

**Analisis Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan  
Kepuasan Konsumen Di Marsya Komputer  
Rarang Lombok Timur**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



**Oleh:**

**QURATUL AENI**  
NIM : 2020B1C011

**KONSENTRASI ENTERPRENEUR  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ANALISIS STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN  
KEPUASAN KONSUMEN DI MARSYA KOMPUTER RARANG  
LOMBOK TIMUR**

Oleh:

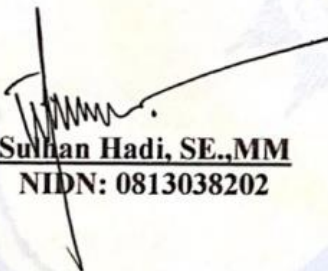
**QURATULAENI**  
**2020B1C011**

Untuk memenuhi Ujian Sidang Skripsi Pada tanggal 12 Pebruari 2024

Menyetujui  
**Pembimbing**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Sulhan Hadi, SE.,MM**  
**NIDN: 0813038202**

  
**Ridwan, S.IP.,MM**  
**NIDN: 0808119103**

**Mengetahui:**  
**Ketua Program Studi Administrasi Bisnis**

  
  
**Hendra Maniza, S.Sos., MM**  
**NIDN: 0828108404**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN  
KEPUASAN KONSUMEN DI MARSYA KOMPUTER RARANG  
LOMBOK TIMUR**

Oleh:

**QURATULAENI**  
**2020B1C011**

Telah di pertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 12 Februari 2024  
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji

Sulhan Hadi, SE., MM  
NIDN: 0813038202

PU

Ridwan, S.IP., MM  
NIDN: 0808119103

PP

Rahmad Hidayat, S.AP., M.AP.  
NIDN.0822048901

PN

Mengesahkan,  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram  
Dekan

  
Dr. H. Muhammad Ali, M. Si  
NIDN. 0806066801

## PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **QURATUL AENI**

NIM : 2020B1C011

Prodi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan hal ini bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini hasil jiplakan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya tersebut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Mataram, Maret 2024

Yang membuat pernyataan



**QURATUL AENI**  
**NIM. 2020B1C011**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN BEBAS  
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Quratus Aeni  
NIM : 2020B1C011  
Tempat/Tgl Lahir : ~~Mako~~, Lolim, 25 - Juni - 2002  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : FISIPol  
No. Hp : 081937217957  
Email : aeni.quratus1@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis\* saya yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN  
KEPUASAN KONSUMEN DI MARSYA KOMPUTER RARANG LOMBOK  
TIMUR

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 29%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis\* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya bersedia menerima sanksi akademik/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, Senin, 18 - Maret 2024

Penulis



Quratus Aeni  
NIM. 2020 B1 C011

Mengetahui,  
Kepala UPT, Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.  
NIDN. 0802048904

\*pilih salah satu yang sesuai



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Quratul Aeni  
NIM : 2020816011  
Tempat/Tgl Lahir : Cimahi, 23 - Juni - 1999  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ekonomi  
No. Hp/Email : 081 937 217 957  
Jenis Penelitian :  Skripsi  KTI  Tesis  .....

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/forma mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

ANALISIS STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPuasan  
KONSUMEN DIMAKSYA KOMPUTER BARANG LOMBOK TIMUR

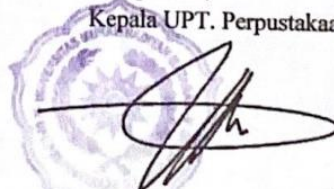
Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, Sembawa .....2024  
Penulis



Quratul Aeni  
NIM. 2020816011

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.  
NIDN. 0802048904

## **MOTTO**

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar melainkan milik mereka yang  
senantiasa berusaha”

“Sembunyikan prosesmu dan tunjukkan hasilmu”

“Jangan menyerah sekarang impianmu akan menjadi nyata jika kamu tidak  
berjalan hari ini kau tidak akan bisa berlari esok hari”



## PERSEMBAHAN

Kepada Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan, rahmat hidayat, dan rezeki atas semua yang saya butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini dan Alhamdulillah skripsi ini selesai tepat waktu. Selain itu saya menyaranakan banyak terimakasih kepada orang-orang yang selalu mendukung saya yaitu:

1. Untuk kedua orang tua ku tercinta, Bapak H. Abdul Qudus dan Ibu Nurilah, terimakasih telah banyak berkorban, memberiku dukungan dan dorongan serta doa, nasehat dan kasih sayang.
2. Untuk semua keluarga besarku tercinta terimakasih banyak atas motivasi dan doanya.
3. Untuk diri sendiri semangat pantang mundur sebelum sukses
4. Kepada teman-teman seperjuanganku administrasi bisnis angkatan 2020 terimakasih atas waktu kebersamaanya selama ini.
5. Kepada dosen-dosen administrasi bisnis terimakasih banyak atas ilmu dan motivasinya.
6. Almamaterku dan kampus hijau Universitas Muhammadiyah Mataram.



## UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini dengan segala hormat sebagai penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs.Abdul Wahab, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Bapak Dr. H.Muhammad Ali,M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos,M.M selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
4. Bapak Sulhan Hadi, S.E,.M.M. selaku Dosen Pembimbing pertama di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, terima kasih atas semua dorongan bapak. anda adalah orang yang luar biasa, dan saya ingin bapak tahu bahwa anda membuat dampak yang sangat besar dalam hidup saya.
5. Bapak Ridwan, S.IP.,M.M. selaku Dosen Pembimbing kedua di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, terima kasih atas bimbingan dan umpan balik bapak yang luar biasa dan terima kasih telah sangat mendukung.
6. Orang tua dan saudara-sepupu atas doa,dukungan tiada henti-hentinya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan
7. Para Dosen yang tentunya tidak dapat saya sebutkan satu persatu, teman-teman seperjuangan dan pihak luar yang tidak tangguh-tangguhnya membagi

pengalaman serta ilmu pengetahuan dalam penyusunan Skripsi ini.

8. Kepada semua sahabat serta pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungannya kepada penulis



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses penulisan.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk menjelaskan latar belakang, permasalahan, tujuan, dan metode penelitian hasil dan pembahasan yang akan digunakan dalam skripsi berjudul "Analisis Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Marsya Komputer Rarang Lombok Timur". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman dan pengembangan ilmu di bidangnya.

Adapun tujuan penulis membuat skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB) pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Amin.

Penulis,  
Mataram, 5 November 2023

**QURATUL AENI**

2020B1C011

## ABSTRAK

Seiring berkembangnya perekonomian, persaingan bisnis akan semakin ketat dan pola serta gaya hidup juga semakin meningkat, agar dapat bertahan pelaku usaha harus melakukan inovasi dalam memberikan kepuasan konsumen melalui strategi pelayanan yang tepat. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis memilih Marsya Komputer sebagai objek penelitian. Alasannya adalah Marsya Komputer merupakan salah satu tempat penjualan dan perbaikan Komputer di Jln.Raya Mataram-Sikur Rarang Kab. Lombok Timur NTB, yang memiliki strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasannya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam hal ini peneliti mendeskripsikan strategi pelayanan Marsya Komputer dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti menganalisisnya melalui reduksi data, penyajian data, dan pembuatan kesimpulan. Setelah itu melakukan pengecekan ulang untuk mendapatkan data yang diperoleh dan menggunakan teknik triangulasi, dengan tujuan mendapatkan kevaliditan data.

Hasil dari penelitian ini adalah Strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada marsya Komputer adalah tersedianya fasilitas yang memadai, diantaranya tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, pelayanan yang cepat, sikap yang ramah dan sopan saat melayani, pemberian jaminan apabila ada kesalahan dalam pembelian maupun perbaikan komputer, dan komunikasi yang baik dengan konsumen. sikap professional yaitu harus siap melayani dalam kondisi apapun, memiliki dasar dalam melayani, dan fokus terhadap pekerjaan, sikap sopan dan ramah dalam berbicara, memberikan senyuman dan berpakaian rapi.

Kata Kunci: Starategi, Pelayanan, Strategi pelayanan, Kepuasan Konsumen

## ABSTRACT

*As the economy progresses, business competition becomes increasingly fierce, and lifestyles evolve, necessitating businesses to innovate in providing customer satisfaction through appropriate service strategies. In connection with this, the author chose Marsya Computer as the research object. The reason is that Marsya Computer is one of the computer sales and repair shops on Jln. Raya Mataram-Sikur Rarang, East Lombok District, West Nusa Tenggara, which has service strategies to enhance customer satisfaction.*

*This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. In this regard, the researcher describes Marsya Computer's service strategies in enhancing customer satisfaction. Therefore, the researcher conducted observations, interviews, and documentation. The researcher analyzed them through data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Afterward, a rechecking process was conducted to obtain the acquired data, employing triangulation techniques with the aim of ensuring data validity.*

*The results of this study indicate that service strategies in enhancing customer satisfaction at Marsya Computer include the availability of adequate facilities such as parking spaces, comfortable waiting rooms, prompt service, friendly and courteous attitudes when serving customers, providing guarantees in case of errors in computer purchases or repairs, and effective communication with customers. Professional attitudes include being ready to serve under any circumstances, having a foundation in service, maintaining focus on the task, exhibiting polite and friendly speech, smiling, and dressing neatly.*

**Keywords:** *Strategy, Service, Service Strategy, Customer Satisfaction*

**MENGESAHKAN**  
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA  
MATARAM \_\_\_\_\_

**KEPALA**  
**IPT P3B**



## DAFTAR ISI

COVER .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISONALITAS .....	iv
SERTIFIKAT PLAGIASI.....	v
SERTIFIKAT PUBLIKASI .....	vi
MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
ABSTRAK .....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1Latar Belakang.....	1
1.2Rumusan Masalah.....	7
1.3Tujuan Penelitian .....	8
1.4Manfaat Penelitian .....	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Stategi .....	13
2.3 Pelayanan.....	15

2.4 Strategi Pelayanan .....	18
2.5 Kepuasan Konsumen .....	19
2.6 Kerangka Berpikir .....	23
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	25
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	26
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	26
3.4 Teknik Penentuan Informan .....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.6 Teknik Analisis Data .....	30
3.7 Validitas Data .....	32
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.2 Strategi Pelayanan Marsya Komputer .....	36
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>.....</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>.....</b>

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada zaman saat ini banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan yang bersangkutan adalah untuk memuaskan konsumen (Tjiptono, 2000) dalam (Prahastuti, 2011). Menurut (Kotler 2004) dalam (Prahastuti, 2019) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan - harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesannya kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen tidak puas, dan jika kinerja memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. Kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan konsumen berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang (Tjiptono, 2007) dalam (Astuti 2019).

Faktor utama penentu kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen terhadap kualitas jasa (Lupiyoadi 2006) dalam (Astuti 2019). Kualitas dan kepuasan konsumen berkaitan erat. Kualitas memberikan motivasi kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. sehingga perusahaan yang gagal memuaskan konsumen terhadap layanan yang diberikan, Umumnya mengalami masalah yang



komplek salah satunya adalah konsumen yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain. Setiap perusahaan jasa yang ada harus merencanakan, mengorganisasikan mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas agar dapat memuaskan konsumennya (Astuti, 2019). Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan menurut (John Sviokla dan Lupiyoadi, 2006) dalam (Astuti 2019) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan kepada konsumen. Penilaian akan kualitas pelayanan dikembangkan oleh Parasuraman dalam (Lupiyoadi dan Hamdani, 2018) yang dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL) yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

Teori kualitas kepuasan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima ( *perceived service* ) dengan tingkat layanan yang di harapkan ( *expected service* ). Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu lembaga ingin berkembang, persaingan yang semakin ketat menuntut sebuah lembaga penyedia jasa atau layanan untuk selalu memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Para konsumen akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang

terbaik kepadanya (Assauri, 2003) dalam (Astuti (2019).

Marsya komputer merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan komputer dan jasa service komputer yang beralamat di Jl. Raya Mataram-Sikur, Rarang, Marsya komputer menyediakan berbagai jenis merk komputer, laptop dan perlengkapan lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil oberservasi awal penulis, pada bulan Maret 2023 sampai April mengalami penurunan sebesar 3,69%, pada bulan Mei mengalami kenaikan sebesar 5,88%, pada bulan Juni mengalami penurunan sebesar -2,6%, pada bulan Juli mengalami kenaikan sebesar 2,45,

Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting di dalam mempertahankan konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan tidak maksimal, maka konsumen akan beralih ke toko lain, begitu pula sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan sangat maksimal, maka konsumen akan bertahan. Tujuan dari penelitian ini adalah mendiskripsi dan menganalisis faktor bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam menentukan kepuasan konsumen di Marsya Komputer. Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang berkaitan erat dan tidak dapat dipisahkan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan karena kualitas jasa layanan merupakan perbandingan antara harapan konsumen (expectation) dan kinerja suatu perusahaan yang dirasakan konsumen (performance). Perusahaan yang unggul dalam pasar harus mengamati harapan konsumen, kinerja perusahaan menjadi tolak

kepuasannya, sehingga suatu perusahaan harus berwawasan, agar dapat memenangkan persaingan pasar.

Tuntutan konsumen meningkat terhadap pelayanan yang berkualitas dan persaingan antar perusahaan komputer memaksa Marsya komputer melakukan upaya melalui pendekatan manajemen untuk meningkatkan keunggulan daya saing ditengah persaingan bisnis yang pelik. Kualitas produk atau jasa yang diharapkan oleh konsumen serta kepuasan konsumen sebagai orientasi perusahaan merupakan salah satu cara jitu untuk menciptakan keunggulan perusahaan. Pengukuran kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat kepuasan konsumen.

(Kotler 2004) dalam (Astuti (2019) service quality merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (perceived service) dengan harapan para konsumen atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (expected service). Ketidaksesuaian perceived service atas expected services akan menimbulkan kesenjangan (gap) yang merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan, persepsi konsumen ini selanjutnya akan mempengaruhi kepuasan konsumen (consumer satisfaction), sehingga kepuasan konsumen merupakan prioritas utama bagi perusahaan dalam mencapai keberhasilan.

ketidakpuasan konsumen menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki konsumen, sehingga jaminan kualitas menjadi perioritas utama bagi setiap

perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dalam perusahaan produk atau jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut

Hal tersebut dapat di lihat dari desain interior di toko Marsya Komputer, beberapa desain interior seperti ruangan yang terlalu sempit sehingga membuat penaruhan barang kurang rapi dan terlihat menumpuk, penata ruangan kurang rapi, untuk tempat etalase yang terlalu kecil sehingga ruang tunggu bagi konsumen terlihat sempit, sehingga membuat konsumen menjadi kurang nyaman.

Konsumen seringkali mengaitkan penampilan karyawan dengan profesionalisme dan kualitas layanan. Kurangnya kerapihan dalam penampilan karyawan dapat menimbulkan ketidakpuasan, membuat konsumen meragukan standar pelayanan yang diberikan kurang rapinya karyawan dalam menata rambut dan busana. Busana yang dikenakan karyawan masih banyak yang terlihat kurang rapi dan tidak memakai id card, sedangkan dari rambut masih banyak karyawan kurang peduli untuk menyisir rambut, sehingga mungkin akan membuat konsumen agak kurang nyaman.

Fasilitas merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam usaha, oleh karena itu fasilitas yang ada saat datang ke toko harus memadai seperti, tempat duduk untuk konsumen saat menunggu laptop di service,

tempat duduk di toko Marsya Komputer sendiri kurang, karena ruangan yang tidak terlalu besar membuat ruang tunggu tidak terlalu banyak ruang dan membuat konsumen kadang ada yang berdiri karena tidak kebagian tempat duduk, tempat parkir juga sangat penting, bagi konsumen agar dapat memudahkan menaruh kendaraan saat datang ke toko.

Marsya Komputer sendiri mempunyai lahan parkir yang luas akan tetapi mulai sore sampai malam di depan toko di gunakan untuk menjual makanan, hal ini mungkin menyulitkan pengunjung saat datang ke toko, konsumen mungkin menjadi kesulitan dalam memarkirkan kendaraannya, dan membuat toko tidak terlalau kelihatan saat sore sampai malam hari. Dengan adanya hal yang demikian membuat konsumen kurang nyaman saat datang ke toko saat sore sampai malam. Berdasarkan beberapa hal tersebut penulis ingin meneliti tentang kepuasan konsumen.

Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Harapan konsumen atas pelayanan, diyakini memiliki peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk dan kepuasan konsumen. Terdapat hubungan yang erat antara penentuan kualitas pelayanan jasa dan kepuasan konsumen. Konsumen akan menggunakan harapannya sebagai acuan dengan demikian, harapan konsumenlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh konsumennya. Dalam konteks kepuasan konsumen, umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang

akan diterimanya. Harapan konsumen dari waktu ke waktu berkembang, seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima konsumen serta semakin bertambahnya pengalaman konsumen, dan ini semua akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul saat membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil. Terhadap ekspektasi mereka, tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk, harga dan lokasi yang dirasakan. Moha & Loindong, (2016) .Memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen merupakan sebuah faktor yang sangat penting untuk menjaga konsumen tetap membeli dan menggunakan produk dan jasa suatu perusahaan, dengan itu perusahaan dapat menjaga stabilitas jalannya perusahaan dan juga dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Terkait dengan kepuasan konsumen di Marsya komputer Rarang.

Zaman sekarang ini telah banyak toko perbaikan dan pembelian komputer dimana-mana. Dengan uraian rumusan masalah di atas penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Marsya Komputer Rarang Lombok Timur.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1.2.1 Bagaimana strategi pelayanan di Marsya Komputer dalam meningkatkan kepuasan konsumen?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1.3.1 Untuk menjelaskan strategi pelayanan di Marsya Komputer dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat di ambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1.4.1 Bagi Peneliti**

Penelitian ini memperluas perspektif, keahlian, dan pemahaman para peneliti tentang topik yang dibahas. Penelitian ini juga menawarkan cara untuk mempraktikkan teori yang telah dipelajari di perkuliahan, terutama dalam hal pemecahan masalah, analisis situasi, dan mengadakan penelitian formal. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan lebih dari variabel yang di gunakan sebelumnya, dan bagi peneliti ilmu tersebut nantinya dapat diterapkan pada dunia kerja.

#### **2.4.1 Bagi Pihak Marsya Komputer**

Hasil dari penelitian ini nantinya bisa jadi pertimbangan masukan bagi Marsya Komputer, unuk pemecah masalah yang di hadapi maupun sebagai pemikiran strategi jangka panjang terutama dalam bidang pemasaran yang berhubungan dengan stategi pelayanan. Dengan menerapkan strategi pelayanan yang tepat akan dapat meningkatkan kepuasan serta memperbanyak konsumen yang akan berbelanja.

### 1.4.3 Bagi pihak lainnya

Temuan-temuan dari studi ini diharapkan dapat ditambahkan ke dalam pengetahuan mengenai teknik-teknik layanan kepuasan pelanggan sebagai wawasan baru, referensi, dan sumber-sumber penelitian.





**BAB II**  
**KAJIAN PUSTAKA**

**2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

*Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu*

No	Nama	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Pelayanan Jasa Service Komputer Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Recovery.U Dwi Epty Hidayaty, 2022 Universitas Buana Perjuangan Karawang	Kualitatif	sesuai kunjungan industri tersebut penulis memperoleh yang akan terjadi bahwa perusahaan healing. mengutamakan pelayanan baik secara teknis maupun menyampaikan saran dan masukan secara responsive pada menangani permintaan konsumen buat meningkatkan loyalitas konsumen. kualitas dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen terciptanya kepuasan konsumen dengan adanya kualitas jasa yg baik memiliki manfaat seperti menyampaikan dasar yang baik untuk penggunaan jasa ulang sang konsumen karena terciptanya kepuasan dan loyalitas konsumen. untuk bisa menaikkan pelayanan perusahaan perlu menambah jumlah karyawan yg diperlukan berdasarkan quantity	Persamaanya sama-sama meneliti pelayanan dan perbedaanya yaitu objek yang di teliti

			<p>pekerjaan , taraf permintaan konsumen, dan lingkup layanan yang ditawarkan supaya kedepannya dapat menerima lebih poly permintaan konsumen setiap harinya karena kapasitas karyawan yang sesuai.</p>	
2.	<p>Peran strategi Pelayanan dalam mempertinggi Kepuasan Konsumen Perpektif Ekonomi Islam (Studi masalah pada Café Warung Gunung Mojoroto Kota Kediri) Jessi Mareta Reisando, 2020 Universitas IAIN Kediri</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Cafe Warung Di Gunung, tersedianya peralatan yang sesuai, penggunaan software Orcella dalam pelayanan untuk mencapai sikap cepat dan ramah. Menjamin kesopanan dalam pelayanan, memberikan keamanan jika terjadi kesalahan pemesanan, dan menjamin komunikasi yang baik dengan konsumen.</p> <p>(2) Berdasarkan perspektif ekonomi Islam, peran strategis Service dalam meningkatkan kepuasan konsumen seperti yang dilakukan oleh Cafe Wagu dilandasi oleh perilaku profesional, yaitu siap memberikan pelayanan dalam situasi apapun. layanan.</p> <p>Fokus pada pekerjaan Sopan dan bersahabat Cara berbicara, tersenyum, berpakaian baik, jujur Perubahan harga, bukti pembayaran jelas,</p>	<p>Tujuan yang diteliti berbeda, namun keduanya melihat seberapa baik layanan meningkatkan kesenangan konsumen.</p>

			Terbuka terhadap pembeli, Pengadilan menyetujui Harga dan preferensi dianggap memberikan pelayanan yang baik sepanjang sebanyak konsumen datang, memesan, dan membayar hingga tanpa mengantri di kasir.	
3.	Analisis strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Cabang S.Parman Medan Ade Irma Wahyuni, 2020 Universitas Islam Negri Sumatra Utara	Kualitatif	Studi ini menghasilkan rencana pertumbuhan, yang juga dikenal sebagai strategi yang berorientasi pada pertumbuhan. Teknik manajemen ini merepresentasikan kondisi perusahaan yang baik saat ini dan kemampuan untuk berekspansi ke depan dengan memanfaatkan peluang untuk mencapai omset aporisma. Taktik ini dipilih karena perhitungan akan dilakukan pada kuadran I (satu), dimana skor tertimbang peluang-ancaman adalah 2,65165 dan skor tertimbang kekuatan-kelemahan adalah 3,014999. Posisi kuadran ini sangat menguntungkan dan dapat dimanfaatkan secara aphoris serta menggunakan teknik manajemen pelayanan yang telah dilakukan oleh Bank Aceh Syariah Cabang S. Parman Medan.	Sama-sama meneliti kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan perbedaannya adalah objek yang di teliti
4.	Stategi Pelayanan Di PT Aminareka Perdana Cabang	Kualitatif	Temuan penelitiannya menunjukkan bahwa strategi layanan PT Amina Surabaya bekerja sangat keras untuk memenuhi jumlah jemaah, seperti	Sama-sama meneliti kualitas pelayanan dalam meningkatkan

	Surabaya Pada Upaya menaikkan Kepuasan Konsumen Zelvi Dianita 2019 Universitas Islam Negri Sunan Ampel Surabaya		yang terlihat dari tingkat kepuasan dan kepercayaan jemaah yang tinggi terhadap penawaran perusahaan. Aminareka Perdana Suabaya, pelayanan yang di berikan oleh PT. Aminareka Perdana Suabaya ialah pelayanan yang berkualitas pada arti an pelayanan primer serta pelayanan tambahan buat kepuasan jamaah Haji serta umrah.	kepuasan konsumen dan perbedaanya adalah objek yang di teliti
5.	Custemer service dalam mempertinggi Pelayanan di PT. Bank rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batu Raya (pendekatan Manajemen Islam) Nirwa, 2018 UIN Alaudin Makasar	Kualitatif	Sebuah penelitian menemukan bahwa lencana nama harus selalu terlihat dan strategi layanan pelanggan harus baik dan transparan. Strategi layanan utama adalah komunikasi, kompetensi, kepedulian sosial dan lingkungan, kejujuran, serta kepercayaan dan keyakinan. Keinginan nasabah untuk terus menggunakan jasa layanan PT. Bank warga Indonesia (Persero) Tbk, merupakan bukti bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh unit Batu Raya.	Sama-sama meneliti kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan perbedaanya adalah objek yang di teliti

## 2.2 Strategi

### 2.2.1 Pengertian Strategi

Menurut (Dewi, 2009) dalam (Ade Irma Wahyuni, 2020)

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu, *strategos* yang artinya

suatu usaha yang di gunakan untuk mencapai suatu kemenangan. selama peperangan, yang awalnya di gunakan di lingkungan militer, namun istilah strategi kini di gunakan dalam berbagai bidang yang memiliki esensi yang relative sama termasuk di adopsi dalam konteks pembelajaran yang di kenal dalam istilah strategi pembelajaran. Strategi ialah suatu seni walapun di adakan suatu peralatan analisis untuk mengidentifikasi dan mengepaluasi strategi tetap lebih banyak di dominasi oleh pikiran intuisi, perasaan, persepsi, dan pendapat pribadi

Menurut (Rue, 1986) dalam (Ade Irma Wahyuni, 2020) kata “Strategi” berasal dari kata “Strategia” yang sebelumnya di kenal dan di pakai 400 tahun sebelum masehi, dengan konoytasi pengertian suatu seni (*art*) dan pengetahuan (*science*) tentang pengendalian kekuatan militer.

Menurut (Sukristono, 1992) dalam (Ade Irma Wahyuni, 2020) Dari berbagai pendapat dapat di simpulkan strategi adalah suatu penentuan dan evaluasi berbagai internatif cara untuk mencapai misi atau tujuan, termasuk untuk pilihan internatif-internatifnya, dengan kata lain, secara garis besar stategi adalah bagaimana rencana manajemen mencapai tujuannya.

Menurut (Christensen, 1973) dalam (Ade Irma Wahyuni, 2020) Stategi adalah suatu perumusan pola dengan berbagai tujuan dan kebijakan dasar serta rencana-rencana untuk mencapai tujuan

tersebut, sehingga dapat di ketahui dengan jelas usaha yang sedang atau akan di laksanakan oleh peusahaan baik yang sedang berjalan maupun di waktu yang akan datang.

Berdasarkan (Igor, 1982) dalam, (Ade Irma Wahyuni, 2020) seni manajemen adalah ketentuan untuk dasar penyusunan keputusan serta penetapan garis panduan

Dari (T. Kempner) dalam, (Ade Irma Wahyuni, 2020) menyatakan bahwa taktik ialah suatu planning aplikasi tindakan atau rencana pelaksanaan tindakan atau pelaksanaan tindakan yang dibutuhkan memiliki dampak pada kemampuan perusahaan tindakan yang diharapkan mempunyai akibat pada kemampuan perusahaan pada rangka mencapai tujuan-tujuannya.

menurut (J.B Quinn,) dalam (Ade Irma Wahyuni, 2020) menyatakan bahwa strategi adalah suatu pola atau planning yang mengintegrasikan sasaran-target utama organisasi, kebijakan kebijakan serta serangkaian pelaksanaannya dalam holistik deretan.

## **2.3 Pelayanan**

### **2.3.1 Pengertian Pelayanan**

Setiap tindakan yang dilakukan oleh bisnis untuk memuaskan harapan pelanggan dianggap sebagai pelayanan. Dalam hal ini, "pelayanan" dipahami sebagai jasa atau layanan yang diberikan oleh penyedia layanan dalam bentuk kecepatan, kemudahan penggunaan,

kemampuan, korelasi, dan keramahtamahan yang ditunjukkan oleh sikap saat menawarkan layanan untuk memuaskan klien. Kualitas layanan (*survice quality*) dikenal menggunakan teknik membandingkan persepsi pelanggan tentang layanan yang benar-benar mereka peroleh atau dapatkan dengan layanan yang benar-benar mereka inginkan atau antisipasi sehubungan dengan kualitas layanan perusahaan. Ikatan antara produsen dan pelanggan bertahan lama setelah produk dibeli dan memasuki fase dukungan purna jual pasca pembelian. Karena perusahaan akan mendapatkan pemasukan dari asal pelanggan ini, perusahaan memandang mereka sebagai raja yang membutuhkan layanan terbaik untuk bertahan hidup Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim, (2021).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "pelayanan" mengacu pada hal-hal yang bersifat spesifik dan mendorong kerja sama melalui jual beli barang dan jasa. Secara umum, "pelayanan" dapat dipahami sebagai tindakan yang hasilnya ditujukan untuk kepentingan orang lain, baik perorangan maupun kelompok dan juga masyarakat pengguna jasa. Definisi yang lebih menyeluruh mengenai pelayanan diberikan oleh (Winarsih, 2005) dalam (Latif Febriana, 2016), yang mendefinisikan sebagai suatu tindakan atau serangkaian aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal-hal atau aktivitas-aktivitas lain yang disebabkan oleh usaha

pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelanggan.

Selain itu, pelayanan diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan menggunakan metode dan sistem prosedur tertentu dalam rangka usaha melayani kepentingan orang lain, seperti yang dikemukakan oleh Moenir (2008) dalam Latif Febriana (2016). Berdasarkan beberapa definisi yang telah dikemukakan di atas, pelayanan diartikan sebagai suatu jenis sistem, mekanisme, atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dalam hal ini pelanggan agar kebutuhannya dapat terpenuhi secara bersamaan dengan tetap memperhatikan harapan-harapannya. Definisi ini menyoroti bahwa karakteristik utama dari sebuah layanan tidak terlihat oleh mata telanjang dan mengamati upaya orang atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan yang menyediakan layanan.

### **2.3.2 Bentuk-Bentuk Pelayanan**

Menurut Puji (2009) dalam Ade Irma Wahyuni (2020) mengategorikan jenis pelayanan, yaitu pelayanan teknis dan umum. Layanan umum terdiri dari tiga (3) jenis, yaitu:

- 1) Pelayanan yang menggunakan lisan, atau pelayanan yang memberikan penjelasan informasi kepada mereka yang membutuhkan.
- 2) Layanan menggunakan tulisan adalah jenis layanan yang paling umum karena layanan ini dikatakan paling efektif dalam



memenuhi kebutuhan orang yang menerimanya.

- 3) Pelayanan menggunakan tindakan layanan ini berbentuk tindakan atau aksi yang dapat diselesaikan sebagai bagian dari tugas, maka layanan ini merupakan kelompok dari dua layanan.

## **2.4 Strategi Pelayanan**

### **2.4.1 Definisi Strategi Pelayanan**

Menurut (all, 1998) dalam (Wahyuni 2020) seni manajemen artinya faktor krusial yang memilih jalannya perusahaan dimasa depan. dengan strategi yang sempurna maka perusahaanpun dapat berjalan dengan baik. Pelayanan merupakan aktivitas atau aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan serta harapan konsumennya. kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara pelayanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diperlukan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan ialah tindakan yang dilakukan perusahaan berupa perilaku, kecepatan, ketanggapan pada melayani kebutuhan konsumen, agar apa yang diharapkan konsumen bias tercapai serta menyebabkan peasaan puas pada diri konsumen.

### **2.4.2 Indikator kualitas pelayanan**

Menurut (Tjiptono F., 2010) dalam (Bernik, 2019), salah satu atribut yang dapat digunakan untuk menilai kualitas pelayanan dapat dilihat pada 5 dimensi pokok, yaitu:

- 1) Keandalan (Reliability) adalah kapasitas suatu organisasi untuk

memberikan layanan berkualitas dengan cara yang tulus dan dapat diandalkan untuk kelangsungan hidup perusahaan.

- 2) Daya tanggap (Responsiveness), seperti seberapa baik sebuah bisnis dapat membantu, bereaksi, dan menawarkan layanan kepada pelanggan secara tepat waktu sambil terus memberi mereka informasi tentang pembaruan apa pun.
- 3) Jaminan dan kepastian (assurance) mengacu pada sejauh mana anggota staf bersikap sopan, berpengetahuan luas, dan mampu menanamkan rasa percaya diri kepada pelanggan terkait bisnis.
- 4) Empati (empathy) adalah upaya untuk memahami keinginan pelanggan dalam bentuk layanan yang penuh perhatian agar kebutuhan mereka dapat dipenuhi dengan tepat.
- 5) Bukti fisik (Tangibles), adalah bangunan dan infrastruktur perusahaan yang sebenarnya serta area di sekitarnya yang berfungsi untuk memenuhi permintaan pelanggan yang datang ke bisnis.

## **2.5 Kepuasan Konsumen**

### **2.5.1 Pengertian kepuasan Konsumen**

Ekspresi kepuasan konsumen berasal dari keselarasan antara harapan mereka dengan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan, seperti yang dinyatakan oleh (Minard, 1994) dalam (Reisando, 2020). Menurut Philip (1997) dan Latif Febriana (2016), kepuasan konsumen mengacu pada kepuasan atau ketidakpuasan seseorang berdasarkan perbedaan antara harapan dan kinerja atau efek dari suatu produk.

Layanan dapat dianggap berkualitas rendah jika kenyataan tidak sesuai kebutuhan. Layanan dianggap baik jika harapan dipenuhi oleh kenyataan yang sama. Menurut Rambat (2001) dalam Latif Febriana (2016), ada lima kriteria utama yang harus diperhatikan oleh bisnis ketika menilai tingkat kepuasan pelanggan. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1) Kualitas produk

Jika konsumen melaporkan bahwa barang yang mereka gunakan berkualitas tinggi sebagai hasil dari evaluasi mereka, mereka akan merasa senang.

2) Kualitas pelayanan

Jika mereka menerima layanan yang sangat baik atau memanfaatkan apa yang dibutuhkan, pelanggan akan senang.

3) Emosional

Jika konsumen menggunakan barang dari merek tertentu yang sering kali memiliki tingkat kesenangan yang lebih besar, mereka akan merasa bangga dengan diri mereka sendiri dan memperoleh kepercayaan diri bahwa orang lain akan mengagumi mereka. Nilai sosial yang membuat konsumen puas dengan merek tertentu adalah yang menimbulkan kepuasan, akan kualitas produk itu sendiri.

4) Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi memutuskan

harga yang cukup rendah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5) Biaya

Pelanggan yang tidak perlu menghambur-hamburkan uang atau mengeluarkan biaya yang tidak perlu untuk menerima barang atau jasa yang mereka beli.

### **2.5.2 Metode Pengukuran Kepuasan**

Menurut (Kotler, 1997) dalam ( Reisindo, 2020) metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1) Prosedur Keluhan dan Rekomendasi Bisnis yang berfokus pada konsumen memudahkan konsumen untuk mengirimkan rekomendasi dan keluhan mereka.

2) Pembeli Bayangan (Ghost Shopping)

Ghost shopping yaitu dengan mempekerjakan sejumlah "ghost shoppers" untuk berpura-pura menjadi calon pelanggan produk bisnis dan kemudian mengevaluasi seberapa baik bisnis tersebut merespons pertanyaan dari pelanggan, memenuhi permintaan spesifik dari mereka, dan menangani keluhan apa pun.

3) Analisis Konsumen Beralih (Last Customer Analysis)

Jika memungkinkan, bisnis harus menjangkau pelanggan yang telah berpindah ke penyedia layanan lain untuk mencari tahu mengapa hal itu terjadi dan untuk mengimplementasikan layanan unggulan atau peningkatan berikutnya.

#### 4) Informan lapangan kepuasan konsumen

Dengan menggunakan berita yang luas, bisnis hanya akan menerima umpan balik dari pelanggan dan menciptakan kesan yang baik bahwa bisnis tersebut menghargai pelanggannya.

#### 2.5.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut (Tjiptono, 2001) dalam (Reisindo,2020) Sumber atribut –atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:

1) Minat berkunjung ulang, ialah kesediaan konsumen buat berkunjung ulang atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, mencakup

(1) Berminat untuk berkunjung balik sebab fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

2) Kesesuaian harapan, atau tingkat keselarasan antara kinerja produk seperti yang diminta oleh pelanggan dan persepsi mereka, meliputi:

(1) Hasil kerja memenuhi atau di atas spesifikasi.

(2) Tingkat layanan yang diberikan oleh karyawan memenuhi atau di atas harapan.

(3) Fasilitas pendukung yang diperoleh memenuhi atau di atas harapan dalam hal pemanfaatan.

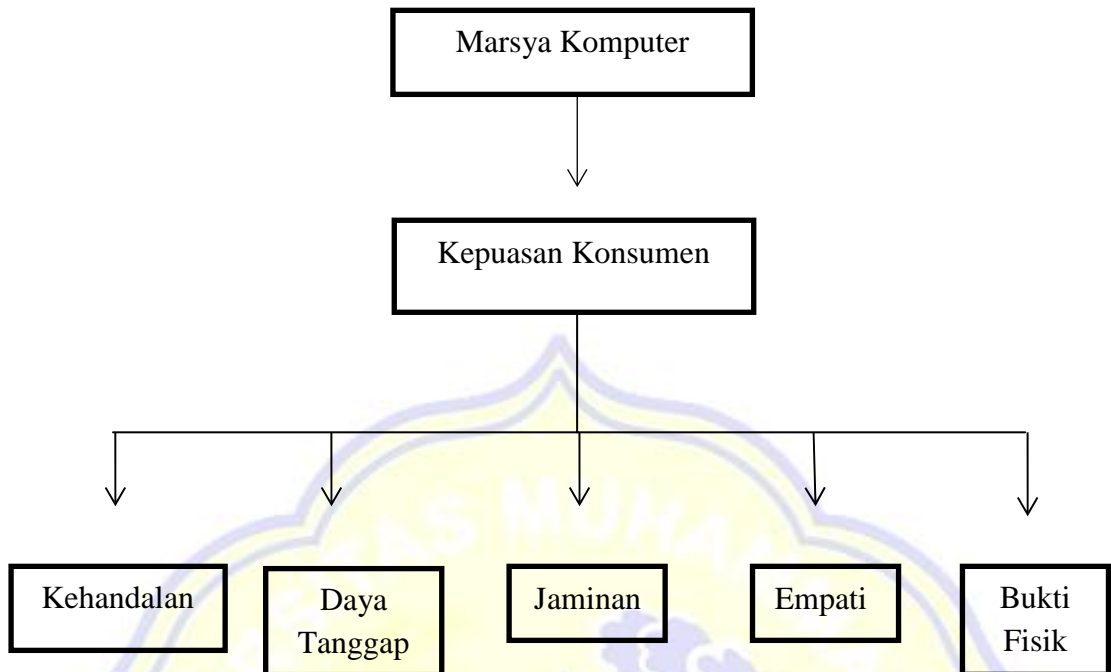
3) Kesediaan untuk merekomendasikan, hal ini mengacu pada kesiapan pelanggan untuk memberi tahu teman dan keluarga tentang barang yang telah mereka gunakan dan sukai, seperti:

- (1) Menganjurkan teman atau keluarga untuk membeli barang yang tersedia karena kualitas layanan yang baik.
- (2) Mendukung teman atau keluarga untuk membeli barang dagangan karena fasilitas yang tersedia cukup memadai.
- (3) Meyakinkan teman dan keluarga untuk membeli barang yang diberikan karena nilainya atau keuntungan yang akan mereka rasakan setelah menggunakan layanan tersebut.

## **2.6 Kerangka Berpikir Penelitian**

Kerangka pemikiran menjadi landasan pada pemahaman buat memperjelas aplikasi penelitian dan sekaligus buat mempermudah peneliti pada pemahaman yang bisa di jelaskan menjadi berikut:

Marsya komputer pada saat mejalankan aktivitas usahanya wajib melakukan upaya untuk selalu menaikkan kualitas pelayanan maupun pemasaran dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen, maka perlu memperhatikan taktik kualitas pelayanan. Adapun kerangka pemikiran dapat di gambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.1 Kerangka pemikiran**

Sumber : Tjiptono, *Manajemen Kualitas Jasa* (2010)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Istilah "instrumen" dalam penelitian kualitatif mengacu pada orang atau human instrument, yaitu peneliti. Makna adalah data yang sebenarnya; data absolut adalah nilai yang berada di balik data yang tampak. Peneliti perlu memiliki bekal teori dan wawasan yang luas agar dapat mengajukan pertanyaan, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih tampak dan bermakna (Sugiono, 2016:8).

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada makna dan proses yang sedang diuji, atau mengukur secara akurat dengan data deskriptif. Karena digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive sampling, maka penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kualitatif meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data meliputi triangulasi (triangulasi), analisis data kualitatif dan induktif, dan temuan penelitian. Makna dalam generalisasi lebih ditekankan dalam penelitian kualitatif (Sugiono, 2016:9).



Di pemahaman strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Masrya komputer ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif sebab peneliti ingin menjabarkan hasil asal penelitian ini secara dekriptif dan mendalam. Dalam penelitian kualitatif, setelah masalah diidentifikasi, pengumpulan data yang ekstensif dilakukan untuk memungkinkan perumusan hipotesis dalam bentuk hubungan antar gejala. Hipotesis ini kemudian divalidasi dengan pengumpulan data yang lebih ekstensif. Hipotesis akan menjadi tesis atau teori jika telah teruji kebenarannya (Sugiono, 2016: 25)

### **3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **3.2.1 Lokasi penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Marsya Komputer yang beralamat di Jl. Raya Mataram-Sikur, rarang, Kec. Terara Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Bar. 83663 alasan di pilihnya lokasi ini karena tempat yang strategis dan mudah di jangkau peneliti

#### **3.2.2 Waktu penelitian**

Waktu penelilitian mulai di laksanakan juli 2023 sampai dengan Januari tahun 2024

### **3.3 Jenis Dan Sumber Data**

sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah :

#### **3.3.1 Data primer**

Data primer ialah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli

data utama dalam penelitian ini didapat dengan melakukan wawancara secara eksklusif dengan pihak yang terkait dalam penelitian ini. Untuk narasumber pada penelitian ini merupakan pihak yang berhubungan dengan Marsya Komputer yaitu pemilik serta karyawan maupun konsumen Marsya Komputer.

### 3.3.2 Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer. Di lihat dari segi sumber data bahwa tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat di bagi atas sumber buku, dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.

## 3.4 Teknik Penentuan Informan Atau Narasumber

Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, (Sugiyono, 2012:54) dalam (Maulana & Patrikha, 2021) Purposiv sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti. Dimana informan menjadi sumber informasi yang mengetahui tentang penelitian yang sedang diteliti, dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi penelitian. Untuk imforman sendiri penulis memilih pemilik toko sebagai yang terlibat langsung dengan Marsya Komputer, juga

karyawan yang langsung melakukan intraksi dengan konsumen serta konsumen yang melakukan pembelian maupun perbaikan, dan untuk konsumen sendiri di pilih setelah melakukan pembelian maupun perbaikan lebih dari dua kali.

Pemilihan konsumen sebagai informan di pilih 10 konsumen yang di pilih setelah melakukan pembelian lebih dari dua kali agar memaksimalkan data yang di butuhkan bagi peneliti untuk memastikan kepuasan konsumen itu sendiri peneliti juga dapat membandingkan tipe pelayanan yang di lakukan oleh Marsya Komputer. Informan merupakan orang yang bisa memberikan suatu penerangan yang jelas menggunakan detail, menyangkut menggunakan subjek yang sedang dicari buat pengumpulan data penelitian. Maka pemilihan informan pada penelitian ini adalah:

**Tabel 2.1 Informan Penelitian**

No	Nama	Keterangan	Jumlah
1	Nasrullah	Manajer	1
2	Ade	Karyawan	1
3	Tini	Karyawan	1
4	Konsumen	-	10

**Sumber : *observasi awal peneliti***

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

### 3.5.1 Observasi Partisipan

Dengan menggunakan teknik yang disebut "observasi partisipatif", peneliti mengamati peristiwa yang relevan dengan penelitian untuk mengumpulkan data. Peneliti tidak hanya mengamati tetapi juga ikut ambil bagian dalam tindakan yang dilakukan. Peneliti mengamati keadaan dan kondisi di Marsya komputer, termasuk berapa lama waktu yang dibutuhkan penjual untuk menyelesaikan proses pelayanan kepada konsumen, dan bagaimana reaksi pelanggan setelah melakukan pembelian dan reparasi di sana. Pengamatan ini berkaitan dengan penggunaan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

### 3.5.2 Wawancara Mendalam (indepth interview)

Dengan menggunakan pertanyaan yang telah direncanakan sebelumnya dan wacana yang eksklusif, wawancara mendalam memungkinkan eksplorasi yang lebih dalam terhadap materi yang ditawarkan oleh orang yang diwawancarai untuk mengumpulkan data. Menggunakan pendekatan wawancara terstruktur dalam penelitian ini menguntungkan karena peneliti sudah mengetahui materi yang akan dikumpulkan. Dengan demikian, untuk memfokuskan informasi yang dikumpulkan selama wawancara, peneliti telah mengembangkan pertanyaan-pertanyaan tertulis. Dalam rangka meningkatkan kebahagiaan pelanggan, peneliti akan menggunakan analisis strategi layanan untuk mewawancarai para

penjual terkait secara mendalam untuk penelitian ini.

### 3.5.3 Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah cara memperoleh data yang telah diambil dari dokumen, publikasi, foto, denah, ataupun surat kabar. Studi dokumentasi artinya pelengkap asal penggunaan metode observasi serta wawancara. yang akan terjadi penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih bisa dipercaya jika disertai dengan gambar, coretan pena, atau lukisan. Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan teknik observasi dan wawancara. Dokumentasi dimulai dengan pengumpulan dokumentasi yaitu dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian ini akan dipilih dan dimasukkan ke dalam penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi organisasi yang berkolaborasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menerapkan teknik manajemen layanan. Dokumen yang berkaitan di penelitian ini adalah gambar perjuangan usaha tulisan sejarah usaha, profil usaha, dan aktivitas pelayanan pada usaha

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif-kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data-data sebagaimana adanya, dengan melakukan analisis dan

membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2016: 29) dalam (Ryzana 2019) Setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data sehingga data-data tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan dengan perhitungan kategori.

### 3.6.1 Reduksi Data (Reduction Data)

Karena ada banyak data yang dikumpulkan di lapangan, data tersebut harus didokumentasikan dengan cermat dan menyeluruh. Jumlah data akan semakin kompleks jika semakin lama peneliti di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan reduksi data untuk analisis data. Data yang telah direduksi akan dikompilasi, poin-poin penting akan dipilih, dan temuan-temuan penelitian akan dimanfaatkan. Peneliti akan dapat mengumpulkan lebih banyak data dengan lebih mudah dan lebih jelas berkat data yang telah direduksi.

### 3.6.2 Penyajian data (Display Data)

Penyajian data adalah tahap berikutnya setelah reduksi data. Bagan atau penjelasan ringkas dapat digunakan untuk menunjukkan fakta. Data akan disortir dan dikelompokkan melalui presentasi, sehingga mudah dipahami dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

### 3.6.3 Penarikan kesimpulan (Conclusion Drawing/Verification)

Setelah penyajian data, kesimpulan dapat ditarik dari data, yang mengarah pada penilaian awal yang lebih menyeluruh dan terfokus yang mungkin tidak segera terlihat. Keakuratan temuan dan korespondensi antara peneliti dan informan dalam menjelaskan data di

lapangan selanjutnya akan dinilai. Kesimpulan yang dapat diandalkan adalah kesimpulan yang didukung oleh bukti-bukti yang kuat.

### **3.7 Validitas Data**

#### **3.7.1 Perpanjangan Pengamatan**

Ketika memperpanjang pengamatan untuk menilai validitas data penelitian, para ilmuwan berkonsentrasi untuk mengevaluasi data yang dikumpulkan untuk menentukan apakah data tersebut akurat atau tidak dan apakah data tersebut telah berubah setelah dikembalikan ke lapangan. Jangka waktu perpanjangan pengamatan dapat diakhiri jika hasil pengecekan terakhir di lapangan menunjukkan bahwa data yang diperoleh sah, atau kredibel. Sebaiknya memberikan surat keterangan perpanjangan sebagai bukti ketika menjelaskan bahwa peneliti menggunakan perpanjangan pengamatan untuk melakukan uji kredibilitas. Selain itu, laporan penelitian dan surat ini dapat dilampirkan.

#### **3.7.2 Triangulasi**

Dalam pengujian, triangulasi mengacu pada membandingkan data dari beberapa sumber, metode, dan waktu. Dalam penelitian ini, penilaian keabsahan data dilakukan dengan menggunakan:

##### **1) Triangulasi sumber**

Memverifikasi data yang diperoleh dari banyak sumber adalah cara seseorang menguji ketergantungan data. Data yang diperoleh dari berbagai sumber ini diselidiki untuk melihat

apakah mereka memberikan informasi yang sama dan akurat.

2) Triangulasi teknik/cara

Pengujian reliabilitas data melibatkan penggunaan pendekatan yang tidak tepat untuk memeriksa sumber yang sama. Misalnya, informasi yang dikumpulkan melalui wawancara dapat diperiksa ulang untuk memastikan akurasi dan konsistensi dengan menggunakan survei atau catatan observasi.

3) Triangulasi waktu

Waktu juga mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan pada saat pagi hari saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Pengujian kredibilitas data dapat dilakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi dalam waktu dan situasi yang berbeda, apakah informasi yang diperoleh sama dan benar.