

ABSTRAKSI

ALI ANDRI ABDUL KADIR. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depot Air Minum Isi Ulang Di Utama 2 Yogyakarta. (Dibimbing oleh Drs. Tugiyono, M.Si. dan Dra. Triani Puji Astuti, MP, MM.)

Bisnis air isi ulang berkembang dengan pesat seiring dengan kebutuhan air minum dan perkembangan penduduk yang pesat. Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, antara lain : *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*. Dalam rangka menghadapi persaingan maka perlu diketahui mengenai pengaruh dari faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) Mengetahui pengaruh secara bersama-sama *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Utama 2. (2) Mengetahui pengaruh secara parsial *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* terhadap kepuasan konsumen, dan (3) Mengetahui variabel manakah yang dominan terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Utama 2.

Penelitian dilakukan pada Depot Air Minum Isi Ulang Utama 2 yang berlokasi di Jl. Alpokan No 55, Leles, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni dan Juli 2012. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi berganda, dengan *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) Hasil analisis deskriptif terhadap kualitas pelayanan depot air minum isi ulang Utama 2 konsumen memberikan penilaian yang baik dan konsumen secara umum merasa puas. (2) Hasil analisis regresi berganda menyimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Utama 2, dengan tingkat pengaruh sebesar 62,5%. (3) Hasil analisis regresi berganda juga menyimpulkan bahwa ada pengaruh secara parsial *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Utama 2. (4) *Tangibles* merupakan dimensi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen depot air minum isi ulang Utama 2 dibandingkan dengan dimensi *reliability, responsiveness, assurance, empathy*.

Kata kunci : *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen.