

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas Rahmat Allah SWT yang telah memberikan Hidayah-Nya, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi tugas-tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa isi yang terkandung dalam skripsi ini belum sempurna ini disebabkan oleh terbatasnya waktu, kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki dalam penyajiannya. Oleh karena itu dengan hati yang tulus dan ikhlas penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca yang nantinya dapat menyempurnakan skripsi ini.

Penulis banyak mendapat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah ini, Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda Alm. Usman Amri dan Ibunda Nurlela tercinta yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa kasih sayang yang tulus dan memberikan dorongan dan semangat selama penulis menjalani pendidikan. Dan hanya doa yang dapat penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, semoga kelak penulis menjadi manusia yang berguna bagi orang tua, keluarga, agama, dan bangsa.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

3. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi. Selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Amrin Mulia Utama SE, MM selaku pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
5. Ibu Dra. Isoaniah, LKS, MMA, selaku pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen Universitas Medan Area selaku staff pengajar yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
7. Bapak dan Ibu pimpinan, Serta seluruh karyawan PT. Enseval Putera Megarading Tbk. Medan.
8. Kakak saya Puspa Dewi beserta suami yang telah memberikan dorongan semangat selama penulis menjalani pendidikan.
9. Teman-teman terbaikku selama perkuliahan khususnya mahasiswa Manajemen 06 pagi, terutama (Dian, Eva, henny, Sandy, Linda, Rini,).
10. Semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Medan, 20 Oktober 2010

Penulis

Rina susila dewi

06 832 0104

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Uraian Teoritis.....	5
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	5
2. Jeni-jenis Bentuk Pelayanan	7
3. Komponen dan Dimensi Kualitas Pelayanan.....	8
4. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.....	9
5. Pengertian dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	11
6. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	13
7. Strategi Kepuasan Pelanggan.....	14
B. Kerangka Konseptual.....	16
C. Hipotesis.....	17
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
B. Populasi dan Sampel.....	20
C. Definisi Operasional	21
D. Jenis dan Sumber Data.....	22
E. Teknik Pengumpulan Data	22
F. Teknik Analisis Data	23

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

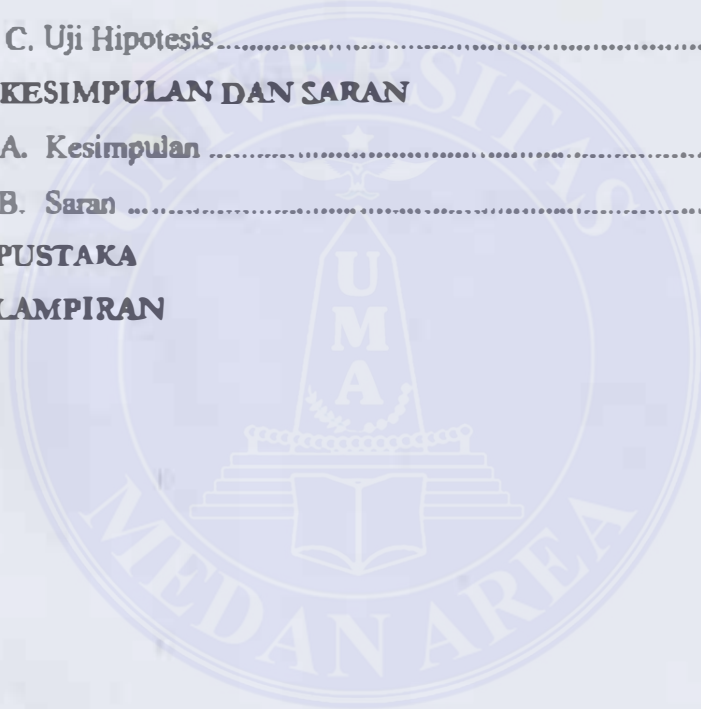
A. Hasil Penelitian	26
1. Deskripsi Perusahaan	26
2. Struktur Organisasi Perusahaan	27
3. Bidang Kegiatan Usaha Perusahaan	33
B. Pembahasan Penelitian	36
1. Penyajian Data Angket Responden	36
2. Teknik Analisis Data	51
C. Uji Hipotesis	53

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	55
B. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Konseptual	17
2. Struktur Organisasi PT. Enseval Putera Megatrading, Tbk Medan	29



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Rincian Waktu Penelitian	19
2. Skala Pengukuran Likert's.....	23
3. Interval Koefisien Korelasi.....	24
4. Distribusi jawaban terpondeo, sales selalu tanggap dan siap dalam melayani pelanggan	37
5. Distribusi jawaban responden, sales selalu menjaga ketepatan, kelancaran dan keandalan pelayanan terhadap pelanggan	37
6. Distribusi jawaban responden, prosedur dan waktu pelayanan selalu berjalan sesuai ketentuan	38
7. Distribusi jawaban responden, sales selalu menepati realisasi janji.....	38
8. Distribusi jawaban responden, sales selalu memberikan perhatian Dalam melayani mitra salur.....	39
9. Distribusi jawaban responden, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat baik	39
10. Distribusi jawaban responden, keramahan sales membuat pelanggan merasa puas.....	40
11. Distribusi jawaban responden, koresponsifan petugas saat melayani pelanggan cukup baik	40
12. Distribusi jawaban responden, penyambutan yang dilakukan para sales cukup baik	41
13. Distribusi jawaban responden, keamanan & penampilan sales sesuai	41

14. Distribusi jawaban responden,penyampaian informasi dari pihak sales cukup baik.....	42
15. Distribusi jawaban responden,fasillitas perusahaan sudah memadai....	42
16. Distribusi jawaban responden,merasa senang atas pelayanan.....	43
17. Distribusi jawaban responden,merasa puas dengan keandalan sales	43
18. Distribusi jawaban responden, tentang estimasi waktu	44
19. Distribusi jawaban responden,prosedur pelayanan sudah tepat dan cepat	44
20. Distribusi jawaban responden,proses pembelian produk mudah dilakukan	45
21. Distribusi jawaban responden,tentang mutu pelayanan	45
22. Distribusi jawaban responden,saudara merasa puas terhadap produk perusahaan.....	46
22. Distribusi jawaban responden,pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan anda	46
23. Distribusi jawahan responden,pelayanan yang diberikan sudah tepat waktu	47
24. Distribusi jawaban responden,kepuasan yang dirasakan sudah sesuai dengan biaya yang sudah dikeluarkan.....	47
25. Distribusi jawaban responden,pelayanan yang diberikan sudah sangat cepat dan tepat.....	48
26. Distribusi jawaban responden,perusahaan sering memperhatikan kebutuhan pelanggan dalam rangka meningkatkan pelayanan	48

27. Rangkang nilai jawaban variabel X	49
28. Rangkang nilai jawaban variabel Y	50
29. Pedoman untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi Product Moment	51
30. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.....	53

