

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA NIAT PEMBELIAN ULANG KONSUMEN

Oleh :

Erma Ristiana
141040237

ABSTRAKSI

Perubahan sosial ekonomi yang terus terjadi dalam proses perkembangan suatu negara membuahakan tantangan baru dalam dunia bisnis. Para eksekutif pemasaran harus dapat mengembangkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Mereka harus dapat memenuhi tuntutan konsumen tentang pelayanan yang lebih baik dan memuaskan serta dapat menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Salah satu cara untuk mempertahankan konsumen lama adalah dengan peningkatan kualitas pelayanan karena dengan kualitas pelayanan yang baik, maka kepuasan pelanggan akan tercapai. Tercapainya kepuasan pelanggan akan mempengaruhi intensi perilaku konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Hal ini berarti minat pembelian ulang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

Penelitian ini bertujuan : 1) mengetahui pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap niat pembelian ulang konsumen Indomaret Yogyakarta, dan 2) mengetahui pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap niat pembelian ulang konsumen Indomaret Yogyakarta?

Penelitian ini dilaksanakan di Indomaret Nologaten Yogyakarta selama 1 bulan yakni dari bulan Juni 2011 – Juli 2011. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (*service quality*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan minat pembelian ulang.

Hasil uji validitas 5 item kualitas pelayanan, 4 item kepuasan pelanggan dan 3 item minat pembelian ulang menunjukkan valid yaitu nilai koefisien korelasi butir lebih besar dari 0.300. Uji reliabilitas ketiga variabel yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang menunjukkan reliabel yaitu koefisien korelasi lebih besar dari 0.600.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap minat pembelian ulang di Indomaret Yogyakarta. Hal terbukti dari hasil perhitungan yang didapatkan Fhitung yang lebih besar dibandingkan Ftabel sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang di Indomaret Yogyakarta. Variabel kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap minat pembelian ulang di Indomaret Yogyakarta.