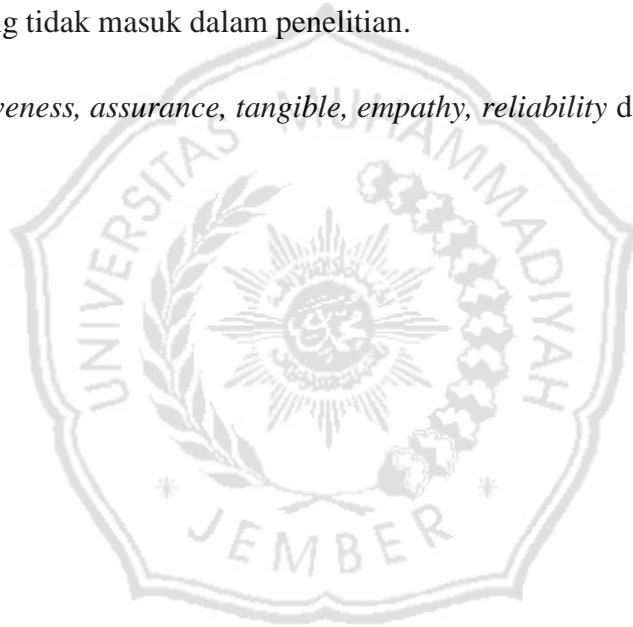


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan pada PT.Borwita Citra Prima kabupaten Bondowoso. Jenis Penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif melalui metode pendekatan survei, dengan jumlah sampel 100 responden. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan tingkat signifikansi yang diperoleh variabel bebas yaitu *responsiveness* sebesar 0,003, *assurance* 0,016, *tangible* 0,037, *reliability* sebesar 0,040 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan *responsiveness*, *assurance*, *tangible* dan *reliability* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, sedangkan *empathy* sebesar 0,512 lebih besar dari 0,05, maka variabel *empathy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy* dan *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa bahwa 59,2% kepuasan konsumen dipengaruhi kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 40,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Kata kunci: *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, *reliability* dan kepuasan konsumen



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction either partially or simultaneously on PT.Borwita Citra Prima Bondowoso district. Type This research is descriptive quantitative through survey approach method, with sample number 100 responden. The result of this research is partially shows the level of significance obtained by independent variable that is responsiveness 0,003, assurance 0,016, tangible 0,037, reliability equal to 0,040 less than 0,05. It shows responsiveness, assurance, tangible and reliability partially influence to consumer satisfaction, while empathy 0,512 is bigger than 0,05, hence empathy variable has no effect to consumer satisfaction. Simultaneously responsiveness, assurance, tangible, empathy and reliability have a positive and significant effect on customer satisfaction. Determination coefficient analysis shows that 59.2% customer satisfaction is influenced service quality. While the remaining 40.8% influenced by other variables that are not included in the study.

Keywords: responsiveness, assurance, tangible, empathy, reliability and customer satisfaction

