konsumen tidak perlu panik, karena RomensPartyPlanner akan memberikan yang terbaik buat konsumen tanpa membuat konsumen tidak nyaman pada dekorasinya.

Tabel 5.27

### Tanggapan Responden Tentang Puas dengan dekorasi

#### Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 25        | 50         |
| Setuju              | 16        | 32         |
| Netral              | 9         | 18         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang Puas dengan dekorasi pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 25 orang responden dengan tingkat persentase 50% yang menjawab setuju berjumlah 16 orang responden dengan tingkat persentase 32% yang menjawab netral berjumlah 9 orang responden dengan tingkat persentase 18% responden, pernyataan ini konsumen memilih sangat setuju dikarenakan Diskon yang disediakan sesuai dengan dekorasi tentunya acara yang disediakan berjalan dengan lancar tanpa ada kendala, pada akhir acara konsumen yang memesan jasa dekorasi yang merasa puas akan memberikan uang tambahan atau hadiah kepada RomesPartyPlanner.

Tabel 5.28

**Tanggapan Responden Tentang Keinginan memesan kembali****Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 18        | 36         |
| Setuju              | 20        | 40         |
| Netral              | 12        | 24         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang keinginan memesan kembali pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 orang responden dengan tingkat persentase 36% yang menjawab setuju berjumlah 20 orang responden dengan tingkat persentase 40% yang menjawab netral berjumlah 12 orang responden dengan tingkat persentase 24% responden, dikarenakan keinginan memesan kembali yang disediakan sesuai dengan dekorasi. Pernyataan ini konsumen memilih setuju karena banyak konsumen yang merasa sangat puas menggunakan jasa dekorasi RomensPartyPlanner memesan kembali.

Tabel 5.29

**Tanggapan Responden Tentang Memberikan diskon****Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 19        | 38         |
| Setuju              | 19        | 38         |
| Netral              | 12        | 24         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang Memberikan diskon pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab pernyataan sangat setuju berjumlah 19 orang responden dengan tingkat persentase 38% yang menjawab setuju berjumlah 19 orang responden dengan tingkat persentase 38% yang menjawab netral berjumlah 12 orang responden dengan tingkat persentase 24% responden, dikarenakan pelayanan yang disediakan sesuai dengan dekorasi. Pernyataan ini konsumen memilih Sangat setuju karena pihak RomensPartyPlanner selalu memberikan diskon kepada konsumen yang memesan apalagi bila konsumen tersebut sudah menjadi konsumen terbaik yang memesan jasa dekorasi berkali-kali.

Tabel 5.30

**Tanggapan Responden Tentang Nyaman dengan fasilitas****Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 24        | 48         |
| Setuju              | 20        | 40         |
| Netral              | 6         | 12         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang nyaman dengan fasilitas pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 24 orang responden dengan tingkat persentase 48% yang menjawab setuju berjumlah 20 orang responden dengan tingkat persentase 40% yang menjawab netral berjumlah 6 orang responden dengan tingkat persentase 12% responden. Pernyataan ini konsumen memilih sangat setuju dikarenakan fasilitas yang diberikan nyaman dan susunan acarapun tidak ada yang berantakan, bahkan diakhir acara RomensPartyPlanner menyiapkan music untuk penutupan membuat yang hadir sangat menikmati acara yang akan berakhir.

Tabel 5.31

**Tanggapan Responden Tentang Mempromosikan kepada teman****Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 20        | 40         |
| Setuju              | 28        | 56         |
| Netral              | 2         | 4          |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang mempromosikan kepada teman pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 20 orang responden dengan tingkat persentase 40% yang menjawab setuju berjumlah 28 orang responden dengan tingkat persentase 56% yang menjawab netral berjumlah 2 orang responden dengan tingkat persentase 4% responden. Pernyataan ini konsumen memilih Setuju dikarenakan banyak konsumen yang merasa puas mempromosikan kepada temannya kembali, apalagi bila temannya yang datang melihat langsung dekorasinya.

Tabel 5.32

**Tanggapan Responden Tentang Memasang iklan di social media****Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 25        | 50         |
| Setuju              | 16        | 32         |
| Netral              | 9         | 18         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang memasang iklan di social media pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 25 orang responden dengan tingkat persentase 50% yang menjawab setuju berjumlah 16 orang responden dengan tingkat persentase 32% yang menjawab netral berjumlah 9 orang responden dengan tingkat persentase 18% responden. Pernyataan ini konsumen memilih Sangat setuju, dikarenakan yang memesan dekorasi untuk acara memasang foto di social media dan tak lupa pula menandai RomensPartyPlanner, sehingga banyak yang menyukainya.

**Tabel 5.33**

**Tanggapan Responden Tentang Tidak menyesal menggunakan jasa dekorasi**  
**Alternatif Jawaban Frekuensi Presentase**

| Pendapat Responden  | Frekuensi | Presentase |
|---------------------|-----------|------------|
| Sangat Setuju       | 18        | 50         |
| Setuju              | 20        | 40         |
| Netral              | 12        | 24         |
| Tidak Setuju        | -         | -          |
| Sangat Tidak Setuju | -         | -          |
| Jumlah              | 50        | 100        |

Sumber: Data Olahan, 2019

Pernyataan tentang Tidak menyesal menggunakan jasa dekorasi pada RomensPartyPlanner dengan jumlah responden 50 orang yang telah menjadi sampel. Dari tabel diatas yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 orang responden dengan tingkat persentase 36% yang menjawab setuju berjumlah 20 orang responden dengan tingkat persentase 40% yang menjawab netral berjumlah 12 orang responden dengan tingkat persentase 24% responden, pernyataan ini konsumen memilih Setuju dikarenakan tidak menyesal menggunakan jasa dekorasi yang telah disediakan, bahkan mereka sangat merasa puas sampai tidak ada yang dikeluh kesahlan lagi.

Tabel 5.34

## Rekapitulasi Jawaban Responden untu variabel Kualitas Pelayanan

| No                 | Pertanyaan                                              | Alternatif Jawaban |            |           |    |     | Skor       |
|--------------------|---------------------------------------------------------|--------------------|------------|-----------|----|-----|------------|
|                    |                                                         | SS                 | S          | N         | TS | STS |            |
|                    | Kepuasan konsumen                                       | 5                  | 4          | 3         | 2  | 1   |            |
| 1.                 | Dekorasi yang diminta sesuai dengan permintaan konsumen | 32                 | 16         | 2         | -  | -   | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                         | <b>160</b>         | <b>64</b>  | <b>6</b>  | -  | -   | <b>230</b> |
| 2.                 | Harga dan dekorasi sesuai                               | 20                 | 28         | 2         | -  | -   | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                         | <b>100</b>         | <b>112</b> | <b>6</b>  |    |     | <b>218</b> |
| 3.                 | Puas dengan dekorasi                                    | 25                 | 16         | 9         | -  | -   | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                         | <b>125</b>         | <b>64</b>  | <b>27</b> | -  | -   | <b>216</b> |
| 4.                 | Keinginan memesan kembali                               | 18                 | 20         | 12        | -  | -   | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                         | <b>90</b>          | <b>80</b>  | <b>36</b> | -  | -   | <b>206</b> |
| 5.                 | Memberikan diskon                                       | 19                 | 19         | 12        | -  | -   | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                         | <b>95</b>          | <b>76</b>  | <b>36</b> | -  | -   | <b>207</b> |
| 6.                 | Nyawan dengan fasilitas                                 | 24                 | 20         | 6         | -  | -   | 50         |
| <b>Bobot nilai</b> |                                                         | <b>120</b>         | <b>80</b>  | <b>18</b> | -  | -   | <b>218</b> |
| 7.                 | Mempromosikan                                           | 20                 | 28         | 2         | -  | -   | 50         |

|                    |                                          |            |            |           |          |          |              |
|--------------------|------------------------------------------|------------|------------|-----------|----------|----------|--------------|
|                    | kepada teman                             |            |            |           |          |          |              |
| <b>Bobot nilai</b> |                                          | <b>100</b> | <b>112</b> | <b>6</b>  | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>218</b>   |
| 8.                 | Memasang iklan di social media           | 25         | 16         | 9         | -        | -        | 50           |
| <b>Bobot nilai</b> |                                          | <b>125</b> | <b>64</b>  | <b>27</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>216</b>   |
| 9.                 | Tidak menyesal menggunakan jasa dekorasi | 18         | 20         | 12        | -        | -        | 50           |
| <b>Bobot nilai</b> |                                          | <b>90</b>  | <b>80</b>  | <b>38</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>208</b>   |
| <b>Jumlah</b>      |                                          |            |            |           |          |          | <b>1.937</b> |

Sumber: Data Olahan, 2019

Untuk mengetahui berapa jumlah skor ideal pada seluruh jawaban responden tertinggi dapat dilihat pada penjelasan dibawah ini:

$$\text{Skor Maksimal responden} : \sum \text{item} \times \text{bobot tertinggi} \times \sum$$

$$9 \times 5 \times 50 = 2250$$

$$\text{Skor Minimal responden} : \sum \text{item} \times \text{bobot terendah} \times \sum$$

$$9 \times 1 \times 50 = 450$$

$$\text{Rata-rata} : \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{5}$$

$$: \frac{2250 - 450}{5}$$

$$: 360$$

Dan untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel kepuasan konsumen pada RomensPartyPlanner pekanbaru, maka dapat ditentukan dibawah ini :

**Sangat Setuju : 1894 - 2254**

**Setuju : 1533 - 1893**

**Netral : 1172 - 1532**

**Tidak Setuju : 811 – 1171**

**Sangat Tidak Setuju : 450 – 810**

Dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kategori variabel Kepuasan konsumen pada RomensPartyPlanner pekanbaru, berada pada kategori Sangat setuju. Dapat dilihat berdasarkan rekapitulasi jawaban responden untuk variabel kepuasan konsumen alternatif jawaban responden yang dominan dipilih adalah setuju, sehingga kualitas yang diberikan perusahaan dan atasan kepada karyawan dominan terpenuhi dan sangat baik.

## 5.4 Uji Asumsi Klasik

### 5.4.1 Uji Normalitas

Tujuan untuk melihat uji normalitas dengan tabel *normal probability* dengan menggunakan uji statistic Kolmogrow Smirnov. Dengan membandingkan probabilitas (p) dengan taraf signifikan (5%) 0,05 dan apabila  $p > 5\%$  maka normal atau sebaliknya.

Tabel 5.35

## Hasil Uji normalitas Kolmogrov-smirnoov

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                   | Unstandardiz<br>ed Residual |
|----------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| N                                |                   | 50                          |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean              | .0000000                    |
|                                  | Std.<br>Deviation | 1.35054587                  |
|                                  |                   |                             |
| Most Extreme<br>Differences      | Absolute          | .109                        |
|                                  | Positive          | .095                        |
|                                  | Negative          | -.109                       |
| Test Statistic                   |                   | .109                        |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                   | .195 <sup>c</sup>           |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Kolmogorov-smirnoov dapat dilihat pada hasil output menunjukkan nilai Kolmogorov-smirnoov sangat signifikan pada 0,195 dan lebih besar dari 0,05 dengan residual dan terdistribusi data normal model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 5.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan dalam model uji multikolinieritas dapat dilihat dengan nilai VIF dalam tabel *Coefficients*.  $VIF < 10$  dan nilai torence  $> 0.1$  maka data bebas dari gejala multikolinieritas.

Tabel 5.36

## Uji Multikolinieritas

|       |                    | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      | Collinearity Statistics |       |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Tolerance               | VIF   |
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |                         |       |
| 1     | (Constant)         | 3,724                       | 2.355      |                           | 1.582  | .120 |                         |       |
|       | Kualitas Pelayanan | .480                        | .032       | .909                      | 15.075 | .000 | 1.000                   | 1.000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Output SPSS 22.0 , 2019

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10,00 kemudian tolerance lebih besar dari 0,10 dan dapat disimpulkan setiap 2 variabel tidak terjadi kesalahan.

## 5.4.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah analisis statistic yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.

Tabel 5.37

## Hasil Uji Autokorelasi

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .909 <sup>a</sup> | .826     | .822              | 1.365                      | 2.101         |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Output SPSS 22.0 , 2019

Berdasarkan tabel diatas uji autokorelasi memperoleh nilai DW sebesar 2.101 jika dibandingkan dengan tabel DW yang menggunakan nilai signifikasi 0,05 dengan jumlah sampel (n) 50 serta jumlah k= 2, dan nilai tabel du sebesar 1,584. Oleh karena itu nilai DW lebih besar dari (du) dan lebih kecil dari 4-du atau dapat dituliskan dengan  $1,584 < 2,101 < 1,899$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi.

### 5.5 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada RomensPartyPlanner. Tingkat kepercayaan yang digunakan oleh analisis ini adalah  $\alpha = 5\%$

**Tabel 5.38**

**Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)       | 3.724                       | 2.355      |                           | 1.582  | .120 |                         |       |
| Kualitas Pelayanan | .480                        | .032       | .909                      | 15.075 | .000 | 1.000                   | 1.000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari table diatas, dapat dirumuskan suatu persamaan yang menggambarkan hubungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di RomensPartyPlanner sebagai berikut:

$$Y = 3,724 + 0,480 + e$$

Interprestasi dari persamaan regresi linier sederhana tersebut sebagai berikut:

A.  $\beta_0 = 3,724$

Nilai konstanta sebesar 3,724 maka hal ini dapat diinterpretasikan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan adalah konstan (tidak berubah), maka kepuasan konsumen adalah sebesar 3,724.

B.  $\beta_1 = 0,480$

Koefisien regresi sebesar 0,480 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 kualitas akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,480. namun sebaliknya, jika kualitas turun sebesar 1 maka kepuasan konsumen juga di prediksi mengalami penurunan 0,480. jadi tanda + (plus) menyatakan arah hubungan yang searah, dimana kenaikan atau penurunan variabel independen (X) akan mengakibatkan kenaikan/penurunan Variabel dependen (Y)

### 5.6 Uji Silmutan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah dimensi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada RomensPartyPlanner pekanbaru.

Tabel 5.39

## Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 Regression | 423.125        | 1  | 423.125     | 227.246 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 89.375         | 48 | 1.862       |         |                   |
| Total        | 512.500        | 49 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Output SPSS 22.0, 2019

Sebelum melakukan pengujian, perlu dirumuskan formulasi hipotesis sebagai berikut :

Ho : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di RomensPartyPlanner.

Ha : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di RomensPartyPlanner.

Ho diterima jika nilai  $f$  hitung  $< f$  tabel

Ha diterima jika nilai  $f$  hitung  $> f$  tabel

Hasil perhitungan statistic uji-F pada tabel adalah 227.246 menunjukkan nilai  $f$  hitung sebesar 227.246. Setelah itu dibandingkan dengan nilai  $F$  tabel sebesar 4.04 dengan signifikansi 0.05 (5%). Jadi dapat disimpulkan  $F$  hitung  $> F$  tabel ( $227.246 > 4.04$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , ini berarti bahwa variabel independen kualitas (X) secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Y).

### 5.7 Uji Parsial ( Uji t)

Yaitu untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung  $>$  tabel maka dapat dikatakan signifikan, yaitu terdapat pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikatnya. Sebaliknya jika t hitung  $<$  t tabel maka tidak signifikan. Adapun hasil uji t sebagai berikut :

**Tabel 5.40**

**Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model                         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|                               | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                             |                             |            |                           |        |      |                         |       |
| Kualitas Pelayanan (Constant) | 3.724                       | 2.355      |                           | 1.582  | .120 |                         |       |
|                               | .480                        | .032       | .909                      | 15.075 | .000 | 1.000                   | 1.000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Sumber :** Hasil Output SPSS 22.0, 2019

Untuk variabel keputusan konsumen, nilai t hitungnya sebesar 15.075 sementara itu nilai t tabel distribusi 0.05 (5%) sebesar 2,010 maka hitung  $>$  t tabel dan nilai signifikasinya yaitu 0,000  $<$  0.05 artinya individual variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan data di atas, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan dari kedua variabel, yang paling berpengaruh yaitu variabel kepuasan konsumen (Y) yang memperoleh nilai t hitung = 15.075

### 5.8 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ini sangat bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan *variable independent*. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Apabila nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang digunakan dalam penelitian maupun menjelaskan variabel dependennya.

**Tabel 5.41**

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

##### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .909 <sup>a</sup> | .826     | .822              | 1.365                      | 2.101         |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Output SPSS 22.0 , 2019

Berdasarkan keterangan tabel 5.31 terlihat bahwa hasil perhitungan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,826 atau 82,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas (X) dan Kepuasan (Y) sebesar 82,6%, sedangkan sisanya ( $100\% - 82,6\%$ )=17,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 5.9 Hasil Penelitian

#### 5.9.1 Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian ini pada variabel Kualitas, skor paling tinggi terdapat pada indikator Spanduk pada organisasi dan Mengganti/memperbaiki

kerusakan di awal/ditengah acara. Hal ini dikarenakan konsumen merasa sangat senang ketika membaca tulisan di spanduk acara organisasi, dimana tulisannya cukup jelas dan mudah dibaca sehingga yang menghadiri acara mampu mengenali acara yang sedang berlangsung. Dan untuk indikator Mengganti/memperbaiki kerusakan pada acara juga termasuk indikator tertinggi karena kecepatan dan kesiapan karyawan romenspartyplanner yang langsung mengganti/memperbaiki kerusakan pada acara sehingga acara berjalan baik tanpa ada kendala dan merusak ketenangan acara yang sedang berlangsung.

Hasil skor paling rendah terdapat pada memberikan jasa dekorasi secara pribadi dan memahami keinginan konsumen. Pada indikator memberikan jasa secara pribadi belum terbilang banyak diminati konsumen, dikarenakan harga yang relatif mahal dan waktu yang tidak memadai, dan indikator memahami keinginan konsumen masih terbilang kurang baik, romenspartyplanner masih terbilang masih banyak mengalami keluhan konsumen pada dekorasi yang disediakan dengan begitu romenspartyolanner masih harus meningkatkan apa kebutuhan yang diinginkan kosnumen. Sebelumnya telah dilakukan penelitiandengan menghimpun data yang diperoleh dari para responden dan diolah dengan bantuan program SPSS sehingga dapat disimpulkan bahwaSkor tertinggi padakualitaspelayananberpengaruh signifikan terhadap indikator Spanduk padaorganisasi dan mengganti/memperbaiki kerusakan diawal/ditengah acara.

Pada Skor terendah pada kualitas konsumen berpengaruh signifikan terhadap indikator memberikan jasa dekorasi secara pribadi dan memahami keinginan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang

memperlihatkan bahwa variabel Keputusan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novia Susanti (2017) dan Endang Siswati Prihastuti (2017) hasil penelitian mereka sama sama menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.



## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa dekorasi RomensPartyPlanner Pekanbaru. Maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Nilai skor yang tertinggi pada kualitas pelayanan dan kepuasan terletak pada indikator Spanduk pada organisasi dan Mengganti/memperbaiki kerusakan di awal/ditengah acara. Hal ini dikarenakan konsumen merasa sangat senang ketika membaca tulisan di spanduk acara organisasi, dimana tulisannya cukup jelas dan mudah dibaca sehingga yang menghadiri acara mampu mengenali acara yang sedang berlangsung, Dan untuk indikator Mengganti/memperbaiki kerusakan pada acara juga termasuk indikator tertinggi karena kecepatan dan kesigapan karyawan romenspartyplanner yang langsung mengganti/memperbaiki kerusakan pada acara sehingga acara berjalan baik tanpa ada kendala dan merusak ketenangan acara yang sedang berlangsung.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka peneliti perlu memberikan saran – saran, diantaranya adalah :

1. Perusahaan perlu untuk lebih meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan dengan melakukan pelayanan yang lebih baik lagi dan memberikan ide-ide yang menarik serta fasilitas lebih banyak dan mewah untuk dekorasi selanjutnya agar disetiap dekorasi memiliki kesan yang berbeda-beda dan tentunya menarik bagi konsumen, sehingga meningkatkan keyakinan konsumen untuk memesan kembali jasa dekorsi.
2. Memberikan jasa dekorasi secara pribadi dan memahami konsumen harus lebih di tingkatkan lagi dengan memberikan diskon untuk jasa dekorasi pribadi dan bekerja sama dengan tempat-tempat untuk mengadakan acara pribadi, sehingga konsumen tidak perlu repot-repot memesan tempat yang akan di adakan acara dan untuk memahami konsumen juga harus lebih focus agar konsumen betul-betul puas sehingga konsumen tidak mudah membatalkan pesanan lalu berganti dengan dekorasi yang lain dengan begitu pelayanan dan dekorasi yang disediakan harus lebih optimal.

### Daftar Pustaka

- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Buchari Alma. 2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Elhaitammy, T. (1990) “service Excellence. Ujung Tombak Bank Marketin”, *bank dan manajemen*, November-desember, p. 39
- Engel, J.F., et al. (1990). *Consumer behavior*, 6th ed. *Marketing*, 4th ed. New York: Macmillan Publishing.
- Ermasyah, Eka Kurnia. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Kopmil Pekanbaru*. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Fachrurrazi, Sayed. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Speedy di Bandung Tahun 2011*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Hafeez, Samraz & Muhammad, Bakhtiar. (2012). *The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Programs on Customer's Loyalty: Evidence from Banking Sector of Pakistan*, 3(16), 200-209.
- Juwandi, Hendy Irawan. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. (1994) *Marketing Manjement : Analysis, planning, implementation, and control*, 8<sup>th</sup> ed. Cincinnati, Ohio: South-Weatern Publishing Co.
- Lovelock, C dan John Wirtz, 2011. “*Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*”. Jakarta : Erlangga

Lopiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek*. Salemba Empat, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.

Lovelock, Christopher (1994), *Product plus*. New York: McGraw-Hill, Inc.

Samosir, Zurni Zahara. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU*. Medan: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi Vol.1, No.1, Juni 2005.

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Tjiptono, Fandy (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy (2016) *service, quality & satisfaction*. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2010. *Pemasaran Jasa*. Erlangga, Jakarta Timur.

Tjiptono, Fandy (1994) “Analisis Kepuasan Pelanggan Sebagai Dasar Penyusunan Strategi Pemasaran Defensif Pada Novell Computer Yogyakarta”, *skripsi (tidak dipublikasikan) FE UGM*

Tjiptono, Fandy (1995), *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset

Tjiptono, Fandy, dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Andi, Yogyakarta.

Tse dan Wilton (1998). *Kepuasan Pelanggan*, jilid 2. Edisi Ketiga. Klaten : PT. Indeks Komplek Gramedia.