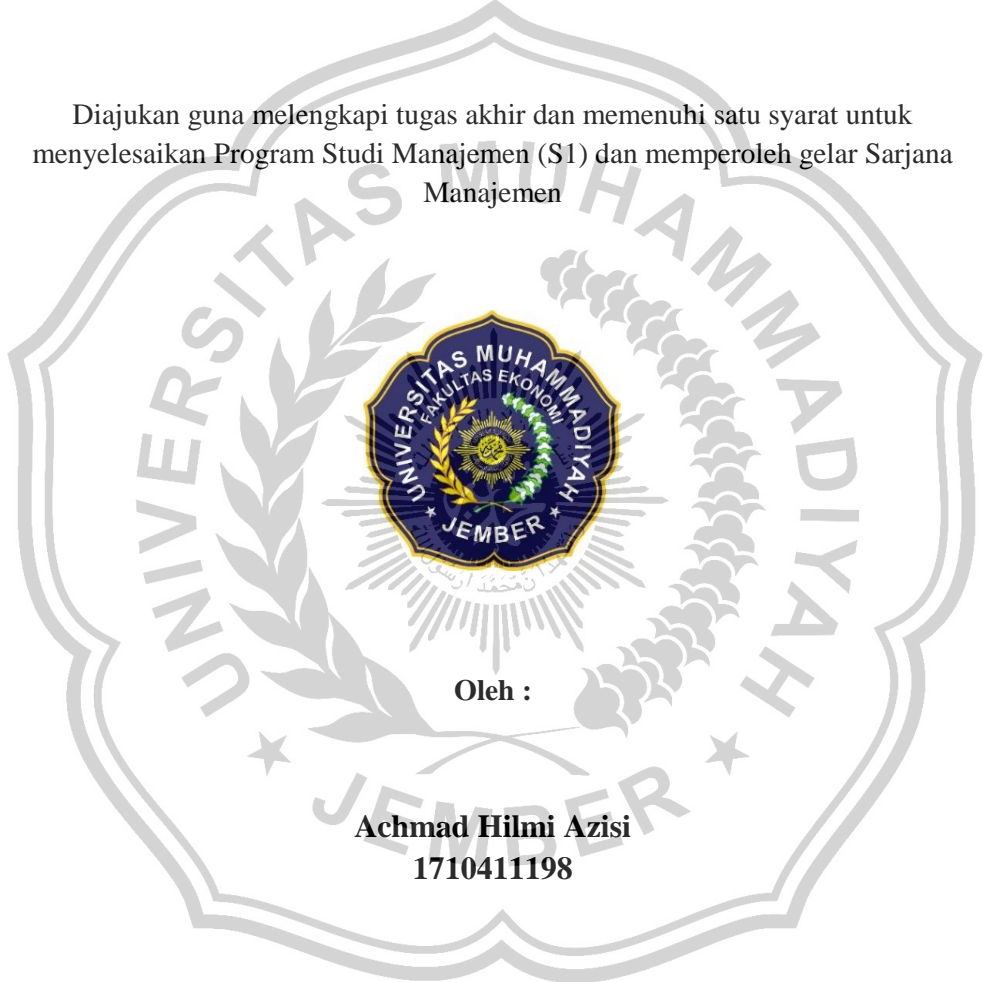


**SEBUAH STUDI EMPIRIS KEPUASAN KONSUMEN
BERDASARKAN METODE IPA (*IMPORTANCE PERFORMANCE
ANALYSIS*)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Achmad Hilmi Azisi

1710411198

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2021

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Achmad Hilmi Azisi

NIM : 1710411198

Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Sebuah Studi Empiris Kepuasan Konsumen Berdasarkan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*), adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 04 Desember 2021

Yang menyatakan,



Achmad Hilmi Azisi

NIM. 1710411198



**SEBUAH STUDI EMPIRIS KEPUASAN KONSUMEN
BERDASARKAN METODE IPA (*IMPORTANCE PERFORMANCE
ANALYSIS*)**

Oleh :

Achmad Hilmi Azisi

17.104.11.198

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan W. SE, MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Sebuah Studi Empiris Kepuasan Konsumen Berdasarkan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Achmad Hilmi Azisi
NIM : 171041198
Hari : Kamis
Tanggal : 02, Desember 2021
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Retno Endah Supeni, SE, MM

NPK : 19670522195.10.256

Anggota 1,



Feti Fatimah, SE, MM

NPK : 1979052510709622

Anggota 2,



Yohanes Gunawan W., SE, MM.

NPK : 19840604.1.1703794

Mengesahkan :

Ketua Program Studi,



Maheni Ika Sari, SE, MM

NIP : 197708112005012001



A. Hasan Hafidzi, SE, MM

NPK : 19860514.1.1703796

PERSEMBAHAN

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk Ibu

Terimakasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini, serta limpahan doa yang tak berkesudahan. Lalu teruntut Ayah, terimakasih juga atas perjuangan mu yang tak kenal lelah dan segala hal yang telah Abi lakukan, semua yang terbaik.

Terimakasih juga yang tak terhingga untuk para dosen pembimbing, Bapak/Ibu yang dengan sabar membimbing saya, mendukung saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Ucapan terima kasih ini saya persembahkan juga untuk seluruh teman-teman saya di Fakultas Ekonomi Manajemen angkatan 2017, terimakasih atas tawa yang setiap hari tercipta dan solidaritas yang luar biasa. Sehingga masa kuliah selama 4 tahun ini cukup lebih berarti.



MOTTO

“One’s Crown Is The Reason
Someone’s Degree Is One’s Religion
While One’s Honor Is One’s Character”

(Mahkota seseorang adalah akal nya, derajat seseorang adalah agamanya. Sedangkan kehormatan seseorang adalah budi pekertinya)

(ALI BIN ABI THALIB)

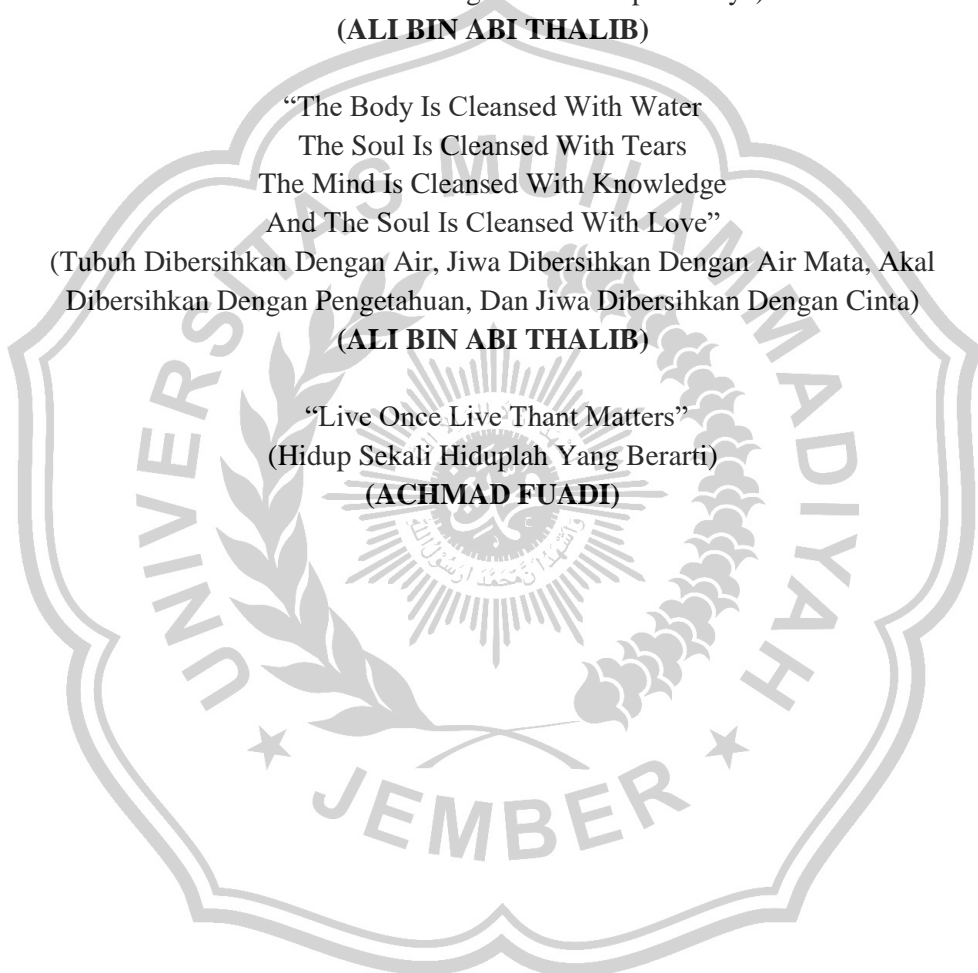
“The Body Is Cleansed With Water
The Soul Is Cleansed With Tears
The Mind Is Cleansed With Knowledge
And The Soul Is Cleansed With Love”

(Tubuh Dibersihkan Dengan Air, Jiwa Dibersihkan Dengan Air Mata, Akal Dibersihkan Dengan Pengetahuan, Dan Jiwa Dibersihkan Dengan Cinta)

(ALI BIN ABI THALIB)

“Live Once Live Thant Matters”
(Hidup Sekali Hiduplah Yang Berarti)

(ACHMAD FUADI)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupanjatkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul Sebuah Studi Empiris Kepuasan Konsumen Berdasarkan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*).

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Ibu Feti Fatimah, SE, MM selaku dosen pembimbing I dan
3. Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu saya yang selalu mensupport dalam segala hal
6. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 04 Desember 2021

Penulis,

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.3 Tahapan Proses Pembelian	9
2.1.4 Kualitas Layanan	11
2.1.5 Bentuk Pelayanan	12
2.1.6 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.7 Analisis IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	18
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	23
BAB 3	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	23
3.2 Desain Penelitian	24
3.3 Jenis Data	24
3.4 Teknik Pengumpulan Sampel	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Teknik Analisa Data	26
3.6.1 Uji Validitas.....	26
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	27

3.7 Analisis IPA (Importance Performance Analisis).....	28
BAB 4.....	32
HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.1 Profil Perusahaan UD Mulya Jaya Sukorambi Jember.....	32
4.1.2 Visi, Misi Perusahaan	32
4.1.3 Aspek Pemasaran.....	32
4.1.4 Aspek Sumber Daya Manusia	32
4.1.5 Aspek Oprasional.....	33
4.2 Karakteristik Responden.....	33
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	34
4.4 Hasil dan Pembahasan	42
4.5 Teknik Analisis Data.....	42
4.5.1 Pengujian Instrumen Data.....	42
4.5.2 Pengolahan Data IPA (Important Performance Analysis).....	44
4.6 Pembahasan.....	46
BAB 5.....	48
KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
KUESIONER.....	56
Lampran-Lampiran.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Rekapitulasi penjualan UD. Mulya Jaya tahun 2020	3
1.2 Survei Kepuasan Konsumen UD. Mulya Jaya	5
2.1 Penelitian Terdahulu	18
4.1 Karakteristik Berdasarkan Umur	33
4.2 Karakteristik Berdasarkan pelanggan atau tidaknya	34
4.3 <i>Tangibel (X1)</i>	34
4.4 <i>Tangibel (X1)</i>	35
4.5 <i>Tangibel (X1)</i>	35
4.6 <i>Reliability (X2)</i>	36
4.7 <i>Reliability (X2)</i>	36
4.8 <i>Reliability (X2)</i>	37
4.9 <i>Responsiviness (X3)</i>	37
4.10 <i>Responsiviness (X3)</i>	38
4.11 <i>Responsiviness (X3)</i>	38
4.12 <i>Assurance (X4)</i>	39
4.13 <i>Assurance (X4)</i>	39
4.14 <i>Assurance (X4)</i>	40
4.15 <i>Empathy (Y)</i>	40
4.16 <i>Empathy (Y)</i>	41
4.17 <i>Empathy (Y)</i>	41
4.20 Hasil Uji Validitas	42
4.21 Hasil Uji Reliabilitas	43
4.22 Rekapitulasi Data Perhitungan IPA (<i>Important Performance Analysis</i>)	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Proses pembelian konsumen model lima tahap.....	10
2.2 Kerangka Konseptual	21
4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Umur	33
4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan pelanggan atau tidaknya.....	34
4.3 Diagram Kartesius.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Data Responden
3. Karakteristik Responden
4. Hasil Uji Instrumen data
5. Hasil Important Performance Analysis (IPA)
6. Hasil Tanggapan Responden
7. Dokumentasi

