

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Puji dan syukur Saya panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala, yang banyak memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “**Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen** (Studi pada pengguna jasa Kantor Pos Cabang Cikalang No: 328 Cileunyi Bandung)”.

Sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE), penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini merupakan proses perjalanan yang panjang dan harus ditempuh, dengan banyak pengorbanan baik tenaga, pikiran, maupun biaya disertai kerja keras dan do'a. Adanya dukungan dari semua pihak, *Alhamdulillah* penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Saya juga tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih, kepada :

1. Bapak Dr. Sahya Anggara, Drs., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri, Sunan Gunung Djati, Bandung.
2. Bapak Muhammad Zaky, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung.

3. Bapak Kadar Nurjaman, SE., M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung.
4. Ibu Dr. Lilis Sulastri Lagut, SA., MM selaku Dosen Pembimbing I, yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, maupun saran dan masukan yang sangat berharga dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dewi Kurniasari, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, maupun saran dan masukan yang sangat berharga dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada Kedua Orang Tuaku, Bapak Eded Rosidin dan Ibu Dede Sunarsih, yang telah membesarkanku, mendidikku, memberikan kepercayaan, dukungan, perhatian dan kasih sayang, serta selalu mendo'akan putranya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Kepada kakaku, Edwin Rusdiana, Rika Puspita, Nanang Herdiana, Yopi Setiawan, yang telah memberikan do'a dan dukungannya dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Kepada seorang wanita penyemangat hidup saya Sri Rahayau yang slalu memberikan do'a dan dukungannya dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
9. Kepada seluruh rekan-rekan seperjuangan Manajemen Clas G 2013 yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.
10. Kepada seluruh Keluarga Besar bapak rohana dan Saudara-saudaraku, atas segala do'a dan dukungannya.

11. Rekan-rekan Manajemen, khususnya seperjuangan Manajemen Angkatan 2013 yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan serta masukan, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Semua pihak, yang telah membantu dan memberi masukan dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas segala bantuannya baik moril maupun materil.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya, dan khususnya bagi mahasiswa ekonomi. Tentunya kritik dan saran yang membangun penulis butuhkan, diharapkan dapat menjadi bahan bagi perbaikan skripsi ini dimasa yang akan datang. *Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Bandung, Agustus 2017.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Kerangka Pemikiran.....	7
G. Hipotesis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Ilmu Manajemen Pemasaran	16
1. Pengertian Manajemen.....	16
2. Pengertian Manajemen Pemasaran dan Pemasaran	17
3. Konsep Inti Manajemen Pemasaran.....	18
B. Citra Perusahaan.....	20
1. Pengertian Citra	20
2. Peran Citra.....	21
3. Dimensi Citra Perusahaan	22

C. Kualitas Pelayanan	24
1. Pengertian Pelayanan	24
2. Pengertian Kualitas Pelayanan	25
3. Dimensi Kualitas Pelayanan	26
D. Kepuasan Konsumen.....	29
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	29
2. Dimensi Kepuasan Konsumen	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
A. Metode Penelitian.....	36
B. Populasi dan Sampel	37
C. Jenis Data	39
D. Variabel Penelitian	40
E. Teknik Pengumpulan data.....	43
F. Analisis Data	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas	47
G. Pengujian Hipotesis.....	48
1. Uji Parsial (t).....	48
2. Analisis Regresi Berganda	52
3. Analisis Korelasi	52
4. Uji F	54
5. Koefisien Determinasi.....	56
H. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	57
1. Tempat Penelitian.....	57
2. Waktu Penelitian	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Umum PT Pos Indonesia	58
1. Sejarah.....	58
2. Perubahan Status Pos Indonesia.....	58

3. Produk atau jasa	60
4. Visi PT Pos Indonesia	62
5. Misi PT Pos Indonesia	62
6. Tujuan PT Pos Indonesia	62
7. Identifikasi Responden.....	63
B. Pengolahan Data Penelitian.....	65
C. Tehnik Analisis Data.....	74
1. Uji Validitas	74
2. Uji Reliabilitas	76
D. Pengujian Hipotesis.....	77
1. Analisis korelasi	77
2. Analisis Regresi Berganda	79
3. Uji parsial (Uji t)	81
4. Uji F	84
5. Koefisien determinasi.....	85
E. Pembahasan Hasil Penelitian	87
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
1. Saran Akademis	91
2. Saran Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Konsumen.....	4
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Skoring Pertanyaan	39
Tabel 3.2 Overasional Variabel Penelitian	41
Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Skor	54
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian 2017.....	57
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	63
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Citra Perusahaan	66
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	68
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen	72
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel X	74
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Variabel Y.....	75
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas Citra Perusahaan(X1)	76
Tabel 4,9 Hasil Pengujian Reliabiltras Kualitas Pelayanan(X2)	76
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas Kepuasan Konsumen(Y)	77
Tabel 4.11 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	78
Tabel 4.12 Pengujian Korelasi	78
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (F).....	84
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi Variabel X Terhadap Variabel Y.....	86
Table 4.16 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konsep	10
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen.....	32
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho (Uji-t).....	51
Gambar 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar 4.2 Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	64
Gambar 4.3 Garis Kontinum Mengenai Citra Perusahaan.....	67
Gambar 4.4 Garis Kontinum Mengenai Kualitas Pelayanan	71
Gambar 4.5 Garis Kontinum Mengenai Kepuasan Konsumen.....	73
Gambar 4.6 Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho (Uji t) citra perusahaan	82
Gambar 4.7 Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho (Uji t) Kualitas Pelayanan..	83
Gambar 4.8 Daerah Penolakan Dan Penerimaan Ho (Uji F)	85

