

**KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BUKU
GRAMEDIA SUDIRMAN YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Profesi Ahli Madya



Oleh :
Hermawan
07410134017

**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIPLOMA III
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2012**

**KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BUKU
GRAMEDIA SUDIRMAN YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal.....2012

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Pemasaran DIII Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui

Ketua Program Studi
Pemasaran D III

Dosen Pembimbing


Farlianto, SE
NIP. 197009252000121001


Penny Rahmawaty, M.Si
NIP. 196602022006042001

Disahkan Oleh
Ketua Pengelola
Universitas Negeri Yogyakarta
Kampus Wates



Dapan, M.Kes.
NIP. 195710121985021001

TUGAS AKHIR

**KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BUKU
GRAMEDIA SUDIRMAN YOGYAKARTA**

Disusun oleh :

Hermawan

07410134017

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Pemasaran

Diploma III

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Pada tanggal.....2012 dan dinyatakan telah memenuhi

syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya

Susunan Tim Penguji

Nama Lengkap

Tanda tangan

Ketua merangkap anggota

Penny Rahmawaty, M.Si

Sekretaris merangkap anggota

Nurhadi, MM

Yogyakarta,.....2012

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Universitas Negeri Yogyakarta

Kampus Wates

Dekan,

Ketua Pengelola.

Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP. 195503281983031002



Dapan, M.Kes

NIP. 195710121985021001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hermawan

NIM : 07410134017

Program Studi : Manajemen Pemasaran Diploma III

Judul Tugas Akhir : Kepuasan Konsumen Pada Toko Buku

Gramedia Sudirman Yogyakarta

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak berisi materi yang dipublikasikan atau dipergunakan sebagai persyaratan penyelesaian studi di perguruan tinggi kecuali pada bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata cara penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 23 April 2012

Yang menyatakan,



Hermawan

Persembahan

Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk:

*kedua orang tuaku yang telah memberikan banyak bantuan secara
moris atau materis.*

MOTTO

- Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka dapatlah ia.
- Barang siapa berjalan untuk mencari ilmu maka Allah memudahkan jalan baginya menuju surga. (HR. Muslim)

ABSTRAK
KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BUKU
GRAMEDIA SUDIRMAN YOGYAKARTA

Oleh:

Hermawan

07410134017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Kepuasan konsumen Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta, (2) Atribut apa yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan atribut apa yang perlu di perbaiki.

Penelitian ini dilaksanaka di Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta yang beralamat di Jalan Sudirman N0.54 – 56 Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli di Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta pada bulan Februari 2012. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *Purposive Sampling*. Besar sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Data diperoleh melalui angket, wawancara dan dokumentasi. Tekhnik analisis yang digunakanadalah : (1) Tekhnik analisis deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena yang berhubungan dengan kepuasan konsumen., (2) Analisis kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui nilai Indeks Kepuasan Pelanggan terhadap atribut yang ada di Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Kepuasan pengunjung terhadap atribut di Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta sudah terpenuhi, hal ini ditunjukkan dengan penilaian Indeks Kepuasan Konsumen termasuk dalam kategori sangat puas 49,43%, puas28.7% , kecewa 21,84%. Tingkat kekecewaan tertinggi terdapat pada atribut harga sebanyak 90 responden menyatakan kecewa. Atribut yang paling memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta adalah atribut produk sebesar 0.19 atribut lokasi sebesar 0.16, atribut promosi 0.15, atribut suasana 0.15, atribut pelayanan 0.12, atribut fasilitas 0.11, atribut harga sebesar 0.09.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya dan Shalawat dan Salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta sahabat dan keluarga. Atas Ridho Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Kepuasan konsumen Pada Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta”. Penulisan ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat penyelesaian studi pada program Diploma III Universitas Negeri Yogyakarta, untuk memperoleh gelar Ahli Madya pemasaran (A.Md).

Terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd, MA. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Dapan, M.Kes. Ketua Pengelola Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates.
4. Farlianto, SE. Ketua Program Manajemen Pemasaran DIII.
5. Penny Rahmawati, M.Si. sebagai dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta pengarahan selama penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Nurhadi, MM. selaku dosen penguji.
7. F. Kristiono. Pimpinan Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta.

8. Edi, Narko, Yuli, Ratri, Melani, selaku Supervisor Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta.
9. Seluruh karyawan dan karyawan Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta.
10. Seluruh Dosen yang telah memberikan teori selama perkuliahan.
11. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang, semangat dan doa, serta bantuan baik secara moril atau materiil.
12. Mama Hanifah dan Evan Havidz Argganta beserta keluarga tercinta yang selalu memberikan do'a dan semangatnya sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan sesuai dengan harapan.
13. Teman-temanku Manajemen Pemasaran angkatan 2007 yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk selalu maju.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas semua bantuannya baik moril maupun materiil.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna untuk itu saran dan kritik yang bersifat konstruktif selalu diharapkan demi perbaikan lebih lanjut. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkan.

Yogyakarta, 23 April 2012

Penyusun

Hermawan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Pemasaran	7
B. Kepuasan Pelanggan	8
BAB III METODE PENELITIAN	12
A. Tempat dan Waktu Penelitian	12
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	12
C. Metode Pengumpulan Data	14
D. Metode Pengambilan Sampel.....	15
E. Instrumen Penelitian dan Pengujian Instrumen.....	16

F. Teknik Analisis Data.....	21
BAB IV PEMBAHASAN	23
A. Hasil Penelitian	23
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
C. Deskripsi Data.....	50
D. Analisis Data	59
E. Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1. Kisi-kisi Instruenn Penelitian.....	16
2. Uji Validitas	18
3. Uji Reliabilitas	20
4. Karakteristik Responden BerdasarkanUsia.....	49
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	50
8. Kategori Harapan Atribut Produk	51
9. Kategori Kinerja Atribut Produk.....	51
10.Kategori Harapan Atribut Harga.....	52
11. Kategori Kinerja Atribut Harga	53
12. Kategori Harapan Atribut Promosi	53
13.Kategori Kinerja Atribut Promosi.....	54
14. KategoriHarapanAtributLokasi.....	55
15. Kategori Kinerja Atribut Lokasi	55
16. Kategori Harapan Atribut Pelayanan	56
17. Kategori Kinerja Atribut Pelayanan.....	56
18.Kategori Harapan Atribut Fasilitas	57
19.Kategori Kinerja Atribut fasilitas.....	57
20. Kategori Harapan Atribut Suasana.....	58
21.Kategori Kinerja Atribut Suasana	59

22. Skor Atribut.....	60
23. Perhitungan Nilai Atribut.....	61
24. Dsitribusi Frekuensi Kepuasan Atribut Produk	61
25. Dsitribusi Frekuensi Kepuasan Atribut Harga	62
26. Dsitribusi Frekuensi Kepuasan Atribut Promosi	62
27. Dsitribusi Frekuensi Kepuasan Atribut Lokasi	63
28. Dsitribusi Frekuensi Kepuasan Atribut Pelayanan	63
29. Dsitribusi Frekuensi Kepuasan Atribut Fasilitas	64
30. Dsitribusi Frekuensi Kepuasan Atribut Suasana.....	64
31. Distribus Frekuensi Atribut Kepuasan.....	65