# KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI DIMENSI PELAYANAN

# (STUDI PADA PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI SOLO)

****

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Batik Surakarta

**Oleh :**

**SULTHON ADILAH JATI**

**NIM : 201802P011**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS ISLAM BATIK**

**SURAKARTA**

**2 0 2 2**

1

1

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini setelah membaca skripsi dengan judul :

# KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI DIMENSI PELAYANAN

# (STUDI PADA PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI SOLO)

**Oleh :**

**SULTHON ADILAH JATI**

**NIM : 201802P011**

Disetujui Untuk Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Surakarta, 31 Desember 2021

Pembimbing 1 Pembimbing II

Dr. H. Bambang Mursito, MM Dra. Eny Kustiyah, MM

Mengetahui,

Kepala Program Studi Manajemen

Fithri Setya Marwati, SF., MM.

NIDN. 0603088405

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi telah diterima dan disahkan untuk memenuhi syarat dan tugas guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.

Pada hari : ...............

Tanggal : ...............

Tim Penguji Skripsi

1. Dr. H. Bambang Mursito, MM ( )

Ketua

1. Dra. Eny Kustiyah, MM ( )

Sekretaris

1. Dr. Ida Aryanti DPW, SE. MH., M. Si, ( )

Anggota

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Batik Surakarta

**Dr.Ec.Dra.Hj. Istiatin,SE.MM**

NIDN. 0621045901

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : SULTHON ADILAH JATI

NIM : 201802P011

Judul Skripsi : KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI DIMENSI PELAYANAN (STUDI PADA PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI SOLO)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang diacu dalam naskah ini secara tertulis dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 20 Januari 2021

materai 10000

(Sulthon Adilah Jati)

**MOTTO**

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

(Q.S Ash-Sharh : 6)

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”

(QS Al Imran:139)

Bersungguh-sungguhlah dan janganlah bermalas-malasan, dan jangan lalai karena penyesalanlah akibat yang bermalas-malasan.Coba dan perhatikan, kamu akan bisa.

(Taufik Ismail)

Harapan bukan sebuah mimpi tetapi harapan adalah jalan untuk mencapai sebuah mimpi.

(Hitam Putih)

**PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita.

Seorang teman pernah berkata, jika mempunyai sebuah tujuan, maka buatlah batas waktu untuk mencapai tujuan tersebut, sehingga hal inilah yang membuat penulis memacu dirinya sampai batas maksimal sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, diwaktu yang tepat.

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang ku persembahkan skripsi ini kepada :

1. Ayah dan Ibu, yang telah memberi dukungan dan doa yang tiada henti demi kebaikan saya, karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari orang tua.
2. Keluaraga besarku tersayang yang menjadi penyemangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
3. Teman-teman seangkatan di yang selalu membantu dan memberi dukungan penuh untuk menyelesaikan skripsi tepat waktu.

**KATA PENGANTAR**

بِسْمِ ٱللَّٰهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

*Assalamu ’alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan karunia kepada penulis sehingga dapat menyusun SKRIPSI ini. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW selaku penutup segala Nabi dan Rasul yang diutus dengan sebaik-baik agama, sebagai rahmat untuk seluruh manusia, sebagai personifikasi yang utuh dari ajaran Islam dan sebagai tumpuan harapan pemberi cahaya syari’at di akhirat kelak.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta, dengan judul **“**KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI DIMENSI PELAYANAN (STUDI PADA PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI SOLO)**”**

Selanjutnya, dalam penulisan skripsi ini banyak bantuan, motivasi, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil yang penulis terima.

Untuk itu, diucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Amir Junaidi, SH. MH selaku Rektor Universitas Islam Batik Surakarta (UNIBA).
2. Dr. Ec. Dra. Hj. Istiatin, SE. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.
3. Fithri Setya Marwati, SE, MM selaku Kepala Program Studi Manajemen sekaligus selaku Dosen Pembimbing yang selalu mengarahkan penulisan SKRIPSI ini ke arah yang lebih baik.
4. Dr. H. Bambang Mursito, MM selaku Dosen Pembimbing 1, yang selalu bersedia meluangkan waktu, memberikan ilmu-ilmu baru, membimbing penulis mulai dari awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan SKRIPSI ini.
5. Dra. Eny Kustiyah, MM selaku Dosen Pembimbing 2, yang bersedia berdiskusi memberikan ilmu dan berbagai masukan yang diberikan untuk penelitian ini.
6. Kepada seluruh dosen dan staff Universitas Islam Batik Surakarta (UNIBA) yang telah memberikan ilmu serta bantuan kepada penulis.
7. Para sahabat tersayang, yang telah memberikan dorongan serta semangat untuk terus berjuang dan pantang menyerah sehingga penulis yakin bahwa tidak ada usaha yang sia-sia.
8. Teman seangkatan, yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, kepada Allah jualah penulis berserah diri, semoga bantuan, motivasi dan bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak menjadi amal ibadah yang ikhlas hendaknya, dan dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang berlipat ganda.

Semoga SKRIPSI ini dapat memberi manfaat kepada kita semua. Aamiin.

*Wassalamu’alaikum Wr Wb*

Surakarta, 20 Januari 2022

Penulis,

Sulthon Adilah Jati

**DAFTAR ISI**

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI iv

MOTTO v

PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

*ABSTRACT* xiv

ABSTRAK xv

BAB I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Rumusan Masalah 4
3. Tujuan Penelitian 5
4. Manfaat Penelitian 6

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA 8

1. Kepuasan Konsumen 8
2. Dimensi Kualitas Pelayanan 13
3. Penelitian yang Relevan 23
4. Kerangka Pemikiran 27
5. Hipotesis 27

BAB III. METODE PENELITIAN 32

1. Jenis Penelitian 32
2. Populasi dan Sampel 32
3. Data dan Sumber data 34
4. Teknik pengumpulan data 35
5. Definisi Operasional Variabel 37
6. Uji Instrumen Penelitian 40
7. Teknik Analisa Data 45

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 51

1. Gambaran Perusahaan .................................................. 51
2. Hasil Penelitian 53
3. Analisis Data 56
4. Pembahasan 74

BAB V. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN 81

1. Kesimpulan 81
2. Implikasi 82
3. Saran 85

DAFTAR PUSTAKA 86

**DAFTAR TABEL**

Halaman

TABEL II.1 Hasil Penelitian yang Relevan 23

TABEL III.1 Kategori Jawaban dan Cara penskoran Angket 36

TABEL III.2 Definisi Operasional Variabel 38

TABEL III.3 Hasil Uji Validitas untuk variabel kepuasan Pelanggan 41

TABEL III.4 Hasil Uji Validitas untuk variabel *Responsiveness* 41

TABEL III.5 Hasil Uji Validitas Untuk Variabel *Reliability* 42

TABEL III.6 Hasil Uji Validitas Untuk Variabel *Assurance* 43

TABEL III.7 Hasil Uji Validitas Untuk Variabel *Emphaty* 43

TABEL III.8 Hasil Uji Validitas Untuk Variabel *Tangible* 44

TABEL III.9 Hasil Uji Reliabilitas 45

TABEL IV.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 53

TABEL IV.2 Responden Berdasarkan Umur 54

TABEL IV.3 Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan (Rp.) 55

TABEL IV.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan 55

TABEL IV.5 Hasil Uji Normalitas 57

TABEL IV.6 Hasil Uji Autokorelasi 58

TABEL IV.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas 59

TABEL IV.8 Hasil Uji Multikolinearitas 60

TABEL IV.9 Hasil Regresi Linier Berganda 61

TABEL IV.10 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F) 64

TABEL IV.11 Hasil Uji koefisien Determinasi 73

**DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Skema 1 Kerangka Pemikiran 27

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Uji Coba Kuesioner (30 orang)

Lampiran 3. Tabulasi Data Karakteristik Penelitian

Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 5. Data Penelitian

Lampiran 6. Data Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

***ABSTRACT***

**Sulthon Adilah Jati. NIM. 201802P011*. Thesis Title "CUSTOMER SATISFACTION REVIEWING FROM SERVICE DIMENSIONS (STUDY AT THE PT. EIGERINDO MULTI PRODUCTS INDUSTRY SOLO)". Department of Management, Faculty of Economics, Surakarta Batik Islamic University (UNIBA).***

*This study aims to determine the effect of service dimensions (responsiveness, reliability, assurance, empathy, and tangble) on customer satisfaction at the PT. Eigerindo Multi Industrial Products Industry Solo.*

*The design of this study is a quantitative study with a cross-sectional method. Population and research samples using customers at PT. Eigerindo Multi Industrial Products Solo with accidental sampling technique. The types of data used are primary and secondary data. data collection techniques using questionnaires, observations, and literature studies. The analysis technique uses multiple linear regression.*

*The results of this study indicate that 1) Responsiveness has a positive and significant effect on customer satisfaction, thus it can be said that hypothesis 1 can be accepted. 2) Reliability has a positive and significant effect on customer satisfaction, thus it can be said that hypothesis 2 can be accepted. 3) Assurance has a positive and significant effect on customer satisfaction, thus it can be said that hypothesis 3 can be accepted. 4) Empathy has a positive and significant effect on customer satisfaction, thus it can be said that hypothesis 4 can be accepted. 5) Tangble has a positive and significant effect on customer satisfaction, thus it can be said that hypothesis 4 can be accepted. The responsiveness variable is the most dominant variable affecting customer satisfaction considering the regression coefficient value of the responsiveness variable is greater than the other independent variables, namely 0.912.*

*Keywords: dimension of quality, responsiveness, reliability, assurance, empathy, tangble, customer satisfaction..*

**ABSTRAK**

**Sulthon Adilah Jati. NIM. 201802P011, Judul Skripsi “KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI DIMENSI PELAYANAN (STUDI PADA PT. EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRI SOLO)”. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta (UNIBA).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi pelayanan (*responsiveness, reliability, assurance, emphaty*, dan *tangble*) terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo.

Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode *cross-sectional*. Populasi dan sampel penelitian menggunakan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo dengan teknik aksidental sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer, dan skunder. teknik pengumpulan data mengunakan metode angket, observasi, dan studi pustaka. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 dapat diterima. 2) *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 2 dapat diterima. 3) *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 3 dapat diterima. 4) *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 4 dapat diterima. 5) *Tangble* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis 4 dapat diterima. Variabel *responsiveness* merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mengingat nilai koefisien regresi variabel *responsiveness* lebih besar dibandingkan dengan variabel bebas lainnya yaitu 0,912.

**Kata kunci**: dimensi kualitas, *responsiveness, reliability, assurance, emphaty*, *tangble, Kepuasan pelanggan***.**

# BAB I

# PENDAHULUAN

.

1. **Latar Belakang Masalah**

Perkembangan ekonomi pada saat ini menimbulkan persaingan semakin erat, terutama sektor-sektor serupa. Perusahaan harus mengikuti perkembangan saat ini untuk mempertahankan atau menarik pangsa pasar yang ada. Dengan meningkatnya persaingan membuat para pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja melalui kualitas pelayanan, kualitas produk, fasilitas, dan harga. Kualitas pelayanan adalah suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan yang sejalan dengan kemauan konsumen dan keakuratan bagaimana mereka disampaikan demi memuaskan kepuasan konsumen.

Pemenuhan permintaan konsumen sehingga konsumen merasa nyaman dan dapat memenuhi kebutuhan selama proses pemeliharaan kendaraan, perusahaan juga menyediakan fasilitas pendukung yang dapat dimanfaatkan konsumen secara langsung sehingga mereka tidak merasa jenuh saat menunggu. Fasilitas menjadi salah satu kebutuhan pokok kehidupan manusia. Karena fasilitas menjadi salah satu komponen penting bagi kehidupan, maka perusahaan harus dapat mengelola dengan baik sepanjang hidupnya, sehingga ia dapat selalu berfungsi dengan baik, ekonomis, efisien dan efektif (Aryani Soemitro & Suprayitno, 2018). Memberikan layanan berkualitas dapat memberikan hasil dan manfaat bagi bisnis karena kepuasan konsumen telah terjadi (Baiti, 2018). Cara utama perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasarnya adalah dengan memberikan kepuasan dan nilai terhadap konsumen melalui penyediaan layanan dan produk berkualitas dengan harga bersaing. Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Susan Novitasari Khadijah & Dianasari, 2018). Persaingan nyata antara satu perusahaan dan lainnya dapat dilihat pada kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan, untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

1

Kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi reliability (kemampuan dari penyedia jasa untuk memberikan service yang telah dijanjikan secara akurat, dapat dipercaya, dan diandalkan), responsiveness (ketanggapan dalam memberikan layanan), assurance (kemampuan memberikan jaminan layanan), empathy (kemampuan perusahaan dalam memahami keinginan pengguna (customer), dan tangibles (tampilan fisik layanan) (Widodo, 2018).

Penelitian terdahulu yang berkaitan analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bank telah dilakukan oleh Bangun dan Asri (2017) mengenai analisis kualitas pelayanan dan kepuasan Konsumen menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan bank. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi-dimensi kualitas layanan jasa yang berpengaruh terhadap kepuasan dilihat dari sudut dimensi layanan yaitu reliability (kemampuan dari penyedia jasa untuk memberikan service yang telah dijanjikan secara akurat, dapat dipercaya, dan diandalkan), responsiveness (ketanggapan dalam memberikan layanan), assurance (kemampuan memberikan jaminan layanan), empathy (kemampuan perusahaan dalam memahami keinginan pengguna (customer), dan tangibles (tampilan fisik layanan).

Persepsi dari kualitas pelayanan tercermin dalam penilaian konsumen atas kenyataan serta ekspektasi dari pelayanan yang dirasakannya. Bukti fisik, keandalan, jaminan, daya tanggap, serta empati merupakan lima dimensi dalam kualitas pelayanan. Hasil pengujian bukti fisik, keandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati sebagai dimensi dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Good Deal Restaurant menunjukkan pengaruh positif signifikan. Hasil pengujian ini menunjukkan kepuasan konsumen yang mengunjungi Good Deal Restaurant dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang ditawarkan (Primanda dan Setiawan, 2018).

PT. Eigerindo Multi Produk Industri atau yang dikenal sebagai Eiger merupakan perusahaan manufaktur dan retail peralatan petualangan alam terbuka yang terbesar di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1993 oleh Ronny Lukito di Bandung. Nama perusahaannya, Eiger, terinspirasi dari gunung Eiger, yakni gunung yang terletak di Bernese Alps, Swiss, berketinggian 3.970 m di atas permukaan laut. Berawal dari fasilitas yang sangat terbatas, Eiger meluncurkan produk tas dengan hanya dua mesin jahit. Jalan Cihampelas No. 22 Bandung adalah saksi bisu dirintisnya usaha tersebut, yang kemudian dibuka pula sebuah mini-toko tas di tempat yang sama.

Perusahaan ini memproduksi tas dan peralatan petualangan, yang mana terbagi dalam tiga brand utama, yakni Eiger dengan positioning gaya hidup berpetualang (lifestyle adventure), Bodypack dengan positioning e-lifestyle, dan Nordwand dengan positioning kehidupan alam terbuka (outdoor living). Brand kami dikenal luas sebagai brand lokal yang sangat terkemuka di Indonesia. Pada tahun 2009, kami terdaftar sebagai Top 250 Indonsia Original Brands oleh sebuah majalah bisnis terkenal, Swa. Hal tersebut membuktikan kerja keras, tekad kuat, dan komitmen kami dari waktu ke waktu dalam rangka meraih kualitas unggul dan nama baik.

Fenomena penelitian tersebut akan terlihat bagaimana pengaruh dimensi pelayanan yang terdiri dari *responsivenes, reliable, assurance, empati, dan tangible* terhadap kepuasan pelanggan. Variable-variabel yang digunakan tersebut merupakan hal yang penting untuk diteliti sehingga dapat diketahui pengaruh dari masing-masing variable independen terhadap variabel dependen kepuasan konsumen di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo.

1. **Rumusan Masalah**

Penelitian ini akan menguji pengaruh dimensi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo. Berdasarkan uraian di atas maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah dimensi pelayanan dengan *responsivenes* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo?
2. Apakah dimensi pelayanan dengan *reliabelity* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo ?
3. Apakah dimensi pelayanan dengan *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo?
4. Apakah dimensi pelayanan dengan *empati* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo?
5. Apakah dimensi pelayanan dengan *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo?
6. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dimensi pelayanan dengan *responsivenes* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo.
2. Untuk mengetahui dimensi pelayanan dengan *reliabel* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo.
3. Untuk mengetahui dimensi pelayanan dengan *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo.
4. Untuk mengetahui dimensi pelayanan dengan *empati* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo.
5. Untuk mengetahui dimensi pelayanan dengan *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Eigerindo Multi Produk Industri Solo.
6. **Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat antara lain sebagai berikut:

* + - 1. Bagi Perusahaan
  1. Sebagai dasar objektif dalam kepuasan pelanggan terkait dimensi pelayanan konsumen serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan di masa yang akan mendatang.
  2. Meningkatkan pelayanan yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
     + 1. Bagi Peneliti
  3. Memperdalam pengetahuan peneliti terkat dimensi pelayanan yang terdiri dari *responsive, reliable, assurance, empati, dan tangible*  terhadap kepuasan pelanggan.
  4. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan kasus nyata dalam ilmu manajemen.
     + 1. Bagi pihak lain
  5. Sebagai saran dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan literatur untuk menambah wacana baru bagi dunia akademis.
  6. Memperdaya khasanah penelitian yang ada serta dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.