

658-83.
Ind.
a.

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN KONSUMEN PADA DESAIN INTERIOR
CV. EBONY SEMARANG**

198

SKRIPSI

Diajukan Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



PERPUSTAKAAN

No. INV. 0268/E/C1

Disusun oleh: NAWAN. Cat: COM9

PARAP. TGL. 4-5-1998

NAMA : RA. DEWI INDIRASARI

NIM : 93.30.1495

NIRM : 94.6.111.02016.50416

JURUSAN : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1998**

TIDAK BULU
DI FOTO COPY

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

1. Seseorang yang bodoh yang mengerti bahwa dirinya, bodoh sebenarnya ia adalah orang yang pandai.

Tetapi orang yang bodoh merasa dirinya pandai ia sebenarnya adalah orang yang bodoh.

(Dharmapada : 663)

2. Dasar segala sesuatu adalah kepercayaan.

Kupersembahkan kepada:

- Bapak dan Ibu tercinta
- Kakak-kakak tersayang
- Someone in somewhere

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA PENYUSUN : RA.DEWI INDIRASARI
NOMOR INDUK MAHASISWA : 93.30.1495
N I R M : 94.6.111.02016.50416
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN
PADA DESAIN INTERIOR CV. EBONY
SEMARANG.

Semarang, Januari 1998

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Dra. Lucia Hari P.Msi)

(Benedictus Karno BP, SE, MM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN KONSUMEN PADA DESAIN INTERIOR
CV. EBONY SEMARANG**

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 13 Februari 1998

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Penguji I

(Drs. Wiratno, MEC)

Penguji II

(Dra. A. Ferijani, MSHRM)

Penguji III

(Drs. J. Sugiharto)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

(Kornela Inggawati, SE, MM)

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha akhir-akhir ini ditandai oleh semakin tajamnya persaingan yang ada, terutama persaingan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis. Setiap usaha dan gerak-gerik yang dilakukan oleh perusahaan dalam melayani pasar, akan selalu diperhatikan oleh perusahaan lain bahkan tidak jarang perusahaan lain akan menandingi dengan jalan melakukan kegiatan yang serupa.

Keadaan serupa ini timbul, karena pihak manajemen kian menyadari bahwa keberhasilan dari suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam mempertahankan dan memperluas pasar. Pasar akan selalu mengalami perubahan.

CV. Ebony dituntut untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen yang beranekaragam kepentingan serta sifat dan karakternya. Kepuasan konsumen diharapkan akan menghasilkan pembelian ulang yang berkembang tidak saja bagi konsumen itu sendiri, tetapi meluas sebagai publikasi kepada teman, kerabat maupun kepada pihak lainnya yang akan meningkatkan hasil penjualannya. Kunci pemenuhan kepuasan konsumen dapat dipenuhi melalui pemberian harga yang bersaing serta kualitas produk yang menarik, mengingat saluran distribusi dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa desain interior di Semarang saat ini relatif hampir sama pelaksanaannya.

Produk jasa desain interior mempunyai karakteristik yang berbeda dengan produk-produk jasa yang lain dimana unsur seni yang berbeda-beda permintaannya dari konsumen. Tingkat kepuasan konsumen tergantung dari wawasan akan seni yang dipadu dengan selera.

Masalah yang dihadapi CV. Ebony adalah semakin menurunnya penjualan jasa desain interior yang diduga konsumen kurang puas dengan tata letak, tata warna, bentuk bahan, kualitas dan kesesuaian harga. Sehingga dapat dirumuskan "Terjadi kekurangpuasan konsumen akan jasa desain interior pada CV. Ebony yang berkaitan dengan tata letak, tata warna, bentuk bahan, kualitas dan kesesuaian harganya.

Populasi atau unit yang diteliti adalah konsumen CV. Ebony yang menggunakan jasa desain interior di wilayah kota Semarang pada tahun 1997 yang berjumlah 269 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik simple random sampling. Besarnya sampel yang diambil ditetapkan sebesar 15% dari populasi yaitu 40 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis kualitatif dan Analisis kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Pengujian koefisien regresi digunakan uji t dan uji F. Sebelum dilakukan analisis, data yang dikumpulkan sebelumnya diuji validitas dan reliabilitasnya.

Kesimpulan yang diambil, tata letak berpengaruh searah atau positif yaitu sebesar 0,540 dan signifikan. Berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel tata letak (tanggapan responden atas tata letak yang berarti semakin serasi atau

sesuai dengan selera atau keinginan konsumen) akan menyebabkan kenaikan variabel kepuasan pada konsumen CV. Ebony.

Tata Warna berpengaruh negatif yaitu $-0,095$ dan tidak signifikan. Berarti desain tata warna memberikan kepuasan yang rendah sehingga kurang dapat memberikan kepuasan. Semakin tidak serasi tata warna yang diberikan, semakin turun kepuasan yang akan dirasakan oleh konsumen (konsumen merasa semakin tidak puas).

Bentuk bahan berpengaruh positif $0,101$ dan tidak signifikan. Berarti bentuk bahan kurang dapat memuaskan konsumen. Adanya pengaruh positif yang tidak signifikan menunjukkan adanya kecenderungan pengaruh pada beberapa kasus dimana bentuk bahan menimbulkan kepuasan.

Kualitas bahan berpengaruh positif yaitu $1,038$ dan signifikan. Hal ini berarti kualitas bahan dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Kualitas bahan yang semakin baik dan sesuai dengan selera konsumen akan menyebabkan kenaikan variabel kepuasan konsumen pada CV. Ebony sebesar $1,038$.

Kesesuaian harga berpengaruh negatif $-0,519$ dan signifikan. Kesesuaian harga berpengaruh pada kepuasan konsumen, semakin tinggi suatu harga yang diberikan akan menyebabkan semakin rendah kepuasan yang dirasakan konsumen.

Pengaruh yang diberikan secara bersama-sama ditunjukkan oleh koefisien determinasi $R_2 = 0,951$. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini (4,9 persen). Besarnya pengaruh setelah diuji ternyata signifikan. Keenam variabel tersebut secara bersama-sama memberikan akumulasi pengaruh yang menimbulkan kepuasan terhadap penggunaan jasa desain interior pada CV. Ebony Semarang

Saran yang diajukan berdasarkan kesimpulan tersebut adalah : Tata warna yang memberikan kepuasan yang rendah terhadap kepuasan konsumen merupakan hal yang penting untuk dibenahi oleh CV. Ebony dalam memberikan jasa desain interior. Hal tersebut dapat dilaksanakan melalui kerjasama dengan perusahaan-perusahaan material tertentu yang menjamin kualitasnya sehingga harus mencari cat yang berkualitas nomor satu. Penyediaan cat tersebut harus dapat memberikan kepuasan yang sesuai dengan keinginan konsumen tanpa harus meningkatkan harga. Ini dapat dilakukan dengan selalu mengikuti perkembangan tren atau mode desain interior seperti yang terdapat pada majalah "Asri", "Griya" maupun buku-buku khusus yang mengupas masalah desain interior untuk mudah menterjemahkan keinginan konsumen.

Kesesuaian harga dalam desain juga perlu untuk dibenahi, karena harga besar pengaruhnya untuk dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen dimana konsumen menginginkan yang dapat terjangkau oleh kemampuan konsumen. Semakin rendah harga yang ditawarkan akan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Dengan begitu perusahaan dituntut untuk dapat memberikan harga yang sesuai pada desain interiornya tanpa harus kualitas yang diberikan.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penyusunan skripsi ini dengan judul ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA DESAIN INTERIOR CV. EBONY SEMARANG.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Sarjana (S1) pada Universitas Katolik Soegijapranata. Hasil dari penelitian ini semoga dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Pada kesempatan ini sudah sepantasnya, penulis menyatakan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang membantu terhadap penyelesaian karya ilmiah ini, terutama kepada Ibu Dra. Lucia Hari P, Msi selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak Benedictus Karno BP, SE, MM. selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.

Selanjutnya kepada Bapak Sugiharto Kiswandono selaku Pimpinan CV. Ebony Semarang yang telah bersedia memberikan izin penelitian dan data /keterangan yang penulis perlukan untuk penyusunan skripsi ini.

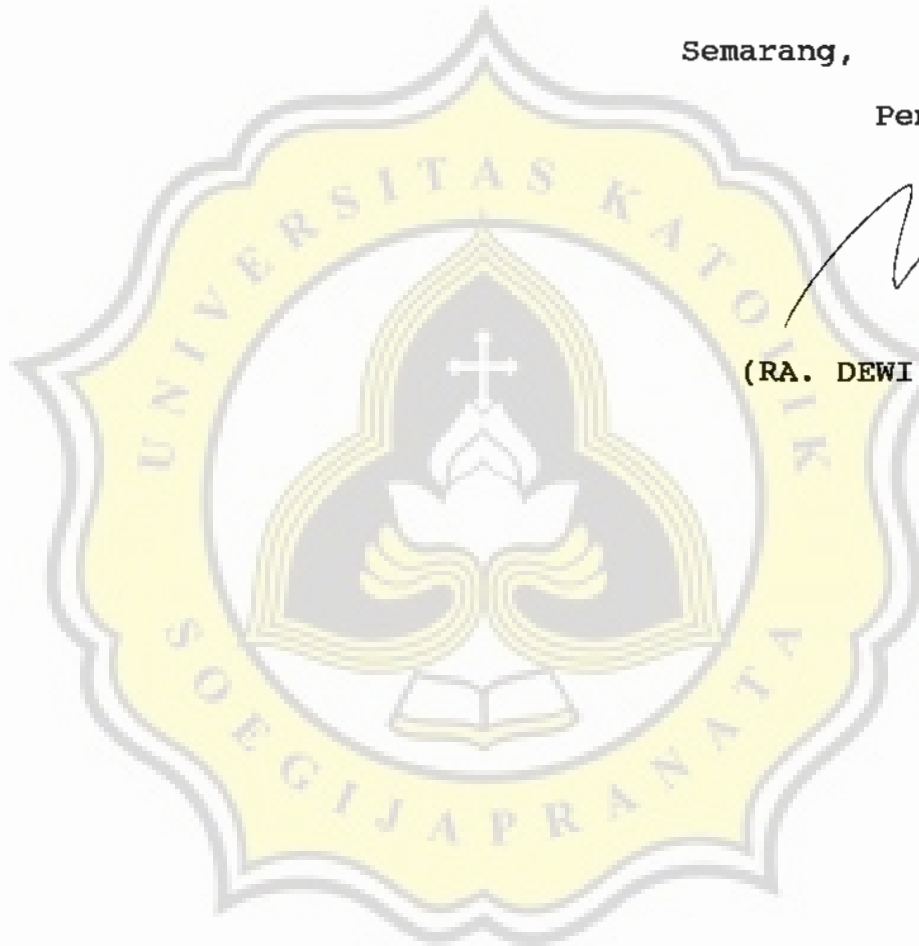
Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis menyadari sepenuhnya bahwa sumbangan pemikiran ini

masih jauh dari sempurna. Namun demikian penulis harapkan skripsi ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sangat penulis harapkan.

Semarang, Januari 1998

Penulis


(RA. DEWI INDIRASARI)



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.4. Sistematika Pembahasan	6
BAB II TINJAUAN TEORI	8
2.1. Tinjauan Teori	8
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. Produk	12
2.1.3. Harga	13
2.1.4. Kepuasan Konsumen	16
2.2. Kerangka Pemikiran	21
2.3. Definisi Operasional	22
2.4. Hipotesis	24

BAB III	METODE PENELITIAN	25
3.1.	Objek Penelitian	25
3.2.	Metode Pengumpulan Data	25
3.3.	Populasi dan Sampel	26
3.4.	Metode Analisis Data	27
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.2.	Identitas Responden	37
4.1.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
4.1.4.	Tanggapan Responden	42
4.2.	Analisis Data	56
4.2.1.	Pengaruh Tata Letak terhadap Kepuasan Konsumen	56
4.2.2.	Pengaruh Tata Warna terhadap Kepuasan Konsumen	57
4.2.3.	Pengaruh Bentuk Bahan terhadap Kepuasan Konsumen	58
4.2.4.	Pengaruh Kualitas Bahan ter- hadap Kepuasan Konsumen.....	59
4.2.5.	Pengaruh Kesesuaian Harga ter- hadap Ketidakpuasan Konsu- men	60
4.2.6.	Pengaruh Tata Letak, Tata War- na, Bentuk Bahan, Kualitas Ba- han dan Kesesuaian Harga ter- hadap Kepuasan Konsumen.....	61

BAB V	PENUTUP	63
	5.1. Kesimpulan	63
	5.2. Saran-Saran	66

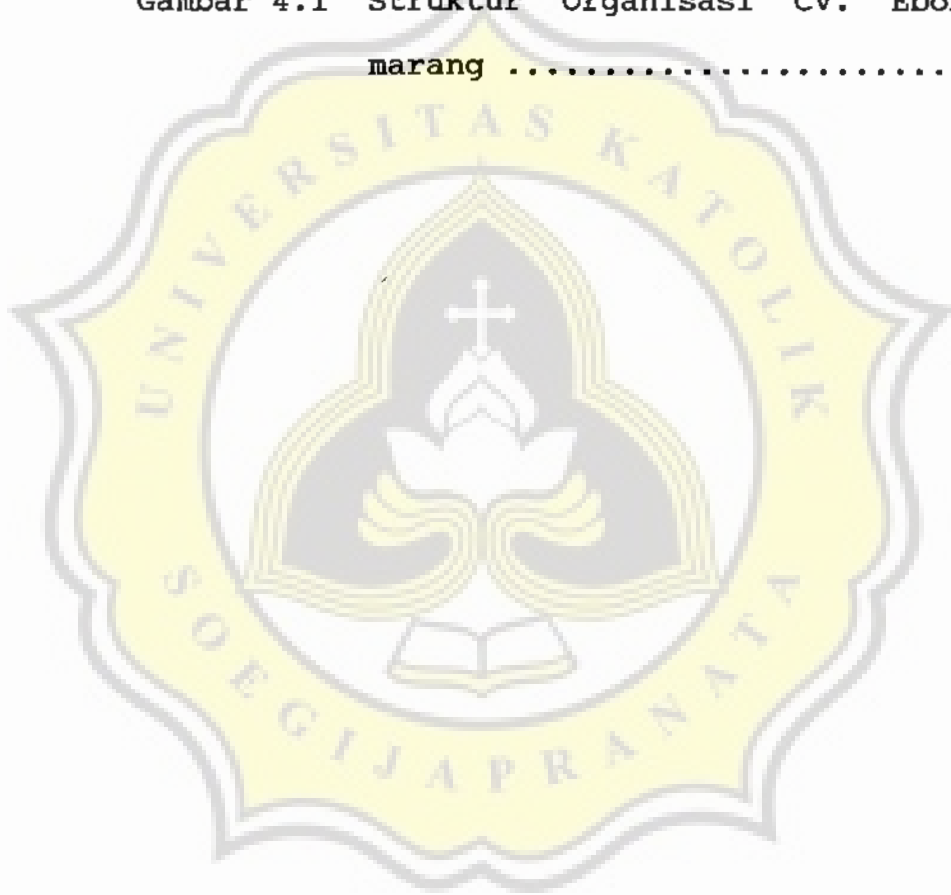
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

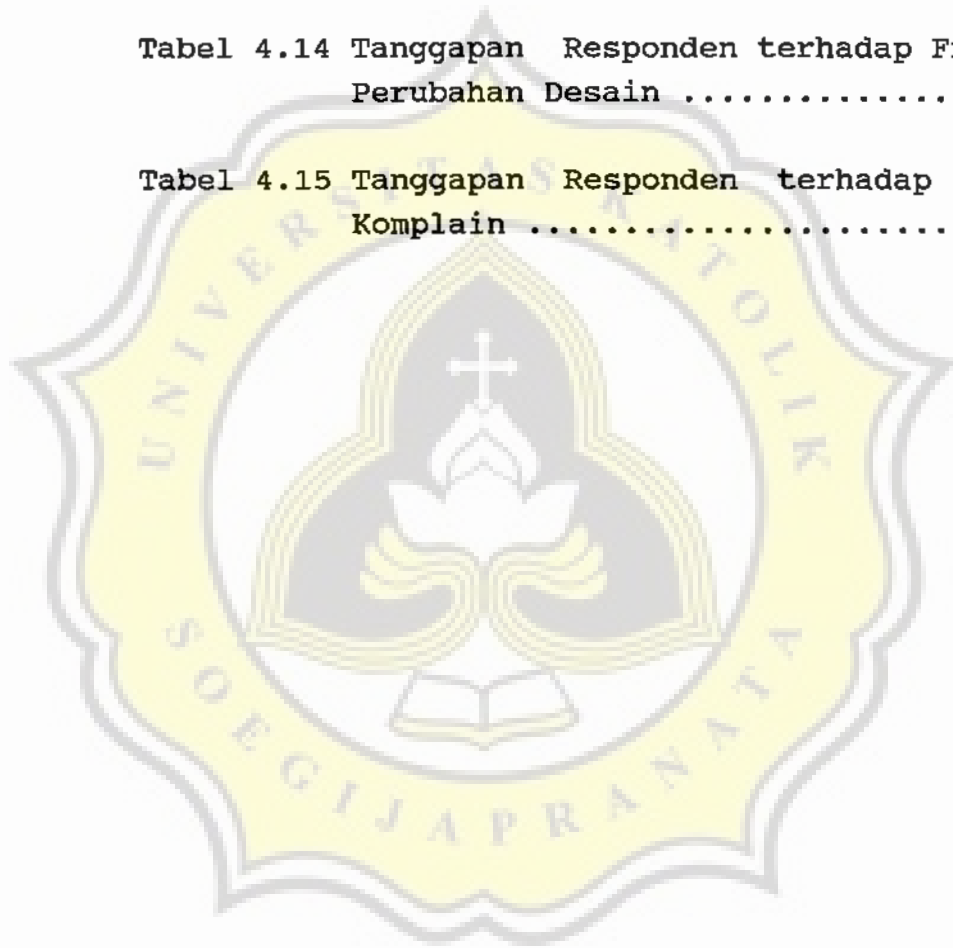
	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Ebony Semarang	34



DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 4.1	Umur dan Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4.2	Pekerjaan dan Pendapatan Responden ...	39
Tabel 4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Indikator dari Masing-masing Variabel	41
Tabel 4.4	Tanggapan Responden terhadap Keserasian Letak/Keindahan Pandangan	43
Tabel 4.5	Tanggapan Responden terhadap Kenyamanan Penggunaan Barang dengan Penggunaan Ruang	44
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap Keserasian Warna Barang dengan Penggunaan Ruang	45
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Keserasian Warna Antar Barang	46
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap Profil Bahan	47
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Keserasian Bahan yang Digunakan	48
Tabel 4.10	Tanggapan Responden terhadap Keindahan Bahan	50

Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Kekuatan Bahan yang Digunakan	51
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Kelayakan Harga	52
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap Bentuk Pembayaran	53
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap Frekuensi Perubahan Desain	54
Tabel 4.15 Tanggapan Responden terhadap Aduan/ Komplain	55



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 3 Uji Validitas : Tata Letak
- Lampiran 4 Uji Validitas : Tata Warna
- Lampiran 5 Uji Validitas : Bentuk Bahan
- Lampiran 6 Uji Validitas : Kualitas Bahan
- Lampiran 7 Uji Validitas : Kesesuaian Harga
- Lampiran 8 Uji Validitas : Ketidakpuasan Konsumen
- Lampiran 9 Tabulasi Data
- Lampiran 10 Regression Analysis
- Lampiran 11 Tabel Distribusi t
- Lampiran 12 Tabel Distribusi F