

**MENGUKUR KEPUASAN PELANGGAN MEBEL KEN KEN  
DENGAN METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)***

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



**Diajukan Oleh :  
THERESIA C  
NIM : 1901110197**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
2026**

**MENGUKUR KEPUASAN PELANGGAN MEDEL KEN KEN DENGAN**

**METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)***

**SKRIPSI**



Diajukan Oleh :

THERESIA C

NIM : 1901110197

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**2026**


UNIVERSITAS TRIDINANTI


FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : THERESIA C  
Nomor Pokok / NIM : 1901110197  
Jurusan / Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Mengukur Kepuasan Pelanggan Meubel Kenken Dengan  
Metode *Service Quality (Servqual)*

Pembimbing Skripsi :

Tanggal : 15-4-2026 Pembimbing I :   
Firdaus Sianipar, SE, MM  
NIDN : 0203066401

Tanggal : 15-4-2026 Pembimbing II :   
Yun Suprani, SE, M.Si  
NIDN : 0207066701

Mengetahui :

Dekan


Dr. Hj. Misy Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Studi



Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si  
NIDN : 0226028303

088 /PS/DFEB/ 26


UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

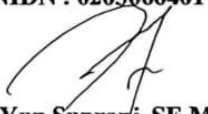
Nama : THERESIA C  
Nomor Pokok / NIM : 1901110197  
Jurusan / Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Mengukur Kepuasan Pelanggan Meubel Kenken Dengan  
Metode *Service Quality (Servqual)*

Penguji Skripsi :

Tanggal : 15/04/2026

Ketua Penguji :   
Firdaus Sianipar, SE,MM  
NIDN : 0203066401

Tanggal : 15/04/2026

Penguji I :   
Yun Suprani, SE, M.Si  
NIDN : 0207066701

Tanggal : 15/04/2026

Penguji II :   
Subarti, S.E, MM  
NIDN : 0220086501

Mengesahkan :

Dekan

  
  
Dr. Hj. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Studi

  
Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si  
NIDN : 0226028303

ii

 /PS/DFEB/26

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto :**

*"Terlambat lulus atau lulus tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kelirunya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Karena mungkin ada suatu hal dibalik terlambatnya mereka lulus dan percayalahnya alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik. Tidak ada yang terlalu cepat ataupun terlambat, semua berjalan sesuai dengan ketentuan waktu takdir yang tepat."*

### **Persembahan :**

Saya mempersembahkan karya ini kepada Allah SWT sebagai bentuk syukur atas setiap proses yang telah saya lalui. Dengan penuh cinta, karya ini saya dedikasikan untuk Papa saya Usman (Alm) yang meski telah tiada, namun doa dan kenangannya selalu menjadi kekuatan dalam langkah saya, serta Mama saya Maryam yang tak pernah lelah mendoakan dan menguatkan saya dalam setiap keadaan. Terima kasih untuk kakak saya David Usman atas dukungan dan semangatnya, serta untuk suami tercinta M.Kenedy, S.H. yang selalu hadir mendampingi dengan cinta, memberikan dukungan moral maupun materil, dan menjadi tempat saya bersandar hingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini. Dan untuk diri saya sendiri, Theresia C., terima kasih karena telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah hingga sampai di titik ini. Semoga karya ini menjadi wujud cinta, bakti, dan rasa terima kasih terdalam dari hati saya.

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Theresia C

Npm/Nomor Pokok : 1901110197

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah di tulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, April 2026



Theresia C

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen di Universitas Tridianti Palembang. Diawali dengan do'a dan sebarang perjuangan, memulai studi sehingga penyusunan (proposal) dengan melewati berbagai kendala, semuanya memberikan pengalaman tersendiri bagi saya.

Alhamdulillah atas karunia Allah SWT. Melalui niat kerja keras yang sungguh-sungguh dengan segenap kemampuan, pikiran, waktu dan tenaga serta hambatan, cobaan, dan godaan akhirnya skripsi yang berjudul "Mengukur Kepuasan Pelanggan Meubel Kenken Dengan Metode *Service Quality (Servqual)*" dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Saya ingin menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada kedua orang tua, adik-adik, keluarga besar, dan orang-orang terdekat saya yang sudah mendo'akan, memotivasi, dan mendukung sehingga saya bisa sampai di titik saat ini. Menyelesaikan laporan akhir (proposal) ini juga tak lepas dari bantuan dan dukungan dari pihak-pihak yang terkait. Saya ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS selaku Rektor Universitas Tidiranti Palembang

2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.M.S.i.Ak.CA.CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang
3. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE.M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang
4. Bapak Firdaus Sianipar, SE.MM selaku Pembimbing Satu yang telah membimbing dan mengarahkan Penulis dalam menyusun Skripsi.
5. Ibu Yun Suprani SE.,M.Si selaku Pembimbing Dua yang telah membimbing dan mengarahkan Penulis dalam menyusun Skripsi.
6. Semua dosen dan staff pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.
7. Pimpinan beserta karyawan Toko Meubel Kenken yang telah bersedia memberikan izin untuk penelitian skripsi ini.
8. Kepada kedua orang tua saya maryam dan usman (alm) serta kakak saya david usman dan suami saya M kenedy S.H

Akhirnya, semoga Allah SWT akan membalas semua jasa yang bapak-bapak serta ibu-ibu dan semoga karya yang sederhana ini dapat memberikan manfaat atau menfaat untuk kita semua. Aamiin...

Palembang, April 2025

( Theresia C )

## Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang penting dalam perusahaan yang bergerak di bidang retail Furniture, Karena merupakan indikator dari sebuah keberhasilan usaha. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan toko Meubel Kenken dan juga mengetahui atribut apa sajakah yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Toko Meubel Kenken. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Service Quality* yang digunakan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan,. Dari hasil penelitian ini dihasilkan bahwa para pelanggan Toko Meubel Kenken belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Analisa dilakukan dengan menggunakan Metode *Servqual (Service Quality)* pada dimensi layanan. Dimensi layanan tersebut meliputi *Tangibles* (Bukti Langsung), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati). Dan dari hasil penelitian juga dapat diketahui bahwa variabel *Responsiveness* memiliki hasil yang paling memenuhi harapan pelanggan yaitu dengan nilai gap 4.00. Sedangkan variabel yang paling tidak memenuhi harapan pelanggan adalah variabel *Reliability* yang memiliki gap -13.67.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Metode *Servqual* , *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*.

## Abstract

Customer satisfaction is one of the important things in companies engaged in the furniture retail sector, because it is an indicator of business success. Therefore, this study aims to determine how satisfied customers are at the Kenken furniture store and also to find out what attributes need to be improved to increase customer satisfaction at the Kenken furniture store. The method used in this study is the Service Quality method which is used to determine the level of customer satisfaction. From the results of this study, it is clear that Kenken furniture store customers are not satisfied with the services provided. The analysis was carried out using the *Servqual Method (Service Quality)* on the service dimension. The service dimensions include *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, and *Empathy*. And from the results of the study, it can also be seen that the *Responsiveness* variable has the results that best meet customer expectations, namely with a gap value of 4.00. Meanwhile, the variable that least meets customer expectations is the *Reliability* variable which has a gap of -13.67.

Keywords: Service Quality, *Servqual Method*, *Tangible Form*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*.

## **RIWAYAT HIDUP**

Theresia C, lahir di kota Palembang pada tanggal 29 Juni 1999 dari seorang ibu bernama Maryam dan ayah bernama Usman (Alm). Anak ke dua dari 2 bersaudara.

Menyelesaikan Pendidikan di Sekolah Dasar pada tahun 2011 di SDN 40 Palembang, dan dilanjutkan Sekolah Menengah Pertama pada tahun 2014 di SMPN 3 Palembang, dan melanjutkan Sekolah Menengah Atas di selesaikan pada tahun 2017 di SMKN 3 Palembang.

Mulai Kuliah pada tahun 2019 di Universitas Tridianti Palembang dengan mengambil jurusan Manajemen dan telah menjadi seorang istri dari pria bernama M Kenedy S.H

Palembang 9 April 2026

Theresia C

## Daftar Isi

<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>vii</b>
<b>Riwayat Hidup</b> .....	<b>viii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>xii</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Kajian Teroritis.....	9
2.1.1 Kualitas Layanan ( <i>Service Quality Servqual</i> ).....	9
2.1.2 Penanganan Komplain .....	12

2.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	15
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	15
2.1.3.2 Faktor - Faktor Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.3.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	18
2.1.3.4 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.3.5 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.3.6 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.4 Metode Servqual.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Berpikir .....	28
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian .....	30
3.1.1 Tempat Penelitian .....	30
3.1.2 Waktu Penelitian.....	30
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.2.1 Sumber Data.....	31
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling .....	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel .....	34
3.3.3 Sampling.....	35
3.4 Rancangan Penelitian .....	36
3.5 Variabel dan Definisi Oprasional .....	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	39

3.7 Uji Kualitas Data.....	40
3.7.1 Uji Validitas .....	40
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	42
3.7.3 Metode <i>Servqual</i> (Gap) .....	42
<b>BAB IV .....</b>	<b>44</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 HASIL PENELITIAN .....	44
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	44
4.1.2 Visi dan Misi Meubel Kenken .....	45
4.1.3 Struktur Organisasi Meubel Kenken .....	46
4.1.4 Pengolahan Data .....	48
4.1.4.1 Pengolahan Data Profil Responden.....	48
4.1.4.2 Uji Validitas .....	50
4.1.4.3 Uji Reliabilititas .....	52
4.1.4.4 Metode <i>Servqual</i> ( Gap).....	54
4.1.4.4.1 Identifikasi Metode <i>Servqual</i> (GAP) kebutuhan pelanggan .....	54
4.1.4.4.2 Kepuasan Pelanggan Tiap Dimensi .....	59
4.2 Pembahasan .....	60
4.2.1 Analisis <i>Service Quality</i> ( <i>Servqual</i> ) .....	60
4.2.2 Hasil Hipotesis.....	61
<b>BAB V .....</b>	<b>66</b>
<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>i</b>

## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Data Penjualan Meubel Kenken .....	4
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan .....	26
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert .....	38
Tabel 3.3 Definisi Oprasional Variabel .....	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Pelanggan .....	48
Tabel 4.2 Jumlah Pelanggan Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Persepsi Pelanggan.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Harapan Pelanggan .....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Pelanggan .....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Harapan Pelanggan.....	54
Tabel 4.7 Indentifikasi Gap Kepuasan Pelanggan .....	56
Tabel 4.8 Rangking Gap Dimensi Servqual.....	58
Tabel 4.9 Hasil Nilai Kepuasan Pelanggan .....	60

## Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Meubel Kenken .....	46

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Kegiatan pembelanjaan maupun penjualan barang dan jasa yang dilakukan secara online di masa digitalisasi teknologi sebagaimana sekarang hampir menjadi aspek kebutuhan primer di dalam masyarakat, khususnya masyarakat di Indonesia. Konsepsi ini diambil dengan basis tingginya jumlah pengguna internet yang diperkuat atas perkembangan beragam sarana prasarana yang menunjang internet menjangkau beragam wilayah yang lebih luas serta peningkatan kecepatan konektivitas yang jauh lebih cepat dari waktu ke waktu selaras dengan teknologi yang mengalami perubahan positif dengan jangka waktu periodik. Adanya beragam kemajuan ini tentu mengarah pada tingginya nilai minat berbagai pelaku usaha online yang memperlebar bisnisnya menggunakan beragam *platform e-commerce* dengan pengunjung mayoritas adalah masyarakat Indonesia. (Yolanda, 2021)

Berkembangnya industrialisasi, serta perubahan kebiasaan masyarakat sebagai dampak atas adanya teknologi yang semakin mencakup beragam kegiatan masyarakat khususnya jual beli produk secara online memberikan semakin besar peluang bagi pihak pelaku entitas usaha untuk memperoleh jumlah pelanggan sebanyak mungkin sementara dari segi konsumen adanya beragam penawaran

produk dari pihak produsen mendorong semakin mudahnya konsumen menemukan produk-produk dengan nilai keunggulan yang jauh lebih baik dibandingkan dengan produk yang dijual melalui metode konvensional.(Rahma, 2022)

Perkembangan bisnis di berbagai bidang saat ini semakin pesat terutama pada bisnis furniture merupakan bisnis yang terus berkembang. Banyaknya jenis furniture membuat bisnis ini memiliki potensi yang tak terhingga.. Persaingan perdagangan , industri meubel Indonesia masih memiliki citra yang sangat bagus dikarenakan produk yang dihasilkan maupun bahan baku kayu yang berkualitas sehingga meubel Indonesia cukup terkenal diperdagangan furniture (Arif, 2019) Fungsi furniture pun bukan lagi hanya sebagai kelengkapan isi rumah, tapi juga menambah sisi estetika rumah. Itulah sebabnya sekarang ini banyak furniture yang memiliki desain unik dan lucu sehingga menarik minat para konsumen baik dari kayu, batu, besi, akar dan bambu, bahkan plastik.

Dengan teknologi yang semakin maju juga ikut memajukan bisnis di bidang ini. Melalui internet terutama dari e-commerce *facebook* sehingga banyak para konsumen dapat dengan mudah mencari furniture dengan bahan dan jenis yang diinginkan. Berkembangnya bisnis furniture ini tentunya juga menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Masyarakat telah banyak memanfaatkan bisnis ini sebagai investasi bisnis yang menguntungkan. Banyaknya koleksi dari suatu toko akan menjadi pembanding untuk melihat mana toko yang lebih baik. Semakin bertambah banyak jenis dan model dari furniture yang dijual, maka space yang

dibutuhkan oleh toko furniture pun semakin bertambah. Hal ini dikarenakan konsumen pasti ingin melihat dan memeriksa barang yang akan dibeli. Mengingat furniture memakan banyak tempat, maka tidak semua jenis dan model furniture memiliki display di toko.

Industri meubel merupakan salah satu industri di Indonesia yang terus mengalami peningkatan. Saat ini meubel telah menjadi bahan kebutuhan yang wajib digunakan untuk memberikan desain interior bagi sebuah bangunan ataupun penunjang yang lainnya, sehingga dapat memberikan kenyamanan serta berguna dalam berbagai aktivitas. Industri meubel merupakan industri yang mengolah bahan baku kayu menjadi suatu produk yang membunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi.

Toko Mebel Kenken merupakan salah satu toko furniture yang mulai beroperasi di Kota Palembang sejak 2008. Toko yang bergerak di bidang furniture berbahan kayu ini, konsisten menggunakan bahan dasar kayu plywood pada setiap produknya. Desain unik yang diciptakan oleh Toko Meubel Kenken membawa ciri khas pada setiap produknya. Dengan mengutamakan nilai guna dan nilai estetika, produk Meubel Kenken dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan melalui bentuknya yang minimalis maupun bentuk 2 yang mewah. Toko Meubel Kenken merupakan toko furniture yang memiliki pelanggan yang beraneka ragam sehingga membutuhkan media promosi yang baik guna menambah minat pelanggan untuk datang ke toko dan membeli produk. Suatu kegiatan promosi yang dilakukan

dikatakan sukses atau tidaknya tergantung dari strategi promosi yang diterapkan penjual. Menurut (Pande Putu Gede Putra Pertama, 2019)

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan Meubel Kenken 2020 – 2025**

<b>Tahun</b>	<b>Total Barang Terjual</b>	<b>Nilai Penjualan</b>
2020	490 unit	Rp. 735.000.000
2021	520 unit	Rp. 780.000.000
2022	540 unit	Rp. 810.000.000
2023	220 unit	Rp. 330.000.000
2024	240 unit	Rp. 360.000.000
Jan – Mar 25	100 unit	Rp. 150.000.000

*Sumber : Data Pembukuan Meubel Kenken*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2020 - 2022 mengalami kenaikan penjualan yang signifikan walaupun pada saat itu Indonesia sedang mengalami masa *covid-19*, tetapi penjualan di toko Meubel Kenken mengalami kenaikan, hal ini bisa terjadi karena pada saat itu masyarakat lebih senang untuk menata ulang keestetika furniture yang mereka miliki karena banyak nya masyarakat WFH sehingga mereka lebih banyak menghabiskan waktu di rumah. Pada saat penjualan di toko Meubel Kenken 2023 - 2024 mengalami penurunan yang sangat jauh karena ekonomi Indonesia yang juga sedang mengalami pemulihan dari masa *covid-19* sehingga banyak masyarakat lebih mementingkan kebutuhan pokok. Dan dari data di atas dapat disimpulkan bahwa dari Jan – Mar 2025 penjualan Meubel Kenken mengalami kenaikan yaitu hanya

dalam waktu 3 bulan penjualannya bisa terjual hingga 100 unit barang, hal ini terjadi karena tingginya minat konsumen dalam rangka menyambut hari Raya Idul Fitri 2025 kemarin.

Salah satu elemen dalam menciptakan minat beli adalah kualitas layanan, kualitas layanan pada era sekarang menjadi nilai penting entitas produsen dalam mengembangkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Perusahaan maupun industri harus dapat memiliki kapabilitas kuat dalam memaknai bagaimana perilaku pelanggan serta memiliki metode *servqual* yang kuat terkait perubahan keinginan beserta kebutuhan konsumen akan suatu produk di masa-masa mendatang. Terkait pada kualitas pelayanan yang terimplementasi di dalam entitas produsen, pelayanan atau services terklasifikasi sebagai faktor eksogen kuat yang memberikan pengaruh potensial kuat atas nilai loyalitas yang didapatkan dari konsumen serta nilai keunggulan kompetitif dari pihak pesaing bisnis sejenis (Matulatuwa, 2019).

Menurut Derma (2020) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kualitas pelayanan atau *service quality* memiliki pengaruh positif terhadap transaksi penjualan yang akan dilakukan di Indonesia karena bisa memberikan kontribusi positif menciptakan *diferensiasi, positioning, dan strategi* bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Menurut Rastini (2021) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan atau *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Artinya semakin baik kualitas pelayanan, maka kepercayaan pelanggan akan tumbuh.

Hal ini sesuai dengan pelayanan yang dilakukan oleh toko Meubel Kenken dimana pada saat terjadi kesalahan atau komplain dari pihak konsumen karena kesalahan dan barang yang tidak sesuai, maka pihak Meubel Kenken akan segera meminta maaf serta langsung memperbaiki kesalahan dan memeriksa keadaan barang tersebut.

Menurut (Benarto dan Patricia 2020 : 13) mengungkapkan bahwa *trust* atau kepercayaan dimaknasi sebagai nilai keyakinan dan kepercayaan di dalam diri konsumen pada produk beserta pihak entitas produsen yang terbentuk dengan berdasarkan nilai manfaat beserta beragam keunggulan yang ada pada produk/jasa tersebut. Dalam dunia bisnis online shop furniture merupakan kebutuhan manusia di bidang perabotan rumah tangga serta dalam dunia kerajinan. Kepercayaan pelanggan adalah bentuk apresiasi dari seorang konsumen yang ada di lingkungan masyarakat. Serta mengutamakan kualitas layanan yang ada. Pada konteks kegiatan beserta agenda keseharian masyarakat *purchase intention* atau minat beli adalah kecenderungan serta minat internal kuat yang dimiliki oleh konsumen karena suatu keinginan kebutuhan, dimana kebutuhan tersebut mampu dirasakan dan akan menimbulkan minat untuk membeli suatu kebutuhan, hal tersebut juga ada pengaruh yang besar dari konsumen baik emosional ataupun rasional.

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah dijabarkan pada pembahasan ini maka didapatkan kesimpulan bahwa ada perbedaan antara teori dengan

fenomena yang ada sehingga hal ini mampu menjadi dasar direalisasinya penelitian yang lebih mendalam terkait kepuasan konsumen dengan mengukur nilai kualitas layanan, kualitas produk beserta kepercayaan konsumen dengan membandingkan ekspektasi konsumen dengan persepsi mereka terhadap layanan yang diberikan. Maka dilakukan penelitian dengan judul “**Mengukur Kepuasan Pelanggan Meubel Ken Ken Dengan Metode *Service Quality (SERVQUAL)***”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Kepercayaan merupakan suatu keinginan konsumen untuk percaya pada sebuah produk yang ada atau yang telah dihasilkan perusahaan sehingga terkena resiko dengan harapan produk tersebut akan membawa atau memberi hasil positif. Lau dan Lee (Segara,2019). Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut :

Berapa ukuran Kepuasan Pelanggan Meubel Ken Ken Dengan Metode *Service Quality (SERVQUAL)* ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yang dilakukan berdasarkan perumusan masalah yang telah disusun yaitu sebagai berikut :

Untuk mengetahui ukuran Kepuasan Pelanggan Meubel Ken Ken Dengan Metode *Service Quality (SERVQUAL)* ?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai manfaat bagi berbagai pihak-pihak yang terkait antara lain:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu dipergunakan menjadi bahan referensial untuk para mahasiswa Universitas Tridinanti Palembang terutama untuk Mahasiswa Mata Kuliah manajemen Pemasaran.

### **2. Manfaat Praktis**

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan beserta penggambaran mengenai bagaimana implementasi kajian teoritis yang dianalisa terhadap realisasi bisnis yang sesungguhnya khususnya bisnis dengann menggunakan basis digital.

2. Bagi Toko Meubel Ken Ken ini diharapkan mampu memberikan penjabaran beserta berbagai langkah manajerial penting yang harus ditetapkan pihak pelaku usaha dalam rangka menaikkan persepsi positif konsumen berbasis kualitas, kepercayaan serta minat beli konsumen yang harus terus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif, F. M. (2019). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media
- Angraini, Dwi Septian 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Persepektif Ekonomi Islam Pada Toko Emas RAhmat Tajung Batu Kab. Ogan Ilir. UIN Raden Patah Palembang.
- Alfikri. 2019, Analisa Kualitas Pelayanan Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pasien Klinik Keluarga Kita Menggunakan *Metode Servqual* Program Studi Sistem Informasi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri Jakarta.
- Dwiya, Ketut Gede Sri. 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penangan Komplain Terhadap Kepercayaan Pelanggan. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, Denpasar. Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Nasional.
- Dedy, Muhammad Arifin. 2020 Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Toko Bangunan Menggunakan *Metode Service Quality (Servqual), Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Indeks (Csi)* Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Fitriah, Anisah Afif. 2019 Analisis Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Service Quality (Servqual)* Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Handoko, Bagus 2020. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan

- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya : Unitomo Press.
- Indrawati, Budi 2022. Analisis Sevqual Pengukuran Tingkat Kualitas layanan dan kepuasan konsumen Dinas Kesehatan Kota Bekasi
- Mulyapradana Aria et. all. 2020. Pengantar Manajemen Organisasi Kontemporer: Teori, Perspektif, dan Aplikasi, Yogyakarta: CV. Diandra Primamitra Media Maryono, Maryono. 2018. Analisis Kualitas Pelayanan Air Bersih oleh PDAM Tirta
- Rahmania , Yolanda Frista. 2021, Model Peningkatan Kepercayaan Pelanggan Melalui Kualitas Website, Layanan dan Produk Dalam Minat Beli. Disertai tidak Diterbitkan, Semarang. Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
- Ramadhana, Gilang Riki, 2022 Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Nay Coffee Surabaya.
- Putri, Ratna Amanda Eka, Wahyudi Harianto, and Abdul Aziz. 2020. “Penilaian Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan X Dengan Metode Servqual Dan Analytical Hierarchy Process (ahp)”. Rainstek : Jurnal Terapan Sains & Teknologi 2 (3), 202 -8.
- Qorina, Meita Sabila. 2018 Evaluasi Kualitas Layanan Dengan Pendekatan *SERVQUAL Dan Importance Performance Analysis* Pada Flarent Salon Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta, Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Manajemen

- Sutrisna, A., Rastina., Abidin, D., & Syamsinar. (2019). Akuntansi Keprilakukan Manajerial. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Sigalinging, Andreson 2020. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual dan IPA pada Café Mitro Kopi
- Tjiptono, Fandy. 2019. Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono dan Chandra 2023 Pemasaran Jasa (Prinsip,. Penerapan, dan Penelitian), Yogyakarta: Andi.
- Wirawan, Indriani dan Kiswando 2020 Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Superindo Tlogomas Menggunakan Metode Pgcv (Potential Gain In Customer Value) E-ISSN : 2614- 8382Jurnal Valtech (Jurnal Mahasiswa Teknik Industri)Vol. 3 No.2 (2020)