

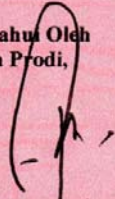
**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**TINJAUAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. IGASAR  
(SEMEN PADANG GROUP)**

Nama : Tinsi Aztrina Zuvika  
NIM : 58109  
Program Studi : Manajemen (D III)  
Fakultas : Ekonomi

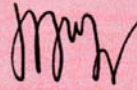
Padang, Januari 2014

Diketahui Oleh  
Ketua Prodi,



Perengki Susanto, SE, M.Sc  
NIP. 19810414 200501 1 002

Diketahui Oleh  
Pembimbing,



Dr. Marwan, S.Pd. M.Si  
NIP. 19750309 200003 1 002

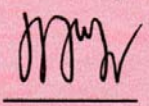
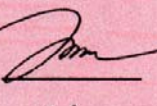
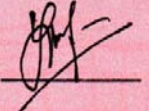
**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**TINJAUAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. IGASAR  
(SEMEN PADANG GROUP)**

**Nama** : Tinsi Aztrina Zuvika  
**NIM** : 58109  
**Program Studi** : Manajemen (D III)  
**Fakultas** : Ekonomi

**Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Diploma III Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang**

**Padang, Januari 2014  
Tim Penguji**

<b>Nama</b>	<b>Tanda Tangan</b>
1. <b>Dr. Marwan, S.Pd, M.Si</b>	(Ketua) 
2. <b>Megawati, SE, MM</b>	(Anggota) 
3. <b>Yuki Fitria, SE, MM</b>	(Anggota) 

## ABSTRAK

**Tinsi Aztrina Zuvika (58109/2010): Tinjauan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Igaras (Semen Padang Group)**

**Pembimbing : Dr. Marwan, S.Pd, M.Si**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada PT. Igaras. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan kepuasan pelanggan terhadap pembelian produk/ jasa PT. Igaras. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 orang pelanggan PT. Igaras, sampel dipilih dengan menggunakan teknik *insidental sampling*. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner, data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan PT. Igaras berada pada kriteria cukup dengan tingkat capaian responden (TCR) sebesar 79,65%. Kepuasan tertinggi konsumen terkait dengan keunggulan harga sebesar 86,23% dan keunggulan produk sebesar 82,33% sedangkan terkait dengan keunggulan layanan terdapat capaian responden sebesar 75,40%. Keunggulan layanan lebih rendah dibandingkan pada keunggulan harga dan keunggulan produk.

Disarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan layanan terutama dalam hal ketetapan waktu dalam pengiriman barang dan menambahkan fasilitas dan layanan kepada pelanggan baik dari segi fisik maupun non fisik agar penilaian kepuasan pelanggan PT. Igaras meningkat.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan terima kasih kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

Tugas Akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Ekonomi Universitas Negeri Padang. Judul Tugas Akhir ini adalah **“Tinjauan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Igsar ( Semen Padang Group )”**.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini banyak pihak yang telah membantu penulis. Untuk itulah pada kesempatan yang bahagia ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Marwan, S.Pd, M.Si selaku pembimbing tugas akhir penulis.
2. Bapak Gesit Thabrani, SE, M.T selaku pembimbing akademik penulis.
3. Bapak Perengki susanto, SE. M.Sc selaku ketua Prodi DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Firman, SE. M.Sc, selaku Sekretaris Prodi DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Bapak/ibu, selaku Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

7. Seluruh dosen dan karyawan/karyawati Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis, yang dalam kesempatan ini tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu.

Semoga segala bimbingan, bantuan dan dorongan yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan segala kemampuan, namun penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran sifatnya membangun sehingga menjadi sumbangan yang berarti bagi pendidikan di masa yang akan datang. Penulis berharap hasil peneliti ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, Januari 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

A. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	2
B. Pengukurun Kepuasan Pelanggan.....	11
C. Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.....	13
D. Indikator Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	16
1. Kepuasan Atas Kualitas Produk .....	17
2. Kepuasan Atas Harga Produk.....	20
3. Kepuasan Atas Jasa/ Layanan .....	22

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Bentuk Penelitian .....	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
C. Rancangan Penelitian .....	26
1. Jenis Penelitian .....	26

2. Tahapan Penelitian .....	26
3. Objek Penelitian .....	27
4. Populasi dan Sampel .....	28
5. Instrumen Penelitian .....	29
6. Teknik Analisis Data.....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN</b>	
A. Profil Perusahaan .....	33
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	34
C. Struktur Organisasi PT. Igasar .....	35
D. Kegiatan Usaha PT. Igasar .....	35
E. Hasil Penelitian .....	40
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	45
B. Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Realisasi penjualan.....	3
Tabel 2 : Definisi operasional .....	30
Tabel 3 : Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	40
Tabel 4 : Distribusi frekuensi berdasarkan keunggulan produk.....	41
Tabel 5 : Distribusi frekuensi berdasarkan keunggulan harga.....	42
Tabel 6 : Distribusi frekuensi berdasarkan keunggulan layanan.....	43

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 1 : Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	8
Gambar 2 : Konsep Kepuasan Pelanggan .....	9
Gambar 3 : Cover PT. Igarasr .....	35
Gambar 4 : Scope Bisines PT. Igarasr.....	36
Gambar 5 : Produk PT. Igarasr.....	38
Gambar 6 : Gedung PT. Igarasr Pusat.....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Observasi.....	48
Lampiran 2. Struktur Organisasi Direktur Utama PT. Igarasr .....	49
Lampiran 3. Struktur Organisasi Direktur Keuangan PT. Igarasr .....	50
Lampiran 4. Struktur Organisasi Direktur Teknik PT. Igarasr .....	51
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 6. Tabel Tabulasi Data Penelitian.....	53
Lampiran 7. Tabel Distribusi Frekuensi Penelitian .....	54

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perusahaan pada saat ini menghadapi tantangan yang semakin sulit, persaingan yang bukan hanya upaya untuk menjaga mutu produk dan meningkatkan pelayanan dalam upaya untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan, yang merupakan indikator persaingan yang penting dalam perusahaan. perusahaan yang berfokus pada pelanggan yang berhasil menarik pelanggan dan bukan hanya memperkenalkan produk tetapi juga meningkatkan pelayanan.

Dalam upaya mencapai kesetiaan serta memuaskan pelanggan perusahaan mengutamakan kualitas pelayanan dan produk yang lebih baik dari pada pesaingnya, dan jika sebaliknya bisa membuat pelanggan tidak puas. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan akan rugi.

PT. Igaras (Semen Padang Group) berlokasi di Komplek PT. Semen Padang Jalan Raya Indarung, merupakan perusahaan yang bergerak dalam menyediakan produk dan jasa dimana produk yang tersedia adalah bahan bangunan seperti beton cetak (*hollow block & paving block kansten*) dan beton jadi (*ready mix concrete*) bahan baku utamanya terbuat dari semen. Didalam

penelitian ini peneliti berfokus pada penjualan produk beton cetak (*hollow block & paving block kansten*).

PT. Igaras (Semen Padang Group) mampu membuktikan existensinya dalam menghadapi persaingan yang dibuktikan dengan sanggup bertahan sampai saat ini. Salah satu hal yang selalu diperhatikan oleh PT. Igaras (Semen Padang group) ialah kepuasan para pelanggan yang menggunakan produk atau jasa. Menurut pelanggan keunggulan produk PT. Igaras sangat baik tetapi didalam mempertahankan kualitas layanan belum bisa dibilang memuaskan pelanggan, hal ini terlihat pada saat peneliti mewawancarai langsung pelanggan yang telah menggunakan produk (*hollow block & paving block kansten*) PT. Igaras. Kebanyakan pelanggan menceritakan pelayanan kurang memuaskan misalkan pada saat pengiriman barang yang tidak sesuai dengan tanggal dan waktu yang telah ditetapkan perusahaan kepada pelanggan, seharusnya pengiriman barang dikirim pada tanggal 22 Januari 2013 tetapi perusahaan mengirimkan pada tanggal 23 Januari 2013 sehingga tidak sesuai dengan tanggal dan waktu yang dijanjikan. Kendala pengiriman barang terlambat kepada pelangganseringkali terjadinya alat transportasi perusahaan seperti mobil mengalami kerusakan dan membuat pelanggan kurang puas dengan pelayanan PT. Igaras (Semen Padang Group).

Dalam menerima pelayanan perusahaan, seringkali pelanggan bercerita tentang pengalamannya menggunakan produk barang atau jasa tertentu. Adakalanya pelanggan menceritakan hal-hal yang bagus tentang sebuah produk atau jasa jika di pandang produk dan pelayanannya bagus, begitu juga jika yang

terjadi sebaliknya, pelanggan mengeluh jika produk atau jasa beserta layanannya tidak bagus, maka akan merugikan perusahaan, hal ini dinamakan *word of mouth* (komunikasi dari mulut kemulut).

Terkait dengan penjualan produk PT. Igaras (*hollow block & paving block kansten*) yang pada umumnya mengalami kenaikan penjualan dari tahun 2008-2011, tetapi pada tahun 2012 penjualan produk PT. Igaras mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1 realisasi penjualan produk PT. Igaras (*hollow block & paving block kansten*) dari tahun 2008-2012.

**Tabel 1.**

**Realisasi Penjualan produk (*hollow block & paving block kansten*)**

**PT. Igaras dari Tahun 2008 - 2012**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
2008	40.515.263.623	-
2009	40.897.032.437	0,94
2010	43.362.435.476	6,02
2011	75.732.696.740	40,5
2012	60.937.272.728	24,2

*Sumber: PT. Igaras (Semen Padang Group)*

Berdasarkan tabel 1 terlihat realisasi penjualan produk (*hollow block & paving block kansten*) berfluktuasi. Realisasi penjuan produk pada tahun 2009 adalah sebesar 0,94 % dan tahun 2010 mengalami kenaikan sebesar 6,02 % seterusnya tahun 2011 mengalami kenaikan yang cukup tinggi yaitunya sebesar

40,5 %. Sedangkan tahun 2012 realisasi penjualan mengalami penurunan sebesar 24,2 %. Hal ini diduga disebabkan karena kurangnya pelayanan, sehingga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan harus menyadari bahwa pelanggan mempunyai cara yang bervariasi dalam mendefinisikan pelayanan yang baik. Pengiriman yang baik bisa berarti pengiriman tepat waktu, kelengkapan pesanan. Perusahaan juga harus menyadari bahwa dua pelanggan dapat melaporkan bahwa mereka “sangat puas” tetapi dengan alasan yang berbeda. Menurut Schnaars (1991: 21) dalam (Fandy Tjiptono), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas.

Peningkatan daya saing dapat ditempuh dengan cara memberikan perhatian lebih kepada pelanggan. Produk/ jasa PT. Igaras (Semen Padang Group) merupakan produk dan jasa yang berusaha memenuhi kepuasan para pelanggan, dan untuk itu PT. Igaras (Semen Padang Group) perlu mengetahui dan memahami keinginan dan ekspektasi atau harapan pelanggan. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kelangsungan usaha dari perusahaan sangat tergantung dari keberadaan dan kesetiaan dari para pelanggannya, sementara di lain pihak kesetiaan para pelanggan akan senantiasa menuntut keseimbangan adanya keunggulan pelayanan yang makin memuaskan. Puas tidaknya pelanggan sangat tergantung pada kemampuan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Tinjauan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Igarar (Semen Padang Group)**”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk (*hollow block & paving block kansten*) PT. Igarar (Semen Padang Group).

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengungkapkan kepuasan pelanggan terhadap pembelian produk (*hollow block & paving block kansten*) atau jasa pada PT. Igarar (Semen Padang Group).

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Penulis

Sebagai studi perbandingan antara pengetahuan teori dengan praktek yang ada dilapangan serta penelitian ini dapat bermanfaat untuk memperluas wawasan dalam bidang yang diteliti dan memperdalam pengetahuan dalam manajemen pemasaran dan merupakan salah satu syarat penyelesaian studi pada Program Diploma III Universitas Negri Padang.

### 2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan hasil penelitian yang diperoleh ini agar dapat menambah dan memberikan masukan dan saran bagi perusahaan sebagai pertimbangan dalam usaha perbaikan dan penyempurnaan kekurangan perusahaan.

### 3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi khususnya bagi peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis untuk dapat dikembangkan lebih lanjut dan rinci, serta menjadi bahan perbandingan yang akan datang.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian secara deskriptif yaitu penelitian dengan cara melakukan pendekatan dengan para objek penelitian, melalui kuesioner kepada parapelanggan yang telah menggunakan produk PT. Igasar (*hollow block & paving block kansten*).

1. Secara keseluruhan pembelian produk PT. Igasar cukup baik hal ini terlihat dengan rerata 3.98 perhitungan tingkat capaian responden (TCR) sebesar 79,65%.
2. Indikator penilaian kualitas keunggulan produk PT.Igasar dengan rerata 4.12, TCR sebesar 82.33% dengan kategorinilai baik.
3. Indikator untuk kualitas harga produk PT. Igasar dengan rerata 4.31, TCR sebesar 86.23% dengan kategori nilai baik.
4. Sedangkan indikator kualitas layanan PT. Igasar dengan rerata 3.77, TCR sebesar 75.40%, dengan kategori cukup baik. Keunggulan layanan lebih rendah dibandingkan pada keunggulan produk dan keunggulan harga.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka penulis menyarankan kepada PT. Igaras (Semen Padang Group).

1. Disarankan kepada perusahaan PT. Igaras untuk meningkatkan layanan terutama dalam hal ketetapan waktu dalam pengiriman barang kepada pelanggan.
2. Menambahkan fasilitas dan layanan kepada pelanggan baik dari segi fisik maupun non fisik agar tidak ada lagi keterlambatan pengiriman barang kepada pelanggan sehingga penilaian kepuasan pelanggan layanan PT. Igaras semakin baik dimata pelanggan.
3. Pengukuran kepuasan pelanggan ini hendaknya dilakukan secara berkala, sehingga harapan – harapan pelanggan terhadap pembelian produk/jasa bisa diketahui dan kepuasan pelanggan bisa ditingkatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta:PT. Rineka Cipta.  
Jakarta
- Fandi Tjiptono & Gregorius Chandra 2005.*Service, Quality & Satisfaction*.  
Yogyakarta: andi .
- Fandi Tjiptono & Gregorius Chandra. 2009. *Manajemen jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler Philip & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih  
bahasa: Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. Alih  
bahasa: Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2004. *Etika customer service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Longenecker, Justin G, Carlos W. Moore & J. Wiliam Petty. 2001.  
*Kewirausahaan: manajemen usaha kecil*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen. C. John.2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer satisfaction*. Jakarta: Garamedia  
Pustaka Utama.
- Sugiyono.2011. *Metode Penelitian Administrasi*.Bandung: Alfabeta.