

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN HANA SPORT YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Olahraga



Oleh:
Fauzi Abdurrahman
NIM 12603141027

**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2019**

ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HANA SPORT YOGYAKARTA

Oleh
Fauzi Abdurrahman
NIM 12603141001

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan toko olahraga yang semakin tinggi dan ketat, suatu perusahaan perlu memahami perilaku konsumen agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta.

Penelitian merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode *survei*. Populasi penelitian ini adalah konsumen Hana Sport Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen Hana Sport Yogyakarta, diambil dengan metode *non probability sampling* menggunakan teknik *accidental sampling* yang berjumlah 33 orang. Instrumen yang digunakan adalah angket. Teknis analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan prosentase.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta adalah 16 orang (49%) menyatakan puas. Kemudian diikuti dengan pernyataan konsumen dengan kategori Sangat Puas sebanyak 15 orang (45%), Tidak Puas sebanyak 2 orang (6%), dan Sangat Tidak Puas sebanyak 0 orang (0%). Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *tangibles* (wujud fisik) berada pada kategori puas dengan presentase 58%, tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *reliability* (kehandalan) berada pada kategori puas dengan presentase 52%, tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *responsiveness* (daya tanggap) berada pada kategori puas dengan presentase 64%, tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *assurance* (jaminan keamanan) berada pada kategori puas dengan presentase 55%, dan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *emphaty* (kepedulian) berada pada kategori puas dengan presentase 59%.

Kata Kunci : kualitas layanan, kepuasan konsumen.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fauzi Abdurrahman

NIM : 12603141027

Program Studi : Ilmu Keolahragaan

Judul TAS : Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen
Hana Sport Yogyakarta

menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, Februari 2019

Yang menyatakan,



Fauzi Abdurrahman

NIM. 1260314127

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

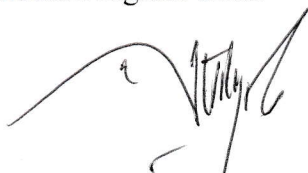
ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HANA SPORT YOGYAKARTA

Disusun oleh :

Fauzi Abdurrahman
NIM 12603141027

telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan
Ujian Akhir Tugas Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

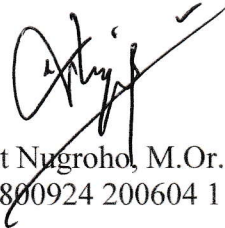
Mengetahui,
Ketua Program Studi



dr. Prijo Sudibjo, M.Kes., Sp.S., AIFO
NIP. 19671026 199702 1 001

Yogyakarta, Februari 2019

Disetujui,
Dosen Pembimbing,



Dr. Sigit Nugroho, M.Or.
NIP. 19800924 200604 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HANA SPORT YOGYAKARTA

Disusun oleh :

Fauzi Abdurrahman
NIM 12603141027

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi
Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta

Pada tanggal 6 Maret 2019

TIM PENGUJI

Nama/Jabatan

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Sigit Nugroho, S.Or., M.Or.

Ketua Penguji/Pembimbing

Dr. Ahmad Nasrulloh, S.Or., M.Or.

Sekretaris

Drs. Sumarjo, M.Kes.

Penguji

22-3-2019

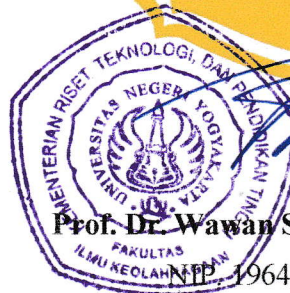
18-3-2019

13-3-2019

Yogyakarta, Maret 2019

Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Prof. Dr. Wawan Sundawan Suherman, M.Ed.

NID. 19640707 198812 1 0001 9

HALAMAN MOTTO

“Hiduplah bagaikan Air mengalir yang selalu memberikan manfaat kehidupan bagi manusia di bumi ini”
(Fauzi Abdurrahman)

“Apa pun yang terlihat, boleh jadi tidak seperti yang kita lihat. Apa pun yang hilang, tidak selalu lenyap seperti yang kita duga. Ada banyak sekali jawaban dari tempat-tempat yang hilang”
(Tere Liye)

“Hanya karena seseorang itu sabar tingkat langit, maka bukan berarti dia lantas bisa disakiti, diinjak begitu saja. Hanya karena seseorang kuat, strong, maka bukan berarti dia jadi layak dikecewakan, dikhianati, dan diperlakukan tidak adil”
(Tere Liye)

“Yang nama nya gelap itu gak ada, yang ada hanya kekurangan cahaya”
(Raditya Radika)

“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka berima kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran ”
(QS. Al-Baqarah: 186)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillahil'alamin, karyaku ini saya persembahkan untuk orang yang kusayangi:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Daro'in dan Ibu Isnarti yang tak pernah lelah menyemangati untuk terus maju, percaya diri dan tak putus asa dengan segala kondisi yang ada.
2. Adekku Faadhillah Salmaa Isnaini yang selalu memberi motivasi yang sangat luar biasa dan menyangku di setiap waktu.
3. Event Organizer Paku Baja Production yang memberikan semangat dan dukungan untuk selalu maju.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Tuags Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Olahraga dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta” dapat disusun sesuai dengan harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, M.Pd selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk belajar di Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Wawan Sundawan Suherman, M.Ed. selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
3. Bapak dr. Prijo Sudibjo, M.Kes., Sp.S., AIFO selaku Ketua Jurusan Pendidikan Kesehatan dan Rekreasi Program Studi Ilmu Keolahragaan beserta dosen dan staf yang telah memberikan bantuan fasilitas selama proses penyusunan proposal sampai dengan selesainya Tugas Akhir Skripsi.
4. Bapak Dr. Sigit Nugroho, S.Or, M.Or., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang banyak memberikan semangat, dorongan, dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
5. Bapak Drs. Sumarjo, M.Kes., selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan motivasi dan masukan yang sangat luar biasa.
6. Bapak Sigit selaku Manager Hana Sport Yogyakarta yang telah memberi ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi.
7. Bapak/Ibu para karyawan dan staf Hana Sport Yogyakarta yang memberikan bantuan memperlancar pengambilan data selama proses penelitia Tugas Akhir Skripsi ini.

8. Teman-teman seangkatan 2012 program studi Ilmu Keolahragaan, yang tak henti-hentinya selalu memberikan dukungannya untuk saya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.
9. Teman-teman KKN 1071 Tahun 2016 Putat Pathuk Gunungkidul, terima kasih kebersamaannya dan banyak kenangan yang kita lalui bersama walaupun hanya sebentar.
10. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan di sini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalam yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta, Februari 2019
Penulis,



Fauzi Abdurrahman
NIM. 1260314127

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat Penelitian.....	5

BAB II KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori	7
1. Kualitas Layanan	7
2. Kepuasan Konsumen.....	13
3. Hana Sport Yogyakarta	16
B. Penelitian Relevan.....	17
C. Kerangka Pikir.....	17

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian.....	20
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	20
C. Populasi dan Sampel Penelitian	22
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	22
E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	26
F. Teknik Analisis Data	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	30
1. Perbandingan Karakteristik Responden	30
2. Deskripsi Hasil Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta.....	33
B. Pembahasan.....	45
C. Keterbatasan Penelitian	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	49
B. Implikasi.....	49
C. Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA	51
----------------------	----

LAMPIRAN.....	53
---------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Kisi-kisi Angket Uji Coba Penelitian.....	24
Tabel 2.	Kisi-kisi Angket Penelitian	27
Tabel 3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	32
Tabel 6.	Deskripsi Statistik Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta.....	33
Tabel 7.	Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta.....	34
Tabel 8.	Deskripsi Statistik Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Tangibles</i> (Wujud Fisik)	35
Tabel 9.	Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Tangibles</i> (Wujud Fisik)	36
Tabel 10.	Deskripsi Statistik Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Reliability</i> (Kehandalan)	37
Tabel 11.	Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Reliability</i> (Kehandalan)	38
Tabel 12.	Deskripsi Statistik Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	39
Tabel 13.	Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	40
Tabel 14.	Deskripsi Statistik Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Assurance</i> (Jaminan Keamanan).....	41

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Assurance</i> (Jaminan Keamanan)	42
Tabel 16. Deskripsi Statistik Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Emphaty</i> (Kepedulian)	43
Tabel 17. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Emphaty</i> (Kepedulian)	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Bagan Kerangka Berfikir	19
Gambar 2.	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Gambar 3.	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Gambar 4.	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan ...	32
Gambar 5.	Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta	34
Gambar 6.	Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Tangible</i> (Wujud Fisik)	36
Gambar 7.	Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	38
Gambar 8.	Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) ...	40
Gambar 9.	Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Assurance</i> (Jaminan Keamanan)	42
Gambar 10.	Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Emphaty</i> (Kepedulian).....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Angket Uji Coba Penelitian	53
Lampiran 2.	Angket Penelitian	57
Lampiran 3.	Hasil Uji Validasi dan Uji Reliabilitas	61
Lampiran 4.	Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta.....	64
Lampiran 5.	Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Tangibles</i> (Wujud Fisik)	65
Lampiran 6.	Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Reliability</i> (Kehandalan)	66
Lampiran 7.	Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	67
Lampiran 8.	Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Assurance</i> (Jaminan Keamanan).....	68
Lampiran 9.	Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan <i>Emphaty</i> (Kepedulian).....	69
Lampiran 10.	Surat Ijin Uji Coba Penelitian.....	70
Lampiran 11.	Surat Ijin Penelitian	71
Lampiran 12.	Dokumentasi Penelitian.....	72

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, kesadaran masyarakat akan pentingnya berolahraga semakin meningkat. Pada zaman sekarang berolahraga tidak hanya untuk menjaga kebugaran tubuh, namun menjadi suatu hobi atau gaya hidup bagi masyarakat untuk berolahraga. Aktivitas olahraga telah menjadi bagian dari kehidupan setiap orang, baik bagi pelajar, mahasiswa, anak remaja, orang dewasa, dan tidak menutup kemungkinan bagi para manula. Olahraga merupakan suatu aktivitas jasmani yang menggunakan otot-otot besar dan kecil secara sistematis yang dilakukan dengan sadar untuk mencapai tujuan tertentu. Melalui olahraga banyak pengetahuan dan informasi yang didapatkan seperti pengetahuan dalam menjaga kebugaran tubuh melalui aktivitas olahraga.

Sejak usia dini kita sudah dibiasakan untuk berolahraga, mulai dari TK, SD, SMP, SMA bahkan hingga Perguruan Tinggi. Semua mengharuskan para siswa untuk banyak melakukan olahraga. Perguruan tinggi juga menawarkan dan membuka program studi dibidang olahraga seperti Pendidikan Jasmani, Pendidikan Kepelatihan Olahraga, dan Ilmu Olahraga. Sehingga kebutuhan masyarakat terhadap peralatan dan perlengkapan olahraga semakin meningkat. Kondisi tersebut menjadi peluang bisnis bagi setiap pebisnis untuk menjual peralatan dan perlengkapan olahraga yang dibutuhkan masyarakat. Salah satunya adalah perusahaan Hana Sport Yogyakarta.

Hana Sport merupakan sebuah perusahaan yang menjual peralatan olahraga dengan desain modern, kualitas prima atau terbaik, dan harga terjangkau. Hana Sport Yogyakarta terletak di Jalan Uriep Sumoharjo No 65 Yogyakarta. Sasaran konsumen dari Hana Sport adalah para penggemar olahraga yang sadar akan merek dan kualitas. Sehingga konsumennya adalah kalangan masyarakat menengah ke atas.

Perkembangan jumlah toko olahraga di Yogyakarta semakin lama semakin bertambah. Akan tetapi tidak semua toko olahraga menjadi saingan dari Hana Sport karena segmen pasarnya berbeda. Salah satu yang menjadi kompetitor dari Hana Sport adalah *sport station*. Perkembangan *sport station* di Yogyakarta semakin banyak juga dikarenakan bertambahnya jumlah Pusat Perbelanjaan atau Mall. Selain itu, sekarang setiap merek produk olahraga seperti *Nike*, *Adidas*, *New Balance*, *Skechers*, dan berbagai merek lain juga membuka gerai di berbagai Mall di Yogyakarta.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin tinggi dan ketat, suatu perusahaan perlu memahami perilaku konsumen agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Pemahaman tentang perilaku konsumen itu mempunyai arti penting karena sesungguhnya semua kegiatan perusahaan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Perusahaan retail tentunya sadar bahwa dalam era globalisasi pemasaran merupakan kunci dan faktor penting untuk mencapai sukses. Pemasaran memusatkan perhatian pada konsumen karena dengan tercapainya kebutuhan dan kepuasan konsumen akan memberikan keuntungan yang layak dalam jangka panjang.

Salah satu aspek yang membuat suatu toko olahraga maju dan berkembang bisa dilihat dari kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan toko olahraga. Suatu perusahaan harus bisa memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengusaha toko olahraga harus berusaha meningkatkan kualitas layanan dengan cara meningkatkan kuantitas barang sesuai kebutuhan konsumen, kenyamanan toko olahraga, kecakapan pegawai dalam melayani konsumen, serta harga barang yang diberikan ke konsumen. Semua upaya tersebut dilakukan agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan toko olahraga.

Dalam kamus ekonomi Winardi (1991: 93) dinyatakan bahwa pelayanan merupakan bentuk pemberian layanan yang diberikan oleh produsen baik terhadap pengguna barang diproduksi maupun jasa yang ditawarkan. Hal yang paling penting dalam suatu usaha adalah kualitas pelayanan yang diberikan, konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sangat baik. Karena keberhasilan suatu produk sangat ditentukan pula baik tidaknya pelayanan yang diberikan perusahaan dalam memasarkan produknya baik itu pelayanan sewaktu penawaran produk, pelayanan keramahan wiraniaga, pelayanan satpam, pelayanan kasir, pelayanan pengaturan parkir, hingga pelayanan terhadap kondisi produk pasca pembelian.

Melihat persaingan yang sangat tinggi dan ketat, maka memahami perilaku konsumen sangat penting dilakukan oleh perusahaan. Perilaku konsumen pada dasarnya lebih dominan dalam menciptakan sebuah

pembelian. Jika membuat sebuah pelayanan yang baik, maka kepuasan konsumen akan selalu terjaga. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya persaingan toko peralatan olahraga di Yogyakarta.
2. Belum meratanya peralatan olahraga yang original/asli yang dijual di toko olahraga di Yogyakarta
3. Belum diketahuinya keinginan dan kebutuhan konsumen Hana Sport Yogyakarta.
4. Belum diketahui kualitas layanan dalam memfasilitasi kebutuhan konsumen.
5. Belum diketahuinya kualitas layanan konsumen Hana Sport Yogyakarta terhadap kepuasan konsumen.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dan untuk menghindari perbedaan penafsiran, maka perlu adanya batasan masalah di dalam melaksanakan penelitian, sehingga pelaksanaan penelitian dapat terarah dengan jelas pada sasaran. Mengingat keterbatasan waktu dan dana dalam penelitian ini, maka peneliti akan membatasi masalah penelitian ini pada

analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Bagaimana kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta ?.

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang penulis rumuskan di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk: “Menggambarkan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta.”

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan dapat membantu untuk lebih memahami tentang kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen
- b. Untuk menambah ilmu pengetahuan, memperluas cakrawala berpikir, serta melatih kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian secara ilmiah dan merumuskan hasil penelitian tersebut dalam bentuk karya tulis.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan atau referensi kepada pihak perusahaan dalam memberikan layanan kepada konsumen sehingga baik perusahaan atau konsumen sama-sama memperoleh keuntungan.

b. Bagi Peneliti Lainnya

Dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian serupa mengenai analisis kualitas layanan terhadap konsumen.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskriptif Teori

1. Kualitas Layanan

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (Rambat Lupiyoadi, 2004: 181).

Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang manapun pelayanan menjadi sangat berarti dan perlu disadari oleh seorang manajer oleh karena itu dalam usaha bisnis di kenal suatu ungkapan yang terkenal yaitu pembeli adalah raja, yang artinya kita harus melakukan pelayanan sebaik mungkin seakan-akan kita melayani seorang raja.

Assauri (1999: 149) pelayanan merupakan bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen, dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Berry dan Zenthaml yang dalam Lupiyoadi (2010: 181) berpendapat bahwa “Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman”. *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu jasa atau barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan (J. Supranto, 2006: 224). Seperti seorang konsumen yang mengharapkan petugas lapangan yang mempermudah dia dalam berlatih seperti yang diinginkan, akan tetapi petugas lapangan malah bersikap kurang ramah, sehingga menimbulkan kekecewaan atau menimbulkan rasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan.

Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005: 121).

Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997) dalam Wisnalmawati (2005: 156). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Kualitas jasa dipengaruhi dua variabel, Rangkuti (2002: 21) kedua variabel tersebut yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Pengukuran kualitas jasa lebih sulit dibandingkan dengan mengukur kualitas produk nyata, sebab atribut yang melekat pada jasa tidak mudah untuk diidentifikasi. Tjiptono (2000: 97) langkah-langkah yang harus diambil dalam mengukur kualitas jasa adalah:

- a. Spesifikasi determinan kualitas jasa. Langkah ini menyangkut variabel yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa
- b. Perangkat standar kualitas jasa yang bisa diukur. Kualitas jasa yang dimaksud adalah menyangkut tentang standar atau instrument kualitas jasa yang bisa digunakan untuk mengukur variabel.

Penelitian mengenai *customer perceived quality* pada industri jasa yang dilakukan oleh Leonard L Berry, A Parasuraman dan Valerie A Zeithaml 1985, 1988 (Rangkuti, 2002: 22) mengidentifikasi lima kesenjangan (gap) yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

- a. Kesenjangan tingkat harapan konsumen dan persepsi manajemen. Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh para pelanggannya. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana produk-produk jasa didesain dan jasa-jasa pendukung (sekunder) apa saja yang diinginkan oleh konsumen.
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Kadang kala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun standar kinerja yang jelas. Hal ini dapat terjadi karena tiga faktor, yaitu tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kurangnya sumber daya, atau karena adanya kelebihan permintaan.
- c. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Ada beberapa penyebab terjadinya kesenjangan ini, misalnya karyawan kurang terlatih, beban kerja yang melampaui batas, ketidakmampuan memenuhi standar kerja, atau bahkan ketidakmauan memenuhi standar kinerja yang ditetapkan.
- d. Kesenjangan antara penyampaian jasa komunikasi eksternal. Seringkali tingkat kepentingan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi oleh perusahaan apabila janji tidak dipenuhi akan menyebabkan persepsi negatif terhadap kualitas jasa perusahaan.
- e. Kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Kesenjangan ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja atau persepsi perusahaan dengan cara yang berbeda, atau bila pelanggan keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan. Sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan

lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000) dalam Nanang Tasunar (2006: 44). Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan Purnama, 2004: 74).

Sunarto (2003: 244) mengidentifikasikan tujuh dimensi dasar dari kualitas yaitu:

- a. Kinerja yaitu tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan.
- b. Interaksi pegawai yaitu seperti keramahan, sikap hormat, dan empati ditunjukkan oleh masyarakat yang memberikan jasa atau barang.
- c. Keandalan yaitu konsistensi kinerja barang, jasa dan toko.
- d. Daya tahan yaitu rentan kehidupan produk dan kekuatan umum.
- e. Ketepatan Waktu dan Kenyamanan yaitu seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat produk informasi atau jasa diberikan.
- f. Estetika yaitu lebih pada penampilan fisik barang atau toko dan daya tarik penyajian jasa.
- g. Kesadaran akan Merek yaitu dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak, yang mengenal merek atau nama toko atas evaluasi pelanggan.

Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006: 182) pada Kualitas Layanan terdapat lima dimensi, yaitu:

- a. *Tangibles*, atau wujud fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- b. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

- c. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Garvin dalam Tjiptono & Chandra (2005: 113) mengembangkan delapan dimensi kualitas, yaitu:

- a. Kinerja (*performance*) yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya bentuk dan kemasan yang bagus akan lebih menarik pelanggan.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (*reability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*). Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti halnya produk atau jasa yang diterima pelanggan harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.
- e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Biasanya pelanggan akan merasa puas bila produk yang dibeli tidak pernah rusak.
- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi; penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misalnya kemasan produk dengan warna-warna cerah, kondisi gedung dan lain sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Sebagai contoh merek yang lebih dikenal masyarakat (*brand image*) akan lebih dipercaya dari pada merek yang masih baru dan belum dikenal.

Hutt & Speh dalam Nasution (2004: 47) kualitas pelayanan terdiri dari tiga dimensi atau komponen utama yang terdiri dari :

- a. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* yang diterima oleh pelanggan. Bisa diperinci lagi menjadi :
 - 1) *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya: harga dan barang.
 - 2) *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa atau produk. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kearapihan hasil.
 - 3) *Credence quality*, yaitu sesuatu yang sukar dievaluasi pelanggan, meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa.
- b. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
- c. *Corporate image*, yaitu yaitu profit, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Dari beberapa pendapat para ahli tentang dimensi kualitas pelayanan, dapat disimpulkan beberapa dimensi yang kredibel yaitu dengan memenuhi syarat agar sebuah pelayanan memungkinkan untuk menimbulkan kepuasan pelanggan. Adapun dimensi-dimensi tersebut yaitu: *Tangibles* atau wujud fisik, *Reliability* atau keandalan *Responsiveness* atau ketanggapan, *Assurance* atau jaminan/kepastian, *Empathy* atau kepedulian.

2. Kepuasan Konsumen

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena pelanggan akan melakukan

pembelian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk pesaing.

Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000: 52). Sedangkan Tse dan Wilton (1988) dalam Lupiyoadi (2004: 349) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002: 30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Kotler (2000: 41), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

- a. Sistem keluhan dan saran
Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*costumer oriented*).
- b. Survei kepuasan pelanggan
Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.
- c. *Ghost Shopping*
Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.
- d. Analisa pelanggan yang hilang
Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

3. Hana Sport Yogyakarta.

Hana Sport merupakan sebuah perusahaan yang menjual peralatan olahraga dengan desain modern, kualitas prima atau terbaik, dan harga terjangkau. Sasaran konsumen dari Hana Sport adalah para penggemar olahraga yang sadar akan merek dan kualitas. Sehingga konsumennya adalah kalangan masyarakat menengah ke atas.

Produk yang dijual Hana Sport antara lain kaos, training, sepatu running, sepatu futsal, sepatu sepak bola, sandal, jersey bola, tas, topi, kaos kaki, dan tempat air minum. Seluruh barang yang dijual merupakan barang bermerek dan original. Merek yang dominan adalah Adidas. Akan tetapi juga menjual merek Nike, Joma, Specs, dan League.

Hana Sport Yogyakarta terletak di Jalan Urip Sumoharjo No 65 Yogyakarta. Hana Sport tidak membuka cabang di Yogyakarta, namun memiliki Toko Adidas di Mall Ambarukmo Plaza dan Jogja City Mall. Letak Hana Sport di Yogyakarta sangat strategis, karena berada di pinggir jalan besar yang banyak dilalui masyarakat dan berada di

komplek pertokoan. Namun pada bulan September 2018 Hana Sport Yogyakarta sudah tidak beroperasi lagi atau tutup.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan hasil penelitian ini sesuai yang dilakukan oleh :

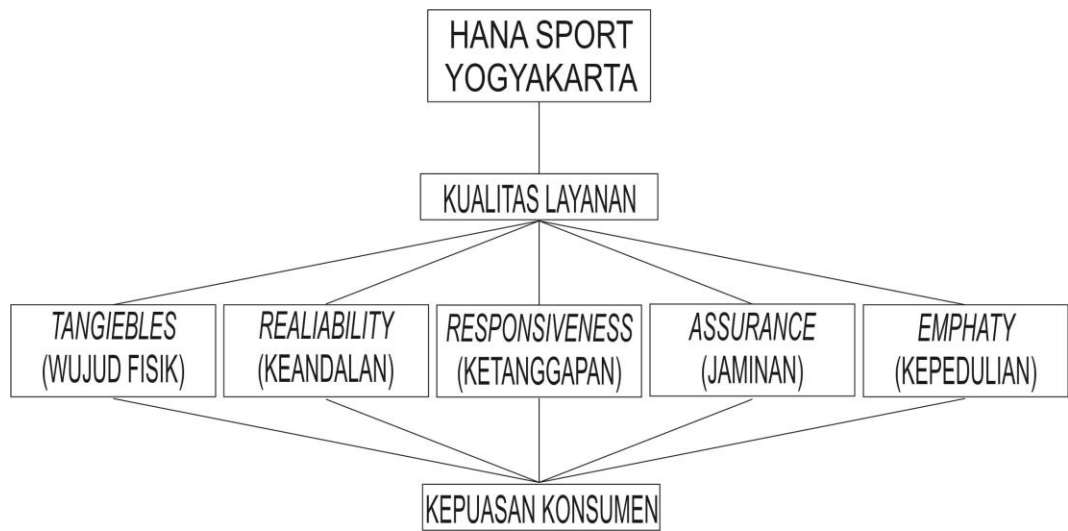
1. Dwi Anggun Lestari (2009) dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan P.T Kimia Farma”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dilihat dari lima dimensi. Dengan hasil penelitian yaitu dimensi yang paling dominan memiliki pengaruh signifikan adalah reliability.
2. Riyanto (2014) dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Grand Puri Water Park Bantul”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Grand Puri Water Park Bantul. Dengan hasil penelitian sebagian besar konsumen puas terhadap pelayanan Grand Puri Water Park Bantul.

C. Kerangka Berfikir

Hana Sport Yogyakarta berupaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan menerapkan kualitas layanan yang baik. Kualitas layanan yang diterapkan meliputi *Tangibles* atau bukti fisik, *Reliability* atau keandalan, *Responsiveness* atau ketanggapan, *Assurance* atau jaminan/kepastian, *Empathy* atau kepedulian.

Bukti fisik menjadi hal penting bagi konsumen, hal tersebut yang memberikan suatu apresiasi awal bagi konsumen dalam ketika melihat pelayanan Hana Sport Yogyakarta dari segi desain ruangan, penataan barang, kebersihan dan kenyamanan tempat, dan kebersihan dari karyawan. Aspek keandalan sebagai kualitas pelayanan meliputi pelayanan karyawan dalam menyambut konsumen, pelayanan mencari barang yang dipilih konsumen, pelayanan memberikan opsi pilihan barang yang dipilih konsumen, serta layanan saran dari konsumen sebagai peningkatan kualitas layanan.

Ketanggapan yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Aspek ini meliputi Kesiediaan karyawan membantu konsumen dan kecepatan dalam menyelesaikan masalah suatu masalah. Jaminan perusahaan memberikan barang dengan kualitas baik merupakan sebuah hal yang mutlak. Hana Sport Yogyakarta merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan barang dengan kualitas baik dan bermerek. Kepedulian merupakan kesediaan karyawan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Selain itu karyawan tidak boleh diskriminasi terhadap seluruh konsumen yang datang ke Hana Sport Yogyakarta. Berdasarkan Variabel-variabel yang diteliti ini, memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebagai apresiasi terpenuhinya harapan konsumen cepat mendapatkan pelayanan, keinginan konsumen atas pelayanan yang memuaskan.



Gambar 1. Bagan Kerangka Berfikir

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian tentang analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta merupakan penelitian deskriptif karena penelitian ini hanya menggambarkan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti sesuai dengan keadaan sebenarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta. Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu metode survei dengan menggunakan angket.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Anwar, 1997: 74). Definisi operasional dalam kualitas layanan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. *Tangibles* (Wujud Fisik)

Tangibles (wujud fisik) merupakan kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti lokasi Hana Sport Yogyakarta yang terdiri dari lokasi, kondisi ruangan, fasilitas pelengkap, tempat parkir, dan karyawan.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability (kehandalan) merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Dimensi kehandalan mencakup ketepatan, pelayanan karyawan terhadap konsumen, kedisiplinan dan profesionalitas karyawan.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness (daya tanggap) merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi daya tanggap meliputi tanggapan terhadap konsumen, kritik dan saran, dan harga.

4. *Assurance* (Jaminan Keamanan)

Assurance (jaminan keamanan) merupakan mencakup kemampuan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan sehingga bebas dari bahaya, resiko, ataupun keraguan. Dimensi tersebut meliputi pengetahuan karyawan, jaminan keadaan barang, dan jaminan karyawan yang berkualitas.

5. *Emphaty* (Kepedulian)

Emphaty (kepedulian) adalah kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Dimensi empati mencakup perhatian manajemen dan perhatian karyawan.

6. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa konsumen Hana Sport Yogyakarta setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila membeli atau mengonsumsi suatu produk. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah daya tanggap pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengonsumsi produk yang dibeli.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi ialah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian (Ferdinand, 2006: 223). Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 130) populasi ialah keseluruhan subjek penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Hana Sport Yogyakarta.

2. Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 131-134) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel merupakan bagian terpenting dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen Hana Sport Yogyakarta, diambil dengan metode *non probability sampling* menggunakan teknik *accidental sampling*.

Teknik *accidental sampling* pada penelitian ini adalah konsumen Hana Sport Yogyakarta yang dijumpai saat pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2004: 77) adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu atau dijumpai peneliti pada saat melakukan penelitian ini.

D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cepat, lengkap, dan sistematis sehingga

lebih mudah diolah (Suharsimi Arikunto, 2006: 160). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuisioner yang berisi butir-butir pernyataan untuk diberikan tanggapan oleh responden. Pengembangan instrumen tersebut didasarkan atas konstruksi teori yang telah disusun sebelumnya, kemudian atas dasar teori tersebut dikembangkan indikator-indikator yang selanjutnya dijabarkan kedalam butir-butir pertanyaan.

Penyusunan instrumen menurut Sutrisno Hadi (1991: 7), ada tiga langkah pokok yaitu : a) mendefinisikan konstruk, b) menyidik faktor, dan c) menyusun butir-butir pertanyaan atau pernyataan.

a. Mendefinisikan konstruk

Yaitu suatu tahapan yang bertujuan untuk berarti membatasi variabel yang akan diukur atau diteliti, sehingga tidak terjadi penyimpangan terhadap tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta.

b. Menyidik faktor

Yaitu suatu tahapan yang bertujuan untuk menandai faktor-faktor yang disangka kemudian menjadi komponen konstruk yang akan diteliti. Dalam penelitian ini diukur berdasarkan *Tangibles* atau bukti fisik, *Reliability* atau keandalan, *Responsiveness* atau ketanggapan, *Assurance* atau jaminan/kepastian, dan *Empathy* atau kepedulian kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta.

c. Menyusun butir-butir pertanyaan

Yaitu menyusun butir-butir pertanyaan berdasarkan faktor dalam menyusun konstruk. Butir pertanyaan merupakan penjabaran isi faktor. Berdasarkan faktor-faktor tersebut kemudian disusun butir-butir pertanyaan yang dapat memberikan gambaran tentang faktor-faktor tersebut. Dalam menyusun butir angket hendaknya menggunakan kalimat yang sederhana, jelas, dan mudah dimengerti. Sehingga dalam menjawab responden tidak mengalami kesulitan.

Tabel 1. Kisi-kisi Angket Uji Coba Penelitian Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta.

Variabel	Faktor	Indikator	Nomor Butir	Jumlah
Kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen	Wujud Fisik (Tangibles)	Lokasi Hana Sport	1, 2	14
		Kondisi Ruangan	3, 4, 5, 6	
		Fasilitas Pelengkap	7, 8, 9, 10	
		Tempat Parkir	11, 12	
		Karyawan	13, 14	
	Kehandalan (Reliability)	Ketepatan	15, 16, 17	8
		Pelayanan Karyawan terhadap konsumen	18, 19, 20	
		Kedisiplinan dan profesionalitas	21, 22	
	Daya Tanggap (Responsiveness)	Tanggapan terhadap konsumen	23, 24, 25, 26	9
		Kritik dan Saran	27, 28, 29	
		Harga	30, 31	
	Jaminan (Assurance)	Pengetahuan Karyawan	32, 33	8
		Jaminan keadaan barang	34, 35, 36	
		Jaminan karyawan yang berkualitas	37, 38, 39	
	Empati (Kepedulian)	Perhatian manajemen	40, 41, 42	6
		Perhatian karyawan	43, 44, 45	

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket tertutup. Angket ini sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih jawaban tersebut sesuai tanggapannya dengan memberikan tanda *check list* (✓) pada kolom yang sudah tersedia. Teknik ini sangat praktis karena responden hanya memilih derajat kesetujuan dengan menggunakan modifikasi skala Likert, yaitu : Sangat Puas (SP), Puas (P), Tidak Puas (TP), dan Sangat Tidak Puas (STP). Bobot skor atau penilaian tiap kategori adalah sebagai berikut :

- Sangat Puas (SP) : memiliki bobot skor 4
- Puas (P) : memiliki bobot skor 3
- Tidak Puas (TP) : memiliki bobot skor 2
- Sangat Tidak Puas (STP) : memiliki bobot skor 1

Menurut Sutrisno Hadi (1991: 20) alasan menggunakan skala Likert yaitu : (1) kategori *undecided* itu mempunyai arti ganda, bisa diartikan belum dapat memutuskan atau memberi jawaban, bisa juga diartikan netral, setuju tidak, tidak setuju pun tidak, atau bahkan ragu-rau, (2) tersedianya jawaban yang ditengah menimbulkan kecenderungan menjawab ke tengah, (3) maksud kategorisasi jawaban SP-P-TP-STP adalah terutama untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah setuju atau tidak setuju.

E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas instrumen dimaksudkan untuk mencari kesahihan butir instrumen. Validitas instrumen menurut Sugiyono (2013: 168), “instrumen dinyatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Uji validitas ini penulis menyebarkan kuisioner sebanyak 30 eksemplar kepada responden di Toko Adidas Ambarukmo Plasa. Untuk mengetahui uji validitas instrumen pada penelitian ini akan menggunakan rumus kolerasi *product moment* dari Pearson yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n \sum(xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

x : skor item instrumen yang digunakan

y : skor item instrumen dalam variabel tersebut

r_{xy} : Koefisien korelasi pearson antara item instrumen yang akan digunakan dan variabel yang bersangkutan

n : jumlah responden

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan komputer SPSS *For Windows 20* dan *Microsoft Excel 2010*. Nilai r tabel dilihat pada tabel r dengan $df = n-2$ (n = jumlah responden atau sampel). Pada tingkat kemaknaan 5%, maka akan didapatkan angka r tabel. Masing-masing pertanyaan atau pernyataan dibandingkan nilai r hasil atau output dengan nilai r tabel, bila $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$, maka pertanyaan atau pernyataan tersebut valid.

Sampel penelitian sebanyak 30 orang yang diambil dari Toko Adidas Ambarukmo Plasa. Hasil penghitungan yang didapat menunjukkan bahwa

dari 45 butir pertanyaan atau pernyataan dalam angket terdapat 43 butir pertanyaan atau pernyataan yang memenuhi syarat atau valid.

Suatu pertanyaan atau pernyataan dianggap gugur apabila nilai r hasil < r table (0,361). Pada butir nomor 21 (0,218) dan 23 (0,348) memiliki r hasil kurang dari 0,361 sehingga dinyatakan gugur. Butir pertanyaan atau pernyataan tersebut kemudian dihapus karena sudah ada yang mewakili faktor. Adapun untuk hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 3.

Tabel 2. Kisi-kisi Angket Penelitian Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta.

Variabel	Faktor	Indikator	Nomor Butir	Jumlah
Kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen	Wujud Fisik (Tangibles)	Lokasi Hana Sport	1, 2	14
		Kondisi Ruangan	3, 4, 5, 6	
		Fasilitas Pelengkap	7, 8, 9, 10	
		Tempat Parkir	11, 12	
		Karyawan	13, 14	
	Kehandalan (Reliability)	Ketepatan	15, 16, 17	7
		Pelayanan Karyawan terhadap konsumen	18, 19, 20	
		Kedisiplinan dan profesionalitas	21	
	Daya Tanggap (Responsiveness)	Tanggapan terhadap konsumen	22, 23, 24	8
		Kritik dan Saran	25, 26, 27	
		Harga	28, 29	
	Jaminan (Assurance)	Pengetahuan Karyawan	30, 31	8
		Jaminan keadaan barang	32, 33, 34	
		Jaminan karyawan yang berkualitas	35, 36, 37	
	Empati (Kepedulian)	Perhatian manajemen	38, 39, 40	6
		Perhatian karyawan	41, 42, 43	

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat reliabilitas pada suatu instrumen. Menurut Sumadi Suryabrata (2012: 58), “reliabilitas pada suatu instrumen menujuk kepada konsistensi hasil perekaman data (pengukuran) kalau instrumen itu digunakan oleh orang atau kelompok orang yang berbeda dalam waktu yang sama atau dalam waktu yang berlainan”. Adapun menurut Sugiyono (2013: 168), “instrumen yang reliable adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama”.

Cara mengukur teknik pengujian keterandalan instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Hal ini diperjelas dengan pernyataan menurut Haryadi Sarjono (2011: 45), “suatu kuesioner dikatakan reliable jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ ”.

Hasil penghitungan reliabilitas dengan menggunakan bantuan komputer SPSS *For Windows* 20 menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* variabel lebih besar dari 0,60 yang berarti reliabel. Nilai Koefisien *Alpha Cronbach* berdasarkan *Tangible* atau wujud fisik sebesar 0,928, *Reliability* atau kehandalan sebesar 0,866, *Responsiveness* atau daya tanggap sebesar 0,836, *Assurance* atau jaminan sebesar 0,872, dan *Empathy* atau kepedulian sebesar 0,842.

F. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul langkah selanjutnya adalah menganalisis data sehingga data-data tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif, sedangkan perhitungannya menggunakan persentase.

Menurut Sugiyono (2013: 200), “perhitungan statistik deskriptif menggunakan statistik deskriptif persentase, karena yang termasuk dalam statistik deskriptif antara lain penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan mean, modus, median, perhitungan desil, presentil, perhitungan penyebaran data, penghitungan rata-rata dan standar deviasi dan perhitungan persentase”.

Berikut ini adalah pengkategorian persentase menurut Suharsimi Arikunto (2002: 246) :

- | | |
|-----------------|----------------------------|
| 1. 76 % - 100 % | kategori sangat puas |
| 2. 56 % - 75 % | kategori puas |
| 3. 40 % - 55 % | kategori tidak puas |
| 4. < 40 % | kategori sangat tidak puas |

Persentase tersebut digunakan dalam kategori baik, cukup baik, kurang baik, dan tidak baik. Kedua unsur tersebut yaitu persentase dan kategori saling berhubungan dalam tabel yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian tentang analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 8 – 21 Agustus 2016 di Hana Sport Yogyakarta Jalan Uriep Sumoharjo No 65 Yogyakarta dan diperoleh responden sebanyak 33 orang. Namun pada bulan September 2018 Hana Sport Yogyakarta sudah tidak beroperasi lagi atau tutup. Dari hasil di atas akan dideskripsikan sebagai berikut:

1. Perbandingan Karakteristik Responden

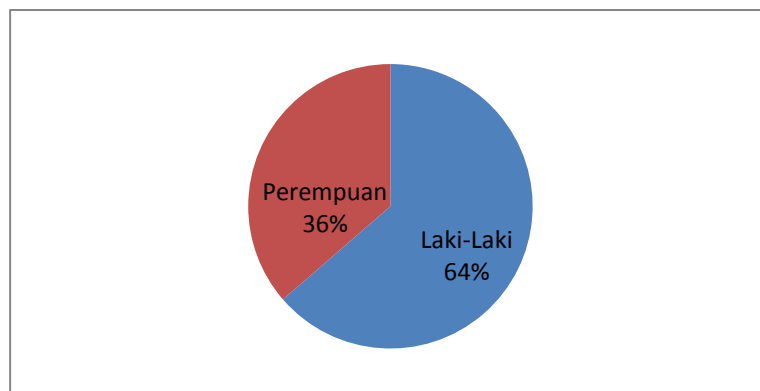
a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	21	64%
Perempuan	12	36%
JUMLAH	33	100%

Berdasarkan tabel diatas, jumlah responden laki-laki sebanyak 21 orang (64%) dan perempuan sebanyak 12 orang (36%). Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 2. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

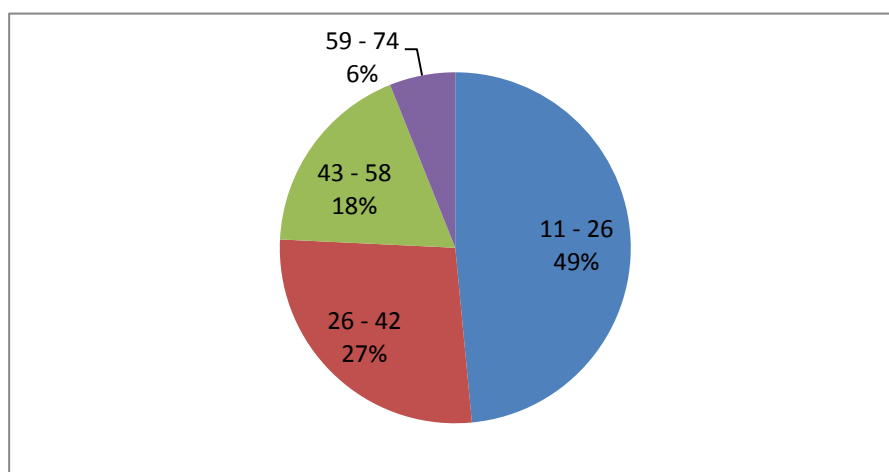
b. Berdasarkan Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Frekuensi	Persentase
11 – 26	16	48%
26 - 42	9	27%
43 - 58	6	18%
59 - 74	2	6%
JUMLAH	33	100%

Berdasarkan tabel diatas, jumlah responden yang berusia antara 11-26 tahun sebanyak 16 orang (48%), 26-42 tahun sebanyak 9 orang (27%), 43-58 tahun sebanyak 6 orang (18%) dan 59-74 tahun sebanyak 2 orang (6%). Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 3. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

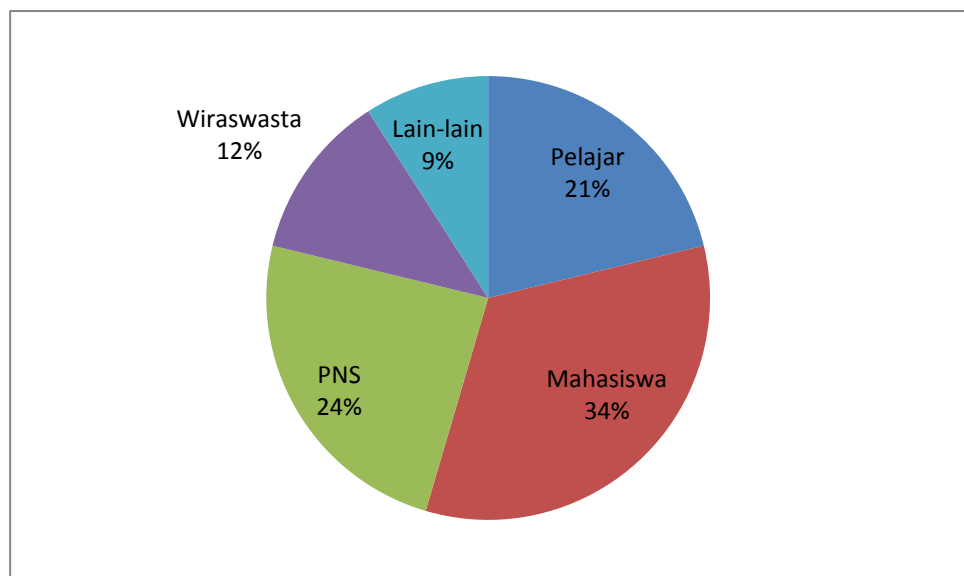
c. Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan disajikan pada tabel berikut :

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar	7	21%
Mahasiswa	11	33%
PNS	8	24%
Wiraswasta	4	12%
Lain-lain	3	9%
JUMLAH	33	100%

Berdasarkan tabel diatas, jumlah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar sebanyak 7 orang (21%), mahasiswa sebanyak 11 orang (33%), PNS sebanyak 8 orang (24%), Wiraswasta sebanyak 4 orang (12%), dan Lain-lain sebanyak 3 orang (9%). Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 4. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

2. Deskripsi Hasil Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta

Dari hasil analisis data penelitian yang dilakukan maka dapat dideskripsikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 6. Deskripsi Statistik Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta

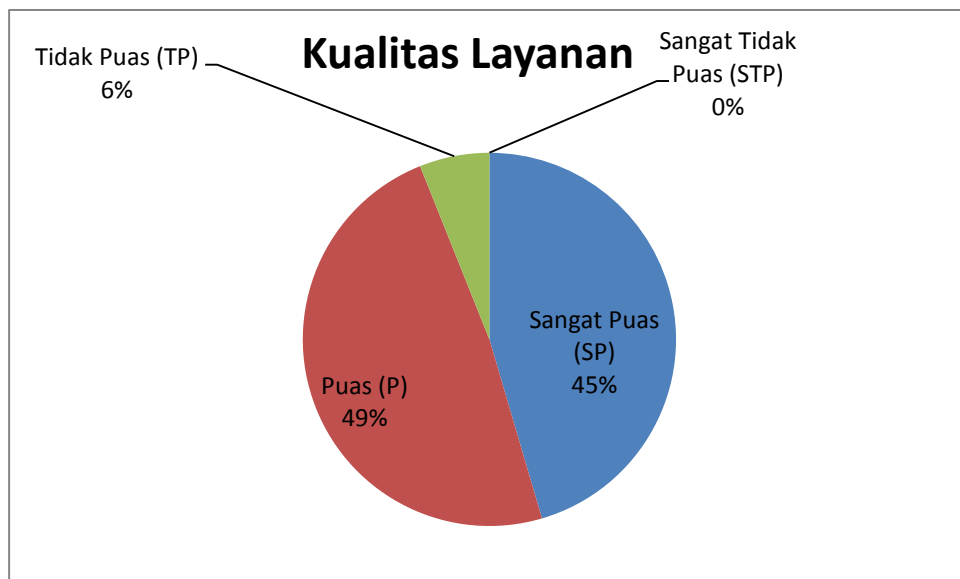
	Pelayanan	Kategori Pelayanan
N Valid	33	33
Missing	0	0
Mean	74,76	3,39
Std. Error of Mean	1,169	,106
Median	75,00	3,00
Mode	74	3
Std. Deviation	6,718	,609
Minimum	53	2
Maximum	88	4

Dari data di atas dapat dideskripsikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta dengan rerata sebesar 74,76 apabila dikategorikan merupakan kategori puas. Nilai tengah sebesar 75, nilai sering muncul sebesar 74 dan standar deviasi sebesar 6,718. Sedangkan skor terendah sebesar 53 dan skor tertinggi sebesar 88. Dari hasil di atas maka dapat dikategorikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta. Perhitungan tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta

No	Kategori Jawaban	Rentang Skor	Frequency	
			Absolute	%
1	Sangat Puas (SP)	76 % - 100 %	15	45
2	Puas (P)	56 % - 75 %	16	49
3	Tidak Puas (TP)	40 % - 55 %	2	6
4	Sangat Tidak Puas (STP)	< 40 %	0	0
Jumlah			33	100

Dari tabel di atas, sebagian responden menyatakan puas terhadap kualitas yang diberikan Hana Sport Yogyakarta yaitu sebanyak 16 orang (49%). Kemudian diikuti dengan pernyataan responden dengan kategori Sangat Puas sebanyak 15 orang (45%) dan Tidak Puas sebanyak 2 orang (6%). Apabila digambarkan ke dalam bentuk diagram hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 5. Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap kualitas layanan Hana Sport Yogyakarta dengan hasil sebesar 49%. Berikut

disajikan analisis berdasarkan data pada tiap-tiap faktor yang terdiri dari lima sub variabel yaitu *Tangibles* (Wujud Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan Keamanan), dan *Emphaty* (Kepedulian) sebagai berikut :

a. *Tangibles* (Wujud Fisik)

Dari hasil analisis data penelitian yang dilakukan maka dapat dideskripsikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 8. Deskripsi Statistik Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Tangibles* (Wujud Fisik)

	Tangibles	Kategori Tangibles
N Valid	33	33
Missing	0	0
Mean	74,76	3,30
Std. Error of Mean	1,319	,102
Median	75,00	3,00
Mode	73	3
Std. Deviation	7,579	,585
Minimum	54	2
Maximum	93	4

Dari data di atas dapat dideskripsikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *tangibles* (Wujud Fisik) dengan rerata sebesar 74,76. Nilai tengah sebesar 75, nilai sering muncul sebesar 73 dan standar deviasi sebesar 7,579. Sedangkan skor terendah sebesar 54 dan skor tertinggi sebesar 93. Dari hasil di atas maka dapat dikategorikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

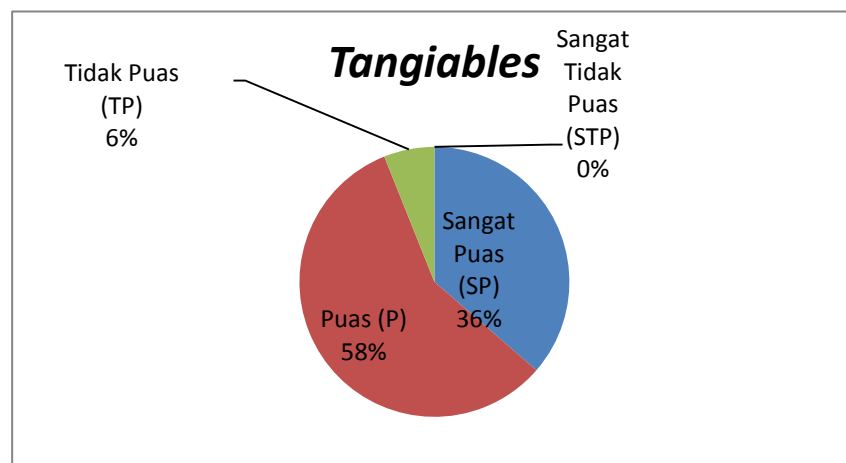
Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Tangibles* (Wujud Fisik).

Perhitungan tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Tangibles* (Wujud Fisik)

No	Kategori Jawaban	Rentang Skor	Frequency	
			Absolute	%
1	Sangat Puas (SP)	76 % - 100 %	12	36
2	Puas (P)	56 % - 75 %	19	58
3	Tidak Puas (TP)	40 % - 55 %	2	6
4	Sangat Tidak Puas (STP)	< 40 %	0	0
Jumlah			33	100

Dari tabel di atas, sebagian responden menyatakan puas terhadap kualitas yang diberikan Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Tangible* (Wujud Fisik) yaitu sebanyak 19 orang (58%). Kemudian diikuti dengan pernyataan responden dengan kategori Sangat Puas sebanyak 12 orang (36%) dan Tidak Puas sebanyak 2 orang (6%). Apabila digambarkan ke dalam bentuk diagram hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 6. Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Tangible* (Wujud Fisik)

b. *Reliability* (Kehandalan)

Dari hasil analisis data penelitian yang dilakukan maka dapat dideskripsikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 10. Deskripsi Statistik Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Reliability* (Kehandalan)

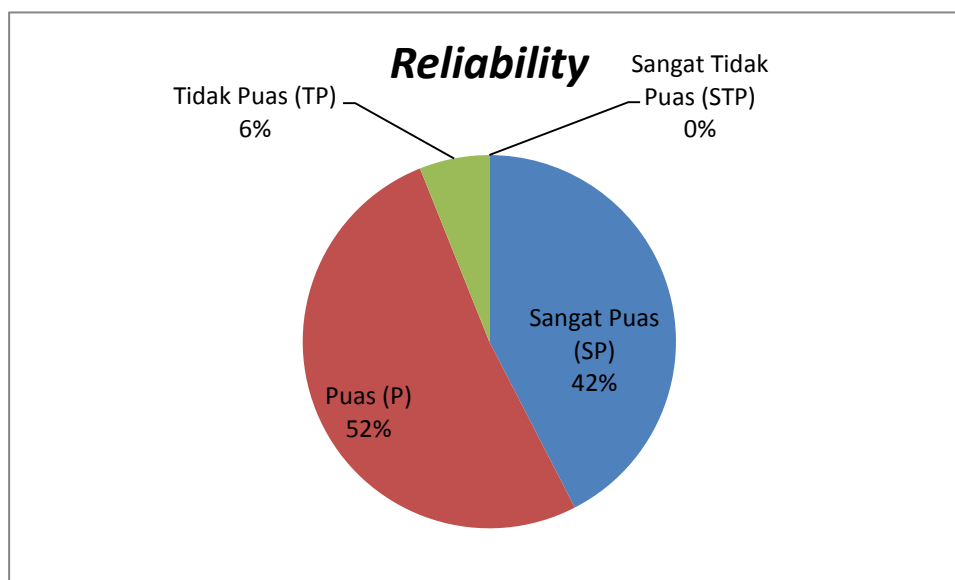
		Reliability	Kategori Reliability
N	Valid	33	33
	Missing	0	0
Mean		75,33	3,36
Std. Error of Mean		1,470	,105
Median		75,00	3,00
Mode		75	3
Std. Deviation		8,443	,603
Minimum		50	2
Maximum		93	4

Dari data di atas dapat dideskripsikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Reliability* (Kehandalan) dengan rerata sebesar 75,33. Nilai tengah sebesar 75, nilai sering muncul sebesar 75 dan standar deviasi sebesar 8,443. Sedangkan skor terendah sebesar 50 dan skor tertinggi sebesar 93. Dari hasil di atas maka dapat dikategorikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Reliability* (Kehandalan). Perhitungan tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Reliability* (Kehandalan)

No	Kategori Jawaban	Rentang Skor	Frequency	
			Absolute	%
1	Sangat Puas (SP)	76 % - 100 %	14	42
2	Puas (P)	56 % - 75 %	17	52
3	Tidak Puas (TP)	40 % - 55 %	2	6
4	Sangat Tidak Puas (STP)	< 40 %	0	0
Jumlah			33	100

Dari tabel di atas, sebagian responden menyatakan puas terhadap kualitas yang diberikan Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Reliability* (Kehandalan) yaitu sebanyak 17 orang (52%). Kemudian diikuti dengan pernyataan responden dengan kategori Sangat Puas sebanyak 14 orang (42%) dan Tidak Puas sebanyak 2 orang (6%). Apabila digambarkan ke dalam bentuk diagram hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 7. Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Reliability* (Kehandalan)

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Dari hasil analisis data penelitian yang dilakukan maka dapat dideskripsikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 12. Deskripsi Statistik Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Responsiveness* (Daya Tanggap)

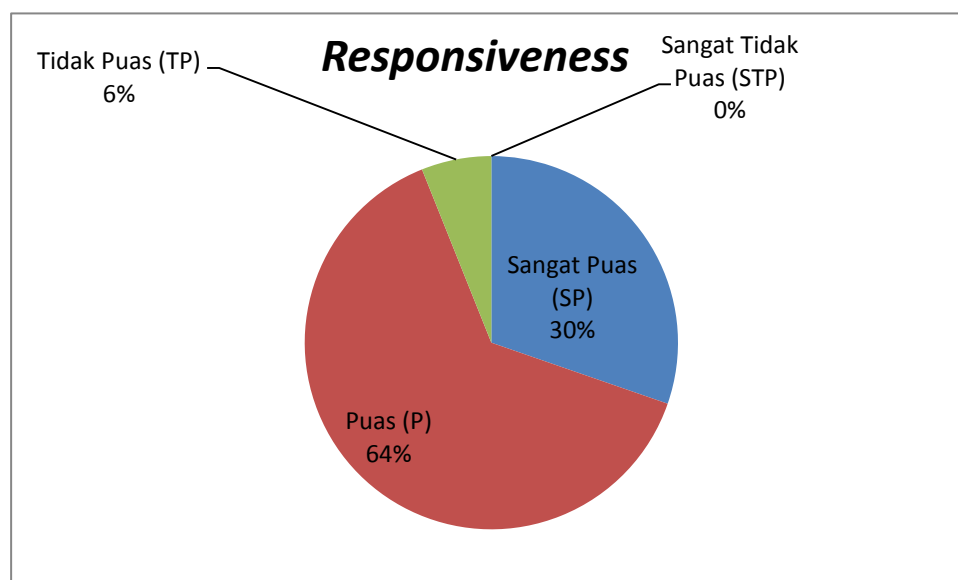
		Responsiveness	Kategori Responsiveness
N	Valid	33	33
	Missing	0	0
Mean		73,88	3,24
Std. Error of Mean		1,294	,098
Median		75,00	3,00
Mode		75	3
Std. Deviation		7,432	,561
Minimum		53	2
Maximum		91	4

Dari data di atas dapat dideskripsikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Responsiveness* (Daya Tanggap) dengan rerata sebesar 73,88. Nilai tengah sebesar 75, nilai sering muncul sebesar 75 dan standar deviasi sebesar 7,432. Sedangkan skor terendah sebesar 53 dan skor tertinggi sebesar 91. Dari hasil di atas maka dapat dikategorikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Responsiveness* (Daya Tanggap). Perhitungan tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 13. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Responsiveness* (Daya Tanggap)

No	Kategori Jawaban	Rentang Skor	Frequency	
			Absolute	%
1	Sangat Puas (SP)	76 % - 100 %	10	30
2	Puas (P)	56 % - 75 %	21	64
3	Tidak Puas (TP)	40 % - 55 %	2	6
4	Sangat Tidak Puas (STP)	< 40 %	0	0
Jumlah			33	100

Dari tabel di atas, sebagian responden menyatakan puas terhadap kualitas yang diberikan Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu sebanyak 21 orang (64%). Kemudian diikuti dengan pernyataan responden dengan kategori Sangat Puas sebanyak 10 orang (30%) dan Tidak Puas sebanyak 2 orang (6%). Apabila digambarkan ke dalam bentuk diagram hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 8. Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Responsiveness* (Daya Tanggap)

d. Assurance (Jaminan Keamanan)

Dari hasil analisis data penelitian yang dilakukan maka dapat dideskripsikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 14. Deskripsi Statistik Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan Assurance (Jaminan Keamanan)

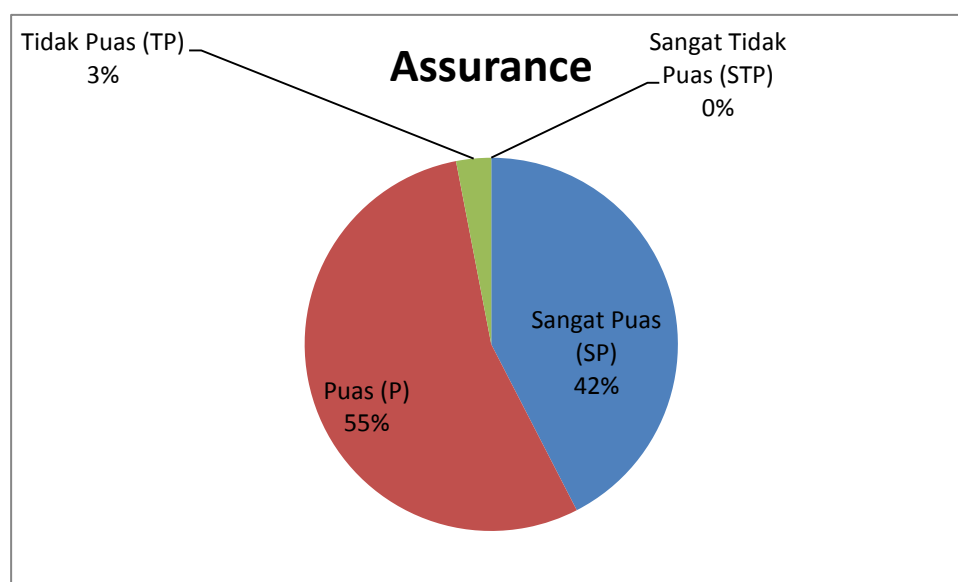
	Assurance	Kategori Assurance
N Valid	33	33
Missing	0	0
Mean	75,48	3,39
Std. Error of Mean	1,296	,097
Median	75,00	3,00
Mode	72	3
Std. Deviation	7,446	,556
Minimum	53	2
Maximum	91	4

Dari data di atas dapat dideskripsikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan Assurance (Jaminan Keamanan) dengan rerata sebesar 75,48. Nilai tengah sebesar 75, nilai sering muncul sebesar 72 dan standar deviasi sebesar 7,446. Sedangkan skor terendah sebesar 53 dan skor tertinggi sebesar 91. Dari hasil di atas maka dapat dikategorikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan Assurance (Jaminan Keamanan). Perhitungan tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan Assurance (Jaminan Keamanan)

No	Kategori Jawaban	Rentang Skor	Frequency	
			Absolute	%
1	Sangat Puas (SP)	76 % - 100 %	14	42
2	Puas (P)	56 % - 75 %	18	55
3	Tidak Puas (TP)	40 % - 55 %	1	3
4	Sangat Tidak Puas (STP)	< 40 %	0	0
Jumlah			33	100

Dari tabel di atas, sebagian responden menyatakan puas terhadap kualitas yang diberikan Hana Sport Yogyakarta berdasarkan Assurance (Jaminan Keamanan) yaitu sebanyak 18 orang (55%). Kemudian diikuti dengan pernyataan responden dengan kategori Sangat Puas sebanyak 14 orang (42%) dan Tidak Puas sebanyak 1 orang (3%). Apabila digambarkan ke dalam bentuk diagram hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 9. Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan Assurance (Jaminan Keamanan)

e. *Emphaty* (Kepedulian)

Dari hasil analisis data penelitian yang dilakukan maka dapat dideskripsikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 16. Deskripsi Statistik Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Emphaty* (Kepedulian)

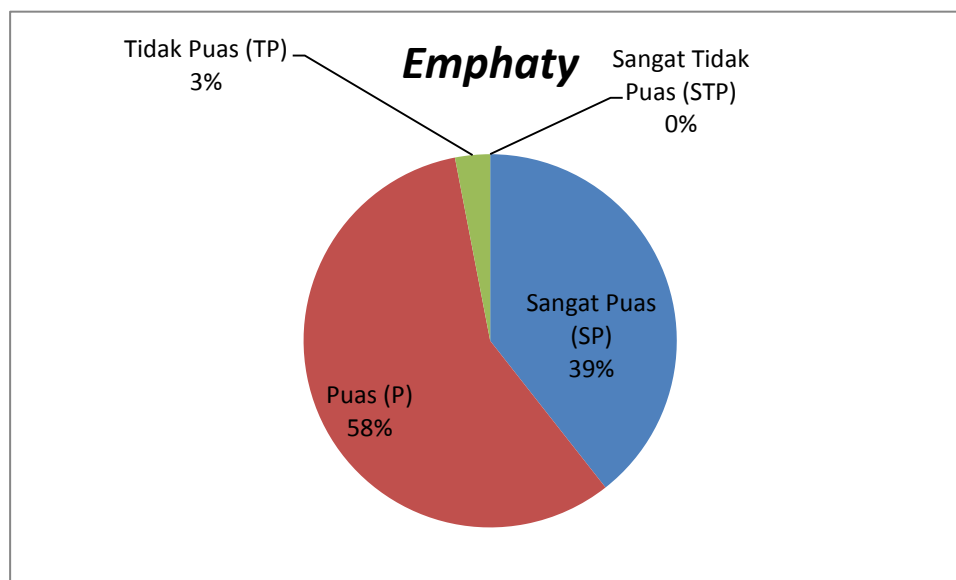
	Emphaty	Kategori Emphaty
N Valid	33	33
Missing	0	0
Mean	74,12	3,36
Std. Error of Mean	1,658	,096
Median	75,00	3,00
Mode	75	3
Std. Deviation	9,522	,549
Minimum	50	2
Maximum	88	4

Dari data di atas dapat dideskripsikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Emphaty* (Kepedulian) dengan rerata sebesar 74,12. Nilai tengah sebesar 75, nilai sering muncul sebesar 75 dan standar deviasi sebesar 9,522. Sedangkan skor terendah sebesar 50 dan skor tertinggi sebesar 88. Dari hasil di atas maka dapat dikategorikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Emphaty* (Kepedulian). Perhitungan tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Pengkategorian Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Emphaty* (Kepedulian)

No	Kategori Jawaban	Rentang Skor	Frequency	
			Absolute	%
1	Sangat Puas (SP)	76 % - 100 %	13	39
2	Puas (P)	56 % - 75 %	19	58
3	Tidak Puas (TP)	40 % - 55 %	1	3
4	Sangat Tidak Puas (STP)	< 40 %	0	0
Jumlah			33	100

Dari tabel di atas, sebagian responden menyatakan puas terhadap kualitas yang diberikan Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Emphaty* (Kepedulian) yaitu sebanyak 19 orang (58%). Kemudian diikuti dengan pernyataan responden dengan kategori Sangat Puas sebanyak 13 orang (39%) dan Tidak Puas sebanyak 1 orang (3%). Apabila digambarkan ke dalam bentuk diagram hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 10. Diagram Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Emphaty* (Kepedulian)

B. Pembahasan

Hasil penelitian tentang analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta diperoleh bahwa sebagian besar berada pada kategori puas dengan persentase 49 %. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar konsumen Hana Sport Yogyakarta telah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Hana Sport Yogyakarta. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh layanan yang diberikan Hana Sport Yogyakarta yang cukup sesuai dengan harapan konsumen. Dengan demikian dapat diartikan bahwa Hana Sport Yogyakarta telah memberikan layanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

Hasil penelitian ini juga dapat dilihat dari masing-masing faktor sebagai berikut :

1. *Tangibles* (Wujud Fisik)

Berdasarkan hasil penelitian analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan faktor *Tangibles* (Wujud Fisik) berada pada kategori puas dengan presentase 58%. Dari hasil tersebut diartikan bahwa Hana Sport Yogyakarta memiliki layanan fasilitas fisik yang cukup memadai. Hal itu dilihat dari pemilihan lokasi, luas bangunan, kondisi ruangan yang nyaman, dekorasi dan penataan ruangan yang cukup baik, adanya fasilitas pendukung seperti ruang ganti, toilet, kaca, dan tempat duduk dalam kondisi yang baik, serta tempat parkir yang nyaman.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Berdasarkan hasil penelitian analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan faktor *Reliability* (Kehandalan) berada pada kategori puas dengan presentase 52%. Dalam hal ini faktor *Reliability* (Kehandalan) meliputi tentang pelayanan karyawan secara tepat, dan akurat. Hal itu dapat dilihat dari ketepatan jam buka sesuai harapan konsumen, kehandalan karyawan terhadap konsumen, serta kedisiplinan dan profesionalitas karyawan.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Berdasarkan hasil penelitian analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan faktor *Responsiveness* (Daya Tanggap) berada pada kategori puas dengan presentase 64%. Dalam hal ini faktor *Responsiveness* (Daya Tanggap) meliputi tentang pelayanan karyawan dalam menanggapi konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Hal itu dapat dilihat karyawan terhadap kritik dan saran untuk kemajuan terciptanya kepuasan pelanggan.

4. *Assurance* (Jaminan Keamanan)

Berdasarkan hasil penelitian analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan faktor *Assurance* (Jaminan Keamanan) berada pada kategori puas dengan presentase 55%. Dalam hal ini faktor *Assurance* (Jaminan Keamanan) meliputi kemampuan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan sehingga bebas dari bahaya,

resiko, ataupun keraguan. Hal tersebut dapat dilihat dari kemampuan pengetahuan karyawan terhadap produk yang dijual, cara meyakinkan konsumen untuk membeli produk, keadaan barang yang dijual, dan keaslian produk.

5. *Emphaty* (Kepedulian)

Berdasarkan hasil penelitian analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan faktor *Emphaty* (Kepedulian) berada pada kategori puas dengan presentase 59%. Dalam hal ini faktor *Emphaty* (Kepedulian) meliputi kesediaan untuk peduli atau memberikan perhatian bagi konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari kemampuan karyawan dalam memperhatikan setiap konsumen tanpa membedakan.

C. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah berhasil mengungkapkan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Hana Sport Yogyakarta, bukan berarti penelitian ini tanpa ada kelemahan. Penelitian ini mempunyai keterbatasan sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan metode angket, tidak menutup kemungkinan para konsumen dalam mengisi angket tidak bersungguh-sungguh karena tidak ada sanksi apapun yang akan diberikan seandainya mereka mengisi angket tidak sebagaimana mestinya.
2. Cara pengambilan data yang *accidental* menyebabkan data tidak generalisasi, sehingga menghasilkan penelitian yang rendah.

3. Penelitian ini hanya satu variabel dan masih banyak variabel lainnya yang belum diteliti.

Peneliti mengakui adanya keterbatasan dalam hal waktu, biaya, maupun kemampuan berpikir dan bekerja. Namun besar harapan semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen menyatakan puas terhadap kualitas layanan Hana Sport Yogyakarta sebanyak 16 orang (49%). Kemudian diikuti dengan pernyataan konsumen dengan kategori Sangat Puas sebanyak 15 orang (45%), Tidak Puas sebanyak 2 orang (6%), dan Sangat Tidak Puas tidak ada.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, secara umum kualitas layanan Hana Sport Yogyakarta adalah puas. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tolak ukur terhadap kualitas layanan Hana Sport Yogyakarta yang selama ini diterapkan. Selain itu bisa digunakan sebagai acuan terhadap kualitas pelayanan agar di masa yang akan datang dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik.

Hasil penelitian ini mempunyai implikasi praktis bagi pihak-pihak yang terkait dengan masalah kualitas layanan toko olahraga dalam rangka memberikan pelayanan terhadap konsumen. Disamping itu, hasil penelitian ini juga berimplikasi praktis bagi para mahasiswa FIK UNY supaya nantinya dapat menjadi pengelola atau *manager* toko olahraga.

C. Saran

Ada beberapa saran yang perlu disampaikan sehubungan dengan kesimpulan diatas, yaitu :

1. Bagi manajemen Hana Sport Yogyakarta agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas layanan lebih optimal supaya konsumen merasa lebih puas terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Berbagai barang yang dijual lebih variasi lagi sehingga konsumen bisa mendapatkan alternatif barang yang dibutuhkan.
3. Sistem promosi atau pemasaran Hana Sport Yogyakarta bisa melalui media Online sesuai yang telah berkembang pada saat ini.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengungkapkan kondisi yang lebih detail dari permasalahan yang ada.
5. Penelitian selanjutnya dengan metode lain, misalnya wawancara agar mendapatkan hasil yang jauh lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (1997). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. (2002). *Prosebur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (1999). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. (1997). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : UGM Press.
- Kotler, Philip. (1986). *Manajemen Pemsaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (1997). *Konsep Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2004). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Nanang, T. (2006). "Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. V, No. 1 Mei 2006, h. 41-62.
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. (2002). *Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Sri Suratno F.G. dan Nursya' Bani Purnama. (2004). "Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua,Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen". Vol. 7, No. 1, h.69-87.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunarto. (2003). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Jogyaakarta dan CV Ngeksigondo Utama.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta, Rineka Cipta
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Andy Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra,G. (2005). *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Stanton, William J. (1985). *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Winardi. (1991). *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Mundur maju.
- Wisnalmawati. (2005). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153-165.

Lampiran 1. Angket Uji Coba

KUESIONER UJI COBA PENELITIAN
ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN
TOKO ADIDAS AMBARUKMO PLAZA YOGYAKARTA

1. Identitas Responden

- a) Nama :
- b) Umur : Tahun
- c) Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan *
- d) Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa/i / PNS / Wiraswasta / lain-lain *

2. Petunjuk Pengisian

Kami menginginkan pendapat anda tentang kualitas layanan yang diberikan Toko Adidas Ambarukmo Plaza Yogyakarta kepada konsumen yang akan datang.

3. Cara pengisian : Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang Saudara pilih. Kriteria Penilaian sebagai berikut :

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Puas (SP)	4
2.	Puas (P)	3
3.	Tidak Puas (TP)	2
4.	Sangat Tidak Puas (STP)	1

Indikator-indikator tiap variabel :

NO	INDIKATOR - INDIKATOR PENILAIAN	SP	P	TP	STP
Variabel Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)					
1	Pemilihan Lokasi Hana Sport Yogyakarta				
2	Kondisi Lingkungan sekitar Hana Sport Yogyakarta				
3	Bentuk bangunan Hana Sport Yogyakarta				
4	Dekorasi ruangan Hana Sport Yogyakarta				
5	Penataan barang jualan Hana Sport Yogyakarta				
6	Kebersihan ruangan Hana Sport Yogyakarta				
7	Kondisi ruang ganti Hana Sport Yogyakarta				
8	Kondisi toilet Hana Sport Yogyakarta				
9	Kondisi cermin Hana Sport Yogyakarta				
10	Kondisi tempat duduk Hana Sport Yogyakarta				
11	Kondisi tempat parkir Hana Sport Yogyakarta				
12	Kondisi keamanan tempat parkir Hana Sport Yogyakarta				
13	Kerapihan berpakaian karyawan Hana Sport Yogyakarta				
14	Penampilan Karyawan Hana Sport Yogyakarta				
Variabel Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
15	Ketepatan waktu buka Hana Sport Yogyakarta				
16	Ketepatan waktu tutup Hana Sport Yogyakarta				
17	Keakuratan kasir Hana Sport Yogyakarta pada saat membayar				
18	Kehandalan Karyawan Hana Sport Yogyakarta menangani konsumen				
19	Solusi yang diberikan karyawan Hana Sport Yogyakarta saat konsumen bingung memilih model				
20	Kedisiplinan Karyawan Hana Sport Yogyakarta				
21	Keprofesionalan manajemen Hana Sport Yogyakarta melayani konsumen				
22	Keprofesionalan karyawan Hana Sport Yogyakarta melayani konsumen				
Variabel Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)					
23	Tanggapan karyawan Hana Sport Yogyakarta saat konsumen datang				
24	Tanggapan karyawan Hana Sport Yogyakarta saat konsumen pergi				

25	Perhatian karyawan Hana Sport Yogyakarta terhadap kebutuhan barang yang diinginkan konsumen				
26	Tanggapan cepat karyawan Hana Sport Yogyakarta terhadap kebutuhan barang yang diinginkan konsumen				
27	Tanggapan Manajemen Hana Sport Yogyakarta terhadap kritik konsumen				
28	Tanggapan Manajemen Hana Sport Yogyakarta terhadap saran konsumen				
29	Perhatian karyawan Hana Sport Yogyakarta terhadap keluhan konsumen				
30	Kesuaian harga barang dengan kualitas pelayanan Hana Sport Yogyakarta				
31	Potongan harga yang diberikan Hana Sport Yogyakarta				
Variabel Jaminan (<i>Assurance</i>)					
32	Pengetahuan karyawan Hana Sport Yogyakarta mengenai tipe-tipe barang				
33	Pengetahuan karyawan Hana Sport Yogyakarta mengenai keaslian barang yang dijual				
34	Jaminan keaslian barang yang dijual Hana Sport Yogyakarta				
35	Jaminan keadaan barang yang dijual Hana Sport Yogyakarta				
36	Jaminan pihak manajemen Hana Sport Yogyakarta pada barang yang dijual				
37	Keramahan karyawan Hana Sport Yogyakarta				
38	Sopan santun karyawan Hana Sport Yogyakarta				
39	Kesabaran karyawan Hana Sport Yogyakarta				
Variabel Kepedulian (<i>Empathy</i>)					
40	Perhatian manajemen Hana Sport Yogyakarta terhadap kenyamanan belanja konsumen				
41	Perhatian manajemen Hana Sport Yogyakarta terhadap kebersihan barang yang dijual				
42	Kesesuaian jam buka Hana Sport Yogyakarta terhadap kebutuhan konsumen				
43	Perhatian karyawan Hana Sport secara individual kepada setiap konsumen				

44	Kesungguhan karyawan Hana Sport Yogyakarta dalam merespon permintaan konsumen				
45	Pelayanan yang diberikan karyawan Hana Sport Yogyakarta tanpa memandang status sosial				

Lampiran 2. Angket Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN
HANA SPORT YOGYAKARTA

1. Identitas Responden

- a) Nama :
- b) Umur : Tahun
- c) Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan *
- d) Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa/i / PNS / Wiraswasta / lain-lain *

2. Petunjuk Pengisian

Kami menginginkan pendapat anda tentang kualitas layanan yang diberikan Hana Sport Yogyakarta kepada konsumen yang akan datang.

3. Cara pengisian : Berilah tanda checklist (√) pada jawaban yang Saudara pilih. Kriteria Penilaian sebagai berikut :

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Puas (SS)	4
2.	Puas (S)	3
3.	Tidak Puas (TS)	2
4.	Sangat Tidak Puas (STS)	1

Indikator-indikator tiap variabel :

NO	INDIKATOR - INDIKATOR PENILAIAN	SP	P	TP	STP
Variabel Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)					
1	Pemilihan Lokasi Hana Sport Yogyakarta				
2	Kondisi Lingkungan sekitar Hana Sport Yogyakarta				
3	Bentuk bangunan Hana Sport Yogyakarta				
4	Dekorasi ruangan Hana Sport Yogyakarta				
5	Penataan barang jualan Hana Sport Yogyakarta				
6	Kebersihan ruangan Hana Sport Yogyakarta				
7	Kondisi ruang ganti Hana Sport Yogyakarta				
8	Kondisi toilet Hana Sport Yogyakarta				
9	Kondisi cermin Hana Sport Yogyakarta				
10	Kondisi tempat duduk Hana Sport Yogyakarta				
11	Kondisi tempat parkir Hana Sport Yogyakarta				
12	Kondisi keamanan tempat parkir Hana Sport Yogyakarta				
13	Kerapihan berpakaian karyawan Hana Sport Yogyakarta				
14	Penampilan Karyawan Hana Sport Yogyakarta				
Variabel Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
15	Ketepatan waktu buka Hana Sport Yogyakarta				
16	Ketepatan waktu tutup Hana Sport Yogyakarta				
17	Keakuratan kasir Hana Sport Yogyakarta pada saat membayar				
18	Kehandalan Karyawan Hana Sport Yogyakarta menangani konsumen				
19	Solusi yang diberikan karyawan Hana Sport Yogyakarta saat konsumen bingung memilih model				
20	Kedisiplinan Karyawan Hana Sport Yogyakarta				
21	Keprofesionalan karyawan Hana Sport Yogyakarta melayani konsumen				
Variabel Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)					
22	Tanggapan karyawan Hana Sport Yogyakarta saat konsumen datang				

23	Perhatian karyawan Hana Sport Yogyakarta terhadap kebutuhan barang yang diinginkan konsumen				
24	Tanggapan cepat karyawan Hana Sport Yogyakarta terhadap kebutuhan barang yang diinginkan konsumen				
25	Tanggapan Manajemen Hana Sport Yogyakarta terhadap kritik konsumen				
26	Tanggapan Manajemen Hana Sport Yogyakarta terhadap saran konsumen				
27	Perhatian karyawan Hana Sport Yogyakarta terhadap keluhan konsumen				
28	Kesuaian harga barang dengan kualitas pelayanan Hana Sport Yogyakarta				
29	Potongan harga yang diberikan Hana Sport Yogyakarta				
Variabel Jaminan (<i>Assurance</i>)					
30	Pengetahuan karyawan Hana Sport Yogyakarta mengenai tipe-tipe barang				
31	Pengetahuan karyawan Hana Sport Yogyakarta mengenai keaslian barang yang dijual				
32	Jaminan keaslian barang yang dijual Hana Sport Yogyakarta				
33	Jaminan keadaan barang yang dijual Hana Sport Yogyakarta				
34	Jaminan pihak manajemen Hana Sport Yogyakarta pada barang yang dijual				
35	Keramahan karyawan Hana Sport Yogyakarta				
36	Sopan santun karyawan Hana Sport Yogyakarta				
37	Kesabaran karyawan Hana Sport Yogyakarta				
Variabel Kepedulian (<i>Empathy</i>)					
38	Perhatian manajemen Hana Sport Yogyakarta terhadap kenyamanan belanja konsumen				
39	Perhatian manajemen Hana Sport Yogyakarta terhadap kebersihan barang yang dijual				
40	Kesesuaian jam buka Hana Sport Yogyakarta terhadap kebutuhan konsumen				
41	Perhatian karyawan Hana Sport secara individual kepada setiap konsumen				
42	Kesungguhan karyawan Hana Sport Yogyakarta dalam merespon permintaan konsumen				

43	Pelayanan yang diberikan karyawan Hana Sport Yogyakarta tanpa memandang status sosial				
----	---	--	--	--	--

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tangible

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tangible 1	41,63	33,551	,514	,928
tangible 2	41,70	33,321	,595	,925
tangible 3	41,80	31,614	,750	,920
tangible 4	41,77	31,840	,595	,927
tangible 5	41,50	33,086	,791	,920
tangible 6	41,67	31,816	,667	,923
tangible 7	41,43	33,082	,741	,921
tangible 8	41,53	32,257	,693	,922
tangible 9	41,47	33,637	,783	,921
tangible 10	41,47	33,292	,726	,921
tangible 11	41,50	32,052	,773	,919
tangible 12	41,50	33,431	,635	,924
tangible 13	41,30	33,459	,630	,924
tangible 14	41,27	33,926	,633	,924

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,928	14

Reliability

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
reliability 15	22,57	7,909	,655	,847
reliability 16	22,67	7,264	,671	,843
reliability 17	22,47	6,878	,791	,827
reliability 18	22,53	7,706	,606	,851

reliability 19	22,77	7,082	,660	,846
reliability 20	22,50	7,707	,697	,842
reliability 21	22,77	9,151	,218	,883
reliability 22	22,80	7,752	,628	,848

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	8

Responsive

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
responsive 23	24,30	13,114	,348	,840
responsive 24	24,23	13,082	,444	,830
responsive 25	24,43	11,771	,707	,803
responsive 26	24,80	10,441	,794	,787
responsive 27	24,60	11,421	,575	,817
responsive 28	24,70	12,148	,558	,818
responsive 29	24,27	12,754	,478	,827
responsive 30	24,63	12,309	,413	,837
responsive 31	24,30	12,424	,677	,810

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,836	9

ASSURANCE

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
assurance 32	22,07	9,030	,548	,865
assurance 33	22,13	8,326	,613	,859
assurance 34	22,00	8,138	,692	,850
assurance 35	22,03	8,654	,558	,865
assurance 36	21,90	8,783	,663	,854
assurance 37	21,97	8,999	,652	,856
assurance 38	21,87	8,533	,727	,847
assurance 39	21,97	8,240	,634	,857

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,872	8

Empathy

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Empathy 40	14,63	4,654	,700	,800
Empathy 41	14,67	4,989	,713	,805
Empathy 42	14,73	4,478	,739	,791
Empathy 43	14,80	4,786	,467	,853
Empathy 44	14,60	5,214	,487	,839
Empathy 45	14,90	4,438	,688	,802

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,842	6

Lampiran 4. Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen
Hana Sport Yogyakarta

Statistics

	Pelayanan	Kategori Pelayanan
N	Valid	33
	Missing	0
Mean	74,76	3,39
Std. Error of Mean	1,169	,106
Median	75,00	3,00
Mode	74	3
Std. Deviation	6,718	,609
Minimum	53	2
Maximum	88	4

Kategori Pelayanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK PUAS	2	6,1	6,1
	PUAS	16	48,5	54,5
	SANGAT PUAS	15	45,5	100,0
	Total	33	100,0	

Lampiran 5. Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen
Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Tangibles* (Wujud Fisik)

Statistics

	Tangible	Kategori Tangible
N		
Valid	33	33
Missing	0	0
Mean	74,76	3,30
Std. Error of Mean	1,319	,102
Median	75,00	3,00
Mode	73	3
Std. Deviation	7,579	,585
Minimum	54	2
Maximum	93	4

Kategori Tangible

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TIDAK PUAS	2	6,1	6,1	6,1
PUAS	19	57,6	57,6	63,6
SANGAT PUAS	12	36,4	36,4	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Lampiran 6. Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen
Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Reliability* (Kehandalan)

Statistics

	Reliability	Kategori Reliability
N Valid	33	33
Missing	0	0
Mean	75,33	3,36
Std. Error of Mean	1,470	,105
Median	75,00	3,00
Mode	75	3
Std. Deviation	8,443	,603
Minimum	50	2
Maximum	93	4

Kategori Reliability

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TIDAK PUAS	2	6,1	6,1	6,1
PUAS	17	51,5	51,5	57,6
SANGAT PUAS	14	42,4	42,4	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Lampiran 7. Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Statistics

	Responsiveness	Kategori Responsiveness
N Valid	33	33
Missing	0	0
Mean	73,88	3,24
Std. Error of Mean	1,294	,098
Median	75,00	3,00
Mode	75	3
Std. Deviation	7,432	,561
Minimum	53	2
Maximum	91	4

Kategori Responsiveness

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TIDAK PUAS	2	6,1	6,1	6,1
PUAS	21	63,6	63,6	69,7
SANGAT PUAS	10	30,3	30,3	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Lampiran 8. Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen
Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Assurance* (Jaminan Keamanan)

Statistics

	Assurance	Kategori Assurance
N Valid	33	33
Missing	0	0
Mean	75,48	3,39
Std. Error of Mean	1,296	,097
Median	75,00	3,00
Mode	72	3
Std. Deviation	7,446	,556
Minimum	53	2
Maximum	91	4

Kategori Assurance

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TIDAK PUAS	1	3,0	3,0	3,0
PUAS	18	54,5	54,5	57,6
SANGAT PUAS	14	42,4	42,4	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Lampiran 9. Hasil Analisis Data Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen
Hana Sport Yogyakarta berdasarkan *Emphaty* (Kepedulian)

Statistics

	Emphaty	Kategori Emphaty
N		
Valid	33	33
Missing	0	0
Mean	74,12	3,36
Std. Error of Mean	1,658	,096
Median	75,00	3,00
Mode	75	3
Std. Deviation	9,522	,549
Minimum	50	2
Maximum	88	4

Kategori Emphaty

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TIDAK PUAS	1	3,0	3,0	3,0
Valid PUAS	19	57,6	57,6	60,6
SANGAT PUAS	13	39,4	39,4	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Lampiran 10. Surat Ijin Uji Coba Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta 55281 Telp.(0274) 513092, 586168 psw: 282, 299, 291, 541

Nomor : 296.a/UN.34.16/PP/2016.
Lamp : 1 Eks.
Hal : Permohonan Ijin Uji Coba Penelitian.

09 Juni 2016.

Yth : Pengelola Toko Adidas Ambarukmo Plasa Yogyakarta.

Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan ijin uji coba penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Fauzi Abdurahman.
NIM : 12603141027.
Program Studi : Ilmu Keolahragaan (IKORA).

Penelitian akan dilaksanakan pada :

Waktu : 13 Juni s.d 19 Juni 2016.
Tempat/Obyek : Toko Adidas Ambarukmo Plasa Yogyakarta.
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta.

Demikian surat ijin uji coba penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dekan,




Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed.
NIP. 19640707 198812 1 001

Tembusan :

1. Kaprodi IKORA.
2. Pembimbing TAS.
3. Mahasiswa ybs.

Lampiran 11. Surat Ijin Penelitian

 **KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta 55281 Telp.(0274) 513092, 586168 psw: 282, 299, 291, 541

Nomor : 365/UN.34.16/PP/2016. 04 Agustus 2016.
Lamp : 1 Eks.
Hal : Permohonan Ijin Penelitian.

Yth : Pengelola Toko Hana Sport Yogyakarta.

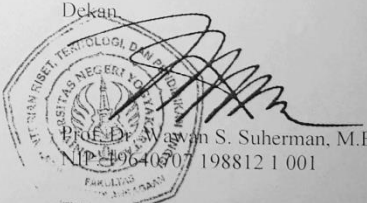
Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan ijin penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Fauzi Abdurrahman.
NIM : 12603141027.
Program Studi : Ilmu Keolahragaan (IKORA).

Penelitian akan dilaksanakan pada :

Waktu : 8 Agustus s.d 21 Agustus 2016.
Tempat/Obyek : Toko Hana Sport Yogyakarta.
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hana Sport Yogyakarta.

Demikian surat ijin penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dekan

Prof. Dr. Mawati S. Suherman, M.Ed.
NIP. 196406071988121001

Tembusan :

1. Kaprodi IKORA.
2. Pembimbing TAS.
3. Mahasiswa ybs.

Lampiran 12. Dokumentasi Penelitian



Display Produk Toko Hana Sport Yogyakarta



Konsumen melihat Produk Toko Hana Sport Yogyakarta



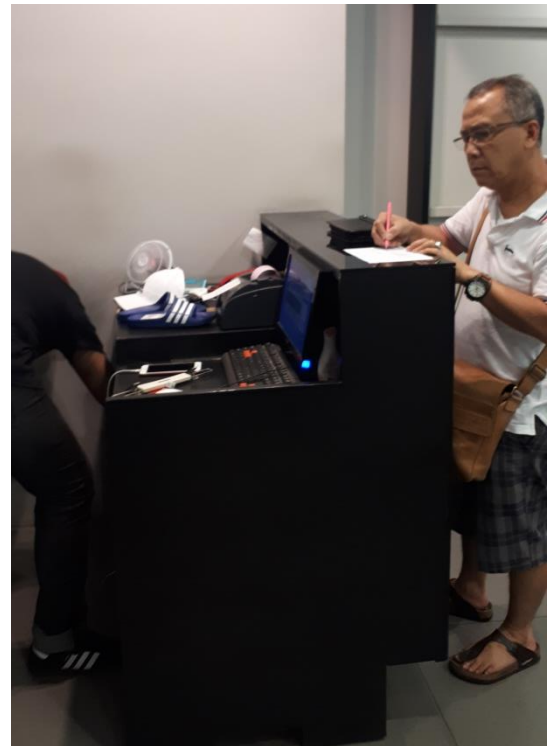
Konsumen melihat Produk Toko Hana Sport Yogyakarta



Konsumen dilayani Karyawan Hana Sport Yogyakarta



Konsumen melakukan Pembayaran Produk yang dibeli atau *Selling*



Konsumen mengisi Angket Penelitian