

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi persaingan di era global ini, banyak tantangan yang harus dihadapi oleh sebuah perusahaan agar dapat tetap berkembang dan bertahan. Salah satunya perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan ban dan layanan jasa vulkanisir ban. Jika kita amati, penambahan jumlah kendaraan baik roda dua, roda empat maupun perkembangan kendaraan angkutan barang semakin meningkat, dengan demikian permintaan akan ban sebagai pelengkap utama dari kendaraan tersebut terus meningkat. Hal ini membuat pertumbuhan perusahaan-perusahaan yang menjual ban dan menjual jasa pelayanan vulkanisir semakin meningkat.

Persaingan yang semakin ketat khususnya untuk perusahaan dagang, dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dan diyakini sebagai kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa dengan harga bersaing.

Dengan pesatnya kemajuan kota Palembang saat ini, banyak para pengusaha luar kota maupun pihak asing yang melirik kota Palembang

sebagai tempat yang baik untuk mengembangkan usaha. Hal tersebut sangat berpengaruh besar terhadap tingkat persaingan bisnis di kota Palembang, yang menuntut pengusaha baik perusahaan jasa maupun perusahaan dagang untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat bersaing dalam kemajuan perekonomian di kota Palembang. Hal tersebut menjadi masalah untuk Toko Saudara Ban yang hadir dengan memberikan pelayanan jasa dan penjualan ban, dikarenakan maraknya para pengusaha yang melirik usaha ini sehingga tingkat persaingan tinggi.

Untuk dapat terus bertahan, maka Toko Saudara Ban harus mengantisipasi dengan melakukan pembenahan diri. Salah satu aspek yang perlu dibenahi yaitu masih rendahnya kualitas layanan, seperti kurang sigapnya karyawan terhadap pertanyaan merek dan ukuran barang yang dicari atau yang tersedia. Ketika konsumen datang menanyakan harga barang, konsumen harus menunggu dahulu karena karyawan harus melihat data harga yang ada, selain itu keluhan yang disampaikan oleh pelanggan harus ditanyakan kembali kepada bagian yang bersangkutan sehingga dari segi pelayanan waktu tidak efisien.

Saat ini fokus persaingan dapat dikatakan terletak pada penerapan strategi layanan. keadaan perekonomian yang semakin sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk

berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan dituntut pula untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan yang lainnya.

Supaya perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Selain itu perusahaan juga harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

Dalam perkembangan ekonomi khususnya saat ini di daerah kota Palembang yang kita kenal perkembangan perekonomian yang terus meningkat dan variasi pelanggan yang beraneka ragam, membuat banyaknya peningkatan kebutuhan yang harus dipenuhi dan dengan banyaknya kebutuhan dan jenis kebutuhan pokok maupun tidak pokok membuat dalam penyediaan ataupun penawaran perusahaan harus dapat bersaing dan memberikan kepuasan yang secara maksimal sehingga pelanggan puas, hal inipun dikarenakan tingkat persaingan yang sangat kuat di kota Palembang yang dikenal sebagai kota yang terbuka untuk para pendatang baru yang ingin mengadu nasib, secara khusus dalam bidang perdagangan.

Maka pada situasi seperti ini menuntut kejelian pihak perusahaan melihat pergeseran dan perubahan keinginan serta kebutuhan para konsumen

membuat perusahaan kewalahan dalam menyusun strategi untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis yang diakibatkan kemajuan zaman. Jika perusahaan tidak mengikuti perkembangan yang ada perusahaan akan tertinggal, hal utama yang harus diperhatikan adalah kepuasan konsumen akan pelayanan dan produk yang perusahaan jual. Dimana kepuasan konsumen sangat diutamakan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan untuk membiayai kelangsungan operasi perusahaan.

Perkembangan perekonomian di kota Palembang yang terus meningkat, membuat konsumen memiliki banyak pilihan dalam mencari jasa maupun kepemilikan suatu barang, hal ini membuat perusahaan harus terus berbenah seiring persaingan yang semakin tinggi dan perilaku konsumen dalam menilai kepuasan berbeda yang meliputi berbagai hal sesuai kebutuhan konsumen.

Dengan melihat tingkat kebutuhan konsumen terhadap jasa atau barang yang berbeda, dalam hal ini perusahaan diharapkan mampu untuk tanggap kan kebutuhan konsumen yang beranekaragam. Sehingga fasilitas, sikap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Ban mobil, ban motor maupun jenis ban lainnya memiliki permintaan yang sangat tinggi di kota Palembang, hal ini di karenakan dengan adanya perkembangan teknologi dan taraf kehidupan di kota Palembang serta syarat dalam kepemilikan kendaraan di kota Palembang dapat dikatakan tidak sulit,

hal ini mengakibatkan orientasi perkembangan toko-toko ban sangat baik dan sangat pesat. Selain itu, banyaknya perusahaan baru yang berdiri di kota Palembang membuat semakin banyaknya perusahaan jasa angkutan baik di dalam kota maupun diluar kota. Hal ini membuat peluang usaha jasa pemasangan ban dan penjualan ban meningkat.

Dengan adanya peluang terhadap usaha penjualan ban maupun pelayanan jasa pasang ban, tampal ban atau vulkanisir ban, membuat tingkat persaingan yang cukup tinggi dan usaha-usaha sejenis pun mulai menjamur hingga di pinggir-pinggir kota Palembang. Jika dilihat 3 tahun terakhir di kota Palembang, usaha yang menawarkan jasa pemasangan ban dan penjualan ban ini sangat ramai. Berbeda dengan sebelum 3 tahun yang lalu, penjualan ban hanya di monopoli oleh agen atau yang memegang Merk suatu ban dan toko ban yang berada di pusat kota.

Hal inipun di rasakan oleh Toko Saudara Ban yang baru berdiri 2 tahun ini, saat Toko Saudara Ban baru akan berdiri, di sekitar tempat Toko berdiri baru ditemui 3 toko yang menawarkan jasa dan produk serupa. Tetapi, jika di lihat saat ini, perkembangan toko serupa yang menawarkan jasa dan produk yang sama sudah sangat banyak di sekitar Toko Saudara Ban. Hal tersebut membuat Toko Saudara Ban untuk terus berbenah, memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat ikut bersaing untuk dapat menjual produk dan terus mengutamakan kepuasan konsumen dari tingkat harga, sarana dan prasarana serta mutu dan kualitas produk yang dijual.

Dapat dikatakan bahwa para pesaing dari Toko Saudara Ban sangat banyak, yakni Toko Teman Ban yang dalam pelayanan terhadap pelanggan dapat memberikan harga yang lebih rendah, Toko Sumber Ban merupakan pemain Ban dengan umur berdiri lebih dari 20 tahun membuat toko ini sudah amat di kenal oleh para pengendara, Toko Anugrah Ban dengan penawaran harga dan service yang cepat, Purwosari Ban, Central Dist, Karya Suka Abadi dan banyak lagi toko-toko ban lainnya yang menjadi pesaing dari Toko Saudara Ban dengan keunggulan pelayanan masing-masing. Keadaan pasar yang berlaku kini bukan lagi pasar penjual, tetapi menjadi pasar pembeli dimana penjual yang mencari pembeli.

Pelanggan dalam hal ini adalah raja yang harus dilayani dengan baik. Secara umum perusahaan menerapkan strategi bisnis kombinasi antara strategi ofensif dan defensif. Dimana strategi ofensif perlu ditujukan untuk meraih atau memperoleh Pelanggan baru, sedangkan untuk meningkatkan pangsa pasar dan strategi defensif berusaha untuk mengurangi kemungkinan *customer exit* dan beralihnya konsumen dari perusahaan.

Strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan melakukan biaya yang tinggi dalam usaha merebut pelanggan suatu perusahaan. Dampak kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan pembelian ulang berbeda-beda setiap perusahaan. Karena pelanggan puas belum berarti mereka puas, akan tetapi pelanggan yang puas akan cenderung

menjadi pelanggan yang loyal. Berikut data-data keluhan pelanggan pada Saudara Ban:

1. Rendahnya kualitas pelayanan:

- Kurang sigapnya karyawan terhadap pertanyaan-pertanyaan pelanggan mengenai ban.
- Kurang sigapnya karyawan mengenai keluhan pelanggan.
- Kurangnya pemahaman tentang harga dan jenis produk.
- Kurangnya keterampilan dalam pelayanan.

2. Sarana lapangan parkir yang kurang mendukung.

3. Peralatan dan mesin yang di gunakan belum canggih.

Dalam penelitian terdahulu pada Jurnal *Analisis strategi bauran pemasaran eceran (ritail marketing mix) yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan*, Yuninda Yusnaning Putri (2008) Super Swalayan telah melaksanakan strategi bauran pemasaran eceran tanpa mengetahui puas atau tidaknya pelanggan terhadap hal-hal yang ditawarkan dan tidak pula mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap strategi yang dilaksanakan tersebut.

Dalam hal ini kepuasan bukan hanya milik para pelanggan saja melainkan perusahaan juga ikut puas terhadap hal-hal yang ditawarkan. Dengan puasnya konsumen terhadap strategi yang ditawarkan, perusahaan bisa terus menjaga prestasi tersebut atau bahkan terus mengembangkan strategi bauran

pemasaran eceran dengan inovasi-inovasi yang berdasarkan dari masukan-masukan para pelanggan.

Dari penelitian terdahulu tersebut, terdapat perbedaan dengan penelitian yang saya buat.

1. Penelitian terdahulu

Sejauh mana faktor – faktor strategi bauran pemasaran eceran yakni keragaman produk (product assortment), layanan, atmosfer toko, harga, promosi, tempat/lokasi menentukan tingkat kepuasan pelanggan pada Super Swalayan Semarang.

2. Penelitian Sekarang

Konsumen yang dilihat dari 5 dimensi kualitas jasa, yakni: bukti langsung, kehandakan, daya tanggap, jaminan dan perhatian. Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh pelanggan dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Menurut Kotler (1994) dikutip dalam Suharto Abdul majid (2009 : 46-48) berhasil mengidentifikasi lima dimensi kualitas jasa, yaitu :

1. Bukti langsung (*tangibles*)

Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera akurat, dan memuaskan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.

4. Jaminan (*assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopanan petugas, serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko

5. Perhatian (*emphaty*)

Yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk di hubungi.

Hal utama yang harus diperhatikan untuk memberikan pelayanan adalah mendengar suara konsumen, hal ini dikarenakan perusahaan harus dapat melakukan interaksi dengan konsumen atau pelanggan dengan agar dapat memperoleh umpan balik (*feed back*) berupa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.

untuk mendapatkan umpan balik disini dapat kita lakukan dengan menerapkan sistem keluhan dan saran atau dengan survei loyalitas, kotak saran, berinteraksi dengan konsumen secara langsung terhadap pelayan kepada pembelian maka keluhan atau ketidakpuasan konsumen tersebut dapat segera diketahui dan ditentukan solusi yang terbaik oleh perusahaan.

Dengan semakin meningkatnya tingkat kepemilikan kendaraan akan memberikan peluang kepada toko ban yang ada. Hal ini akan menyebabkan antara satu perusahaan toko ban akan saling berlomba untuk melayani konsumen dengan baik dan pemenuhan fasilitas service teknologi yang digunakan seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi. Dengan semakin meningkatnya usaha tersebut, maka peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SAUDARA BAN”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Saudara Ban ?
2. Variabel kualitas layanan manakah yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan Toko Saudara Ban terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengidentifikasi variabel kualitas layanan manakah yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan Toko Saudara Ban.

D. Hipotesis

H-1:

Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko Saudara Ban.

H-2:

Dimensi tangible, dimensi reliability, dimensi responsiveness, dimensi assurance, dan dimensi empathy, berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan toko Saudara Ban.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat membantu perusahaan untuk digunakan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan dan menentukan langkah-langkah selanjutnya, sehingga diharapkan dapat lebih meningkatkan penjualan di masa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi dan sebagai pembelajaran sebelum masuk ke dunia bisnis.

3. Bagi Pelanggan dan Pembaca

Sebagai sumbangan pemikiran pihak lain dan bahan tambahan pengetahuan mengenai kegiatan pemasaran khususnya Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Saudara Ban.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus, yaitu memusatkan perhatian secara langsung terhadap pelanggan yang menggunakan jaa atau membeli barang di toko Saudara Ban.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah pelanggan pada toko Saudara Ban Palembang. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan pelanggan Saudara Ban.

3. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang menggunakan jasa atau membeli ban pada Saudara Ban, maka populasi dalam penelitian ini dapat digolongkan ke dalam populasi tak terbatas. Dalam keadaan seperti ini jumlahnya tidak dapat dihitung sehingga hanya menggambarkan suatu kelompok obyek secara kualitas dengan karakteristik yang bersifat umum

Untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang bisa mewakili populasi dalam jumlah tertentu. Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya akan diteliti. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 100 responden.

5. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan berdasarkan alasan dan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian

yang ada (Sugiyono.2006:58). Maka sampel Saudara Ban mempunyai beberapa kriteria antara lain:

1. Pelanggan toko Saudara Ban yang telah berusia diatas 17 tahun.
2. Pelanggan Saudara Ban yang telah berlangganan dan menggunakan jasa Saudara Ban minimal 3 bulan.
3. Pelanggan Saudara Ban yang betul – betul telah menggunakan jasa dan telah membeli produk Saudara Ban.
4. Pelanggan Saudara Ban yang membeli produk ban baru dan bukan jasa ban vulkanisir.

6. Jenis Data Penelitian

1. Data Primer

Adalah data yang diperoleh secara langsung yang berasal dari sumbernya, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari pelanggan yang membeli di ban atau menggunakan jasa pelayanan di Saudara Ban.

2. Data Sekunder

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya tetapi melalui media perantara. Seperti buku-

buku literatur, surat kabar, majalah, dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

7. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dilakukan yaitu angket dan kuesioner (Menurut Hasan. 2006.16) angket dan kuesioner adalah sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal lain yang perlu diketahui.

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode antara lain :

a. Kuesioner

Kuesioner yaitu membuat daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden yang dipilih untuk diselidiki atau sebagai sampel.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu mempelajari buku-buku literatur dan bacaan-bacaan lain yang dapat membantu dalam pemecahan masalah.

c. Wawancara

Untuk mendapatkan data primer pada Saudara Ban dilakukan melalui wawancara secara langsung dengan pemimpin perusahaan serta para karyawan perusahaan.

Metode pengumpulan data yang adalah dengan membagikan angket atau kuisisioner ke pelanggan toko Saudara Ban, dengan mengajukan pertanyaan secara tertulis. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur indikator pelayanan pada toko Saudara Ban. Dengan skala likert maka variabel – variabel yang akan diukur akan dijadikan sebagai indikator variabel adapun skor yang digunakan untuk mengukur skala likert adalah.

Tabel 1.1

Kategori Skala Likert

Tingkat Kepuasan	Nilai
1. Sangat Setuju	5
2. Setuju	4
3. Netral	3
4. Tidak Setuju	2
5. Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2005:107)

8. Teknik Analisis Data

1. Analisis kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang berwujud angka – angka hasil perhitungan pengukuran data kuantitatif. Menurut (Imam Gozali, 2005:41-45) uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sedangkan uji reabilitas yaitu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Teknik analisis kuantitatif merupakan teknik yang menganalisis data dengan menggunakan perhitungan yang diambil dari data yang telah didapat oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner yang telah dilakukan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda dimana data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan SPSS. Rumus statistik yang digunakan adalah *Linier Multiple Regression* (Analisis Regresi Linier Berganda) yang bertujuan mengetahui apakah suatu variabel tertentu memang benar-benar dipengaruhi oleh variabel independennya untuk menguji pengaruh beberapa (2 atau lebih) variabel independen terhadap satu variabel dependen, dimana fungsinya:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Fungsi tersebut menerangkan adanya hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dimana:

Y = pelanggan

α	= konstanta
$\beta_1 - \beta_5$	= koefisien regresi
X_1	= <i>tangibles</i> (bukti langsung)
X_2	= <i>reliability</i> (kehandalan)
X_3	= <i>responsiveness</i> (daya tanggap)
X_4	= <i>assurance</i> (jaminan)
X_5	= <i>emphaty</i> (perhatian)
ε	= <i>disturbance error</i> (faktor pengganggu/residual)

G. Pengukuran Variabel

Untuk pengukuran variabel dari masing-masing bagian dapat dikategorikan dalam beberapa variabel kualitas layanan yang dapat dibagi dalam lima dimensi yaitu (Parasuraman et. al. : 1985) dikutip dalam Tjiptono (2000 : 27-28) :

1. Bukti langsung (*tangibles*), terdiri dari :
 - a. Peralatan dan perlengkapan pendukung pelayanan memadai
 - b. Tersedianya fasilitas pendukung (ruang tunggu, tempat parkir, peralatan, mesin, dll)
 - c. Penampilan karyawan yang rapi.
2. Kehandalan (*reliability*), terdiri dari :
 - a. Ketepatan dan kecepatan waktu pelayanan

- b. Kesesuaian janji yang ditawarkan
 - c. Pemberian pelayanan yang tidak membeda-bedakan pelanggan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), terdiri dari :
- a. Pelayanan melalui telepon
 - b. Kesigapan karyawan dalam menyelesaikan masalah
 - c. Pemberian hiburan kepada pelanggan.
4. Jaminan (*assurance*), terdiri dari :
- a. Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan.
 - b. Dapat dipercaya dan memberikan rasa aman
 - c. Kehandalan dan pengalaman para karyawan.
5. Perhatian (*emphaty*), terdiri dari :
- a. Cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.
 - b. Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pelanggan.
 - c. Dapat berkomunikasi yang baik dengan pelanggan.

H . Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, yang masing – masing terbagi dalam beberapa sub bab antara bab satu dengan bab lain yang mempunyai hubungan erat yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat yang diperoleh dari penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan yang menguraikan secara singkat bab yang ada dalam skripsi ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdiri atas tinjauan pustaka mengenai pengertian pemasaran, tugas pemasaran, analisis lingkungan pemasaran, pengertian bauran pemasaran (*marketing mix*), segmentasi pasar, perilaku pembeli, kualitas layanan, kebutuhan keinginan permintaan, kepuasan konsumen, membangun nilai kepuasan dan loyalitas pelanggan, mengelolah kualitas layanan, pertukaran dan transaksi.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini terdiri dari penjabaran mengenai gambaran umum Saudara Ban yakni menceritakan mengenai visi dan misi Saudara Ban, sejarah umum perusahaan, personalia, fasilitas pelayanan dan mesin, bauran pemasaran (*marketing mix*) pada Saudara Ban.

BAB IV : ANALISIS dan PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai analisis data yang merupakan usaha untuk mencapai tujuan penelitian, yang meliputi deskriptif objek penelitian, hasil analisis dan pembahasan terhadap masalah yang dihadapi.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, akan disajikan mengenai simpulan dari hasil yang di olah dan dibahas pada BAB IV dan saran – saran yang membangun sebagai masukan atau pertimbangan bagi pihak – pihak yang berkepentingan.