

ABSTRAKSI

Kepuasan pelanggan merupakan sumbu yang dapat mengiktisarkan keterikatan hubungan antara pelanggan dan produsen untuk berbagai sisi usaha termasuk di dalamnya usaha jasa. Tanpa menyentuh sisi kepuasan pelanggan *customer retention* (mempertahankan pelanggan) menjadi lebih sulit dilakukan oleh perusahaan.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah: *tangibles* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), *emphaty* (X_5), dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Toko Sarana Teknik. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah: *purposive random sampling*, *acceptanced random sampling*, dan *incidentil random sampling*.

Berdasarkan hasil uji F dapat dinyatakan bahwa variabel-variabel kualitas layanan yaitu *tangibles* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *emphaty* (X_5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena $F_{hitung} (9,972) > F_{tabel} (2,21)$. Untuk itu model regresi yang digunakan dapat dipakai untuk melakukan prediksi kepuasan pelanggan dari variabel bebas penelitian yaitu kualitas layanan. Berarti hipotesis pertama dalam penelitian terbukti kebenarannya. Hasil analisis determinasi parsial diketahui bahwa kualitas layanan pada dimensi *reliability* (X_2) mempunyai pengaruh atau kontribusi dominan terhadap kepuasan, yaitu dengan melihat nilai t_{hitung} sebesar 2,172. Selain itu r^2 untuk variabel *reliability* adalah sebesar 5,3%, dan paling tinggi diantara varaiabel bebas lainnya. Untuk itu hipotesis penelitian kedua yang menyatakan bahwa variabel *reliability* merupakan variabel dominan diantara semua variabel bebas penelitian adalah tidak terbukti.