



ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGENAI KUALITAS PELAYANAN SERVICE *EXCELLENT* KOMPUTER SEMARANG

Wellyanti Wira Astuti✉

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Januari 2012

Disetujui Februari 2012

Dipublikasikan Agustus 2012

Keywords:

Quality of Service

Customer Satisfaction

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati menentukan kepuasan pelanggan Excellent Komputer Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan service toko Excellent Komputer Semarang dengan sampel 98 orang dengan menggunakan rumus slovin. Variabel yang digunakan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) dan variabel X (Kualitas Pelayanan). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan teknik random sampling. Analisis data yang digunakan adalah Uji Wilcoxon Signed Test. Hasil penelitian pada faktor bukti langsung menunjukkan bahwa dari semua indikator, pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Pada faktor keandalan menunjukkan bahwa dari indikator kenyamanan ruangan, pelanggan merasa tidak puas, sedangkan pada indikator kecepatan pelayanan dan kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan, pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Pada faktor daya tanggap menunjukkan bahwa dari indikator kesediaan memberikan informasi, pelanggan merasa sangat puas, sedangkan pada indikator kesigapan pegawai dalam menangani pelanggan dan kepedulian terhadap pengaduan pelanggan, pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Pada faktor jaminan, menunjukkan bahwa dari semua indikator, pelanggan merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan. Pada faktor empati, menunjukkan bahwa dari semua indikator, pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan

Abstract

The purpose of this study to describe and analyze direct evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy determine customer satisfaction Excellent Computer Semarang. The population in this study were all Excellent customer service computer store Semarang with 98 other samples using the formula slovin. Variables used variable Y (Customer Satisfaction) and a variable X (Quality of Service). Data collection methods used are questionnaires by using random sampling techniques. Analysis of the data used is the Wilcoxon Signed Test Test. The results of research on factors direct evidence shows that of all the indicators, customers are not satisfied with the services provided. On the reliability factor of the indicators showed that the comfort room, dissatisfied customers, while the indicator of the speed of service and compliance with the promise of services offered, customers were satisfied with the services provided. At power factor of the response indicates that the willingness to provide information, the customer was very satisfied, while the indicator of the alertness of employees in handling customer complaints and concern for customers, customers are not satisfied with the service provided. On the assurance factor, showed that of all the indicators, the customer was very satisfied with the services provided. In the empathy factor, showed that of all the indicators, the customer was satisfied with the service provided

© 2012 Universitas Negeri Semarang

Pendahuluan

Dewasa ini banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan yang bersangkutan adalah untuk memuaskan pelanggan (Tjiptono, 2000). Kotler (2004) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan - harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/ kesannya kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, maka pelanggan tidak puas, dan jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang (Tjiptono, 2007).

Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa Zeithamal dan Bitner dalam (Lupiyoadi 2006). Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Kualitas memberikan motivasi kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. sehingga perusahaan yang gagal memuaskan pelanggan terhadap layanan yang diberikan, umumnya mengalami masalah yang kompleks salah satunya adalah pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain. Setiap perusahaan jasa harus merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas agar dapat memuaskan pelanggannya.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan menurut John Sviokla (dalam Lupiyoadi, 2006) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan kepada pelanggan. Penilaian akan kualitas pelayanan dikembangkan oleh Parasuraman (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006) yang dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL) yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

Teori kualitas kepuasan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang di harapkan (*expected service*). Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu

lembaga ingin berkembang, persaingan yang semakin ketat menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri, 2003).

Excellent komputer merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan komputer dan jasa *service* komputer yang beralamat di Jl. Bulustalan I No. 27 Semarang. *Excellent* komputer menyediakan berbagai jenis merk komputer, laptop dan perlengkapan lainnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi awal, pada bulan Januari 2011 sampai febuari mengalami penurunan sebesar 3,69%, pada bulan Maret mengalami kenaikan sebesar 5,88%, pada bulan April mengalami penurunan sebesar -2,6%, pada bulan Mei mengalami kenaikan sebesar 2,45, pada bulan Juni dan Juli mengalami penurunan sebesar -2,46 dan -2,53 begitu pula pada bulan Agustus juga mengalami penurunan sebesar 13,39%.

Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting di dalam mempertahankan konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan tidak maksimal, maka konsumen akan beralih ke toko lain, begitu pula sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan sangat maksimal, maka konsumen akan bertahan.

Tujuan dari penelitian ini adalah mendiskripsi dan menganalisis faktor bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam menentukan kepuasan pelanggan *Excellent* Komputer.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang berkaitan erat dan tidak dapat dipisahkan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan karena kualitas jasa layanan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan (*expectation*) dan kinerja suatu perusahaan yang dirasakan pelanggan (*performance*). Perusahaan yang unggul dalam pasar harus mengamati harapan pelanggan, kinerja perusahaan menjadi tolak ukur kepuasannya, sehingga suatu perusahaan harus berwawasan pelanggan agar dapat memenangkan persaingan pasar.

Tuntutan pelanggan meningkat terhadap pelayanan yang berkualitas dan persaingan antar perusahaan komputer memaksa *Excellent* komputer melakukan upaya melalui pendekatan manajemen untuk meningkatkan keunggulan daya saing ditengah persaingan bisnis yang pelik.

Kualitas produk atau jasa yang diharapkan oleh pelanggan serta kepuasan pelanggan sebagai

orientasi perusahaan merupakan salah satu cara jitu untuk menciptakan keunggulan perusahaan. Pengukuran kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan maka perusahaan harus menilai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya.

Zeithaml, dan Berry (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006) menentukan lima dimensi pelayanan meliputi: *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

Kotler (2004) *service quality* merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*) dengan harapan para pelanggan atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (*expected service*). Ketidaksesuaian *perceived service* atas *expected services* akan menimbulkan kesenjangan (*gap*) yang merupakan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, persepsi pelanggan ini selanjutnya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan (*consumer satisfaction*), sehingga kepuasan pelanggan merupakan prioritas utama bagi perusahaan dalam mencapai keberhasilan.

Metode

Dengan menggunakan rumus Slovin, dapat diketahui jumlah sampel yang diperlukan untuk dijadikan responden adalah 98,28. Oleh karena itu peneliti membulatkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 98 orang pelanggan komputer. Jumlah responden diambil secara acak dengan menggunakan teknik sampling.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian diperoleh *Z Score* sebesar -4.880^a sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih kecil dari tingkat harapan (*Z score based on negative rank*), dan Asymp. Sig .000 pada *based on negative rank*. Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator desain interior tidak memberikan kepuasan kepada pelanggan toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini dapat dilihat dari beberapa desain interior seperti ruang untuk tempat etalase yang terlalu kecil sehingga ruang tunggu bagi konsumen terlihat sempit, penataan ruangan kurang rapi, sehingga membuat konsumen menjadi kurang nyaman. Hal ini sesuai dengan pendapat (Tjiptono, 2004) bahwa fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada

yaitu kondisi fisik, penampilan karyawan serta desain interior ruangan harus dipertimbangkan karena berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Berdasarkan penelitian diperoleh *Z score* sebesar -4.882^a sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih kecil dari tingkat harapan (*Z score based on negative rank*), dan Asymp. Sig 0.000 pada *based on negative rank*. Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator penampilan karyawan tidak memberikan kepuasan kepada pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini dapat dilihat dari beberapa hal antara lain dari kurang rapinya karyawan dalam menata rambut dan busana. Busana yang dikenakan karyawan masih banyak yang terlihat kurang rapi dan tidak memakai *id card*, sedangkan dari rambut masih banyak karyawan kurang peduli untuk menyisir rambut.

Berdasarkan penelitian diperoleh *Z score* sebesar -6.820^a sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja kecil dari tingkat harapan (*Z score based on negative rank*), dan Asymp. Sig .000 pada *based on negative rank*. Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator fasilitas fisik tidak memberikan kepuasan kepada pelanggan toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini dapat dilihat dari beberapa hal antara lain dari areal parkir yang kurang luas. Toko *Excellent* Komputer yang tidak berada di pinggir jalan raya tetapi berada di tengah perkampungan membuat areal parkir yang disediakan tidak terlalu luas karena minimnya lahan kosong. Areal parkir yang disediakan toko hanya berada di depan toko saja. Jika areal parkir depan toko sudah penuh maka konsumen harus memarkir mobil atau motornya di pinggir jalan toko. Hal ini membuat konsumen merasa tidak nyaman.

Berdasarkan penelitian diperoleh *Z score* sebesar -3.30^a sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja kecil dari tingkat harapan (*Z score based on negative rank*), dan Asymp. Sig .742 pada *based on negative rank*. Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator kenyamanan ruangan tidak memberikan kepuasan kepada pelanggan *service* Toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini dapat dilihat dari ruang tunggu yang terlalu sempit, komputer atau laptop yg akan diservis untuk sementara diletakkan dibelakang etalase. Padahal, hal ini dapat menyebabkan ruangan menjadi pengap meskipun penggunaan AC sudah dilakukan.

Berdasarkan penelitian diperoleh *Z Score* sebesar -7.183^b sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih besar dari tingkat harapan (*Z score based on positive rank*), dan Asymp. Sig .000 pada *based on positive rank*. Hasil penelitian mem-

buktikan bahwa indikator kecepatan pelayanan memberikan kepuasan kepada pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini dapat dilihat dari minimnya jumlah antrian pelanggan *service* yang ditangani dan pembeli yang langsung dilayani. Selain itu, singkatnya proses perbaikan komputer atau laptop yang diservis, karena teknis yang ada di toko *Excellent* komputer Semarang sudah sangat berpengalaman dibidangnya.

Berdasarkan penelitian diperoleh *Z score* sebesar -7.632^b sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih besar dari tingkat harapan (*Z score based on positive rank*), dan Asymp. Sig. .000 pada *based on positive Rank*. Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan sudah memenuhi harapan pelanggan *service Excellent* Komputer Semarang. Hal ini dapat dilihat dari iklan – iklan yang dilakukan sama seperti produk aslinya, misalnya harga dan unit komputer atau laptop yang ditawarkan. Selain itu, ketepatan waktu dalam penyelesaian *service* komputer atau laptop sudah sesuai dengan apa yang dijanjikan. Hal ini menimbulkan citra yang baik dari pelanggan *service* terhadap kinerja yang diberikan toko *Excellent* Komputer Semarang.

Berdasarkan, penelitian diperoleh *Z score* sebesar -6.312^a sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih besar dari tingkat harapan (*Z score based on positive rank*), dan Asymp. Sig. ,000 pada *based on positive ranks*. Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator kesediaan pegawai dalam memberikan informasi memberikan kepuasan kepada pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini dapat dilihat dari pegawai yang bisa menjelaskan barang-barang apa saja yang dijual dan fungsi-fungsinya, serta penjelasan – penjelasan yang diberikan oleh teknis akan kerusakan dan apa saja yang harus diganti oleh teknis. Hal ini sesuai dengan pendapat (Tjiptono, 2008) yang menyatakan bahwa kesediaan pegawai memberikan informasi, kesiapan pegawai menangani pelanggan dan pelayanan terhadap pengaduan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi pelanggan karena pelanggan akan merasa tercukupi kebutuhan informasinya, merasa dilayani dengan baik serta pelanggan dapat mengadukan kepada pemberi jasa tentang hal-hal yang dirasakan kurang baik sehingga pemberi jasa dapat segera memperbaiki hal-hal yang membuat pelanggan tidak puas.

Berdasarkan penelitian diperoleh *Z score* sebesar -4.601^a sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih kecil dari tingkat harapan (*Z score based on negative rank*), dan Asymp. Sig. .000 pada *based on negative rank*. Hasil penelitian

membuktikan indikator kesiapan pegawai tidak memberikan kepuasan kepada pelanggan *service*. Hal ini dapat dilihat dari lambatnya pegawai di dalam melayani pelanggan yang akan membeli peralatan komputer atau laptop dan pelanggan yang akan *servis* komputer karena minimnya jumlah pegawai.

Berdasarkan, penelitian diperoleh *Z score* sebesar -4.4591^a sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih kecil dari tingkat harapan (*Z score based on negative rank*), dan Asymp. Sig. 0.000 pada *based on negative rank*. Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator kepedulian terhadap pengaduan pelanggan kepada pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini dapat dilihat dari lambatnya penanganan dan tanggapan terhadap pengaduan pelanggan. Pengaduan pelanggan ini biasanya berupa keterlambatan di dalam servis, sikap karyawan yang cenderung tidak peduli dengan pelanggan, dan ruangan yang terlihat tidak rapi.

Berdasarkan, penelitian diperoleh *Z score* sebesar -4.415^b sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih besar dari tingkat harapan (*Z score based on positive rank*), dan Asymp. Sig. .000 pada *based on positive Rank*.

Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator keamanan barang – barang yang dibawa konsumen memberikan kepuasan kepada pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini dapat dilihat dari adanya *cctv* pada sudut – sudut ruangan toko, sehingga pihak keamanan toko bisa melihat aktivitas-aktivitas apa saja yang dilakukan di dalam tokonya. Hal ini memperkecil adanya kejahatan yang bisa dilakukan di toko *Excellent* Komputer Semarang, sehingga konsumen merasa terjamin aman akan barang – barang yang dibawanya.

Berdasarkan, penelitian diperoleh *Z score* sebesar -3.760^b sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih besar dari tingkat harapan (*Z score based on positive rank*), dan Asymp. Sig. .000 pada *based on positive rank*. Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator keaslian produk yang dijual memberikan kepuasan kepada pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini dapat dilihat dari produk – produk yang dijual masih ada logo segel dari pabrik. Selain itu toko memberikan garansi dari pabrik yang memproduksi semua barang – barang yang dijual di toko.

Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator mutu dan produk yang dijual memberikan kepuasan kepada pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini dapat dilihat dari produk – produk yang dijual awet dan tahan lama, karena produk - produk yang dijual di ja-

min mutu barang yang bagus dan di jamin keasliannya oleh pabrik sehingga membuat barang – barangnya menjadi awet dan tahan lama. Selain itu penggunaan yang tepat sesuai kebutuhan dan perawatan membuat barang lebih tahan lama.

Berdasarkan, penelitian diperoleh *Z score* sebesar -5.346^b sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih besar dari tingkat harapan (*Z score based on positive rank*), dan Asymp. Sig .000 pada *based on positive rank*. Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator kemampuan pegawai berkomunikasi dengan pelanggan menunjukkan bahwa pelanggan *service* sangat puas. Hal ini tercermin dari kemampuan pegawai dalam berinteraksi dengan pelanggan sangat cakap, sehingga pegawai bisa mengerti apa yang di inginkan konsumen. Selain itu, karyawan juga bisa menjelaskan dengan secara terperinci terhadap apa yang diminta konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat (Umar, 2002) yang menyatakan kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Oleh karena berbagai faktor, seperti subjektivitas yang dipersepsikan konsumen dan pemberi jasa, maka jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan oleh konsumen.

Berdasarkan, penelitian diperoleh *Z score* sebesar -4.568^b sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih besar dari tingkat harapan (*Z score based on positive rank*), dan Asymp. Sig .000 pada *based on positive Rank*. Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator sikap simpatik dari pegawai memberikan kepuasan kepada pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini terlihat dari sikap karyawan yang ramah dan sopan terhadap para pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang, melayani pelanggan dengan cepat dan tepat dan selalu mengucapkan terima kasih yang diiringi harapan pelanggan akan kembali lagi.

Berdasarkan, penelitian diperoleh *Z score* sebesar -6.181^b sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kinerja lebih besar dari tingkat harapan (*Z score based on positive rank*), dan Asymp. Sig .000 pada *based on positive rank*. Hasil penelitian membuktikan bahwa indikator pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan memberikan kepuasan kepada pelanggan toko *Excellent* Komputer Semarang. Hal ini tercermin dari terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pelanggan yang akan melakukan *service* dan pembelian komputer atau laptop.

Simpulan

Kepuasan pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang, pada faktor bukti langsung yang terdiri dari indikator desain interior seperti tempat etalase yang terlalu kecil, penampilan karyawan seperti kurang tertibnya karyawan dalam pemasangan *id card*, menunjukkan bahwa pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang di berikan toko *Excellent* Komputer Semarang hal ini karena. Kepuasan pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang, pada faktor keandalan yang terdiri dari indikator kenyamanan ruangan dapat dilihat dari ruang tunggu yang terlalu sempit, menunjukkan bahwa pelanggan *service* tidak puas dengan pelayanan yang diberikan toko *Excellent* Komputer Semarang, sedangkan pada indikator kecepatan pelayanan dapat dilihat dari minimnya jumlah antrian pelanggan *service* dan kesesuaian pelayanan dengan janji yang di tawarkan pelanggan seperti iklan – iklan yang ditawarkan sama seperti produk aslinya, konsumen sangat puas dengan pelayanan yang diberikan toko *Excellent* Komputer Semarang. Kepuasan pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang, pada faktor daya tanggap yang terdiri dari indikator kesediaan memberikan informasi pelanggan dapat dilihat dari pegawai yang bisa menjelaskan barang apa saja yang di jual, merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan toko *Excellent* Komputer Semarang, namun pada kedua indikator kesigapan pegawai dalam menangani pelanggan seperti lambatnya pegawai dalam menangani pelanggan, dan kepedulian terhadap pengaduan pelanggan seperti lambatnya tanggapan yang di berikan pelanggan, pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang di berikan toko *Excellent* Komputer Semarang. Kepuasan pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang, pada faktor jaminan yang terdiri dari indikator keamanan barang – barang yang di bawa konsumen dapat dilihat dari adanya kamera *cctv* pada sudut ruangan toko, keaslian produk yang di jual di toko seperti produk yang dijual masih bersegel dari pabrik, mutu dan produk yang dijual. Pada ketiga indikator menunjukkan bahwa pelanggan merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan toko *Excellent* Komputer Semarang. Kepuasan pelanggan *service* toko *Excellent* Komputer Semarang pada faktor empati yang terdiri dari indikator kemampuan pegawai berkomunikasi dengan pelanggan tercermin dari kemampuan pelanggan berinteraksi dengan cakap, sikap simpatik dari pegawai dapat terlihat dari sikap karyawan yang ramah dan sopan terhadap para pelanggan, dan pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan

tercermin dari terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pelanggan, pada ketiga indikator pelanggan merasa sangat puas.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, Sofjan .2003. "Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction" dalam *Usahawan*, No. 01, Tahun XXXII, Januari, hal.25-30. Jakarta
- Ghozali, Imam. 2009. *Analisis Multivariate Dengan Progm SPSS*. Semarang: Undip
- Handi dan Haryanti. 2007 *Customer Service, Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*. Jakarta: Paradnya Paramitha
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Armstrong 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium Satu. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium Satu*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat Dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat 2009 *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba empat
- Nasution, M. Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat
- Stanton, J. William. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Sumantri. Ating dan Sambat Ali Muhidin. 2006. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Swastha, Basu dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Terrence, A. Shimp. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono dan Diana Anantasia. 2001. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu-media Publising
- Tjiptono, Fandy 2009. *Service Marketing Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama