

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di dunia saat ini semakin hari semakin berkembang. Salah satu teknologi yang banyak dimanfaatkan adalah mesin fotocopy. Sebelum adanya mesin fotocopy pekerjaan banyak dilakukan dengan menggandakan dokumen dan catatan yang dikerjakan secara manual. Dengan adanya mesin fotocopy, suatu pekerjaan dapat dikerjakan dengan mudah dan cepat tanpa harus menggandakan dokumen secara manual. Seiring dengan perkembangan zaman, mesin fotocopy juga telah mengalami perkembangan. Penyempurnaan mesin fotocopy terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari fotokopi hitam putih hingga fotokopi berwarna menyerupai warna aslinya. Selain itu mesin fotokopi akan berkerja dengan lebih cepat. Mahasiswa juga sangat membutuhkan jasa fotocopy untuk menggandakan tugas, skripsi atau catatan kuliah. Oleh karena itu usaha fotokopi lebih berpeluang di area kampus dan perkantoran. Dalam rangka meningkatkan potensi usaha yang cenderung berkembang dengan pesat, dimana pada saat ini terjadi peningkatan kebutuhan pasar akan teknologi mesin foto copy. Begitu pula dengan aktifitas mahasiswa di UMY yang sangat membutuhkan teknologi foto copy.

Jasa fotocopy UMY merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang fotokopi yang berada di dalam area kampus UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) yang berlokasi di Jl. Brawijaya, Geblagan,

Tamantirto, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183. Fotocopy UMY ini mempunyai target pasar utama yaitu pada para mahasiswa UMY, dimana jasa fotokopi tidak dapat terlepas dan sangat dibutuhkan oleh mahasiswa UMY. Bisnis fotocopy ini merupakan bisnis yang memiliki prospek yang baik kedepannya, ditambah lagi karena jumlah mahasiswa UMY yang dari tahun ke tahun semakin bertambah banyak, sehingga peluang untuk mendapatkan pasar dan keuntungan dalam bisnis fotocopy ini semakin besar.

Hal yang perlu diperhatikan dalam produk adalah kualitas produk menurut (Tjipto & Chandra, 2005), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Konsumen. Kualitas produk menurut Kotler dan Amstring (2008) adalah kemampuan produk dalam melaksanakan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Salah satu manfaat teknologi fotocopy bagi mahasiswa, dosen, dan karyawan adalah untuk memperbanyak dan menyalin dokumen yang mereka perlukan, seperti memperbanyak soal, materi kuliah dan dokumen lainnya. Selain memberikan dampak yang positif, fotocopy UMY juga memberikan kualitas produk yang baik seperti penampilan fasilitas fisik yang mereka rasakan, mereka lihat dan mereka terima. Menurut Lovelock *et al* (2007) menyatakan bahwa kualitas produk

merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik produk yang menentukan sejauh mana keluaran. dapat memenuhi persyaratan kebutuhan konsumen atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Kualitas pelayanan yang menjadi point utama dalam jasa fotocopy ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen untuk mnevaluasi kualitas jasa yang di harapkan melalui konsumen itu sendiri. Dalam hal ini konsumen yang sedang menggunakan jasa fotocopy UMY, mereka telah memiliki informasi tentang fotocopy UMY dan saat ini mereka sedang menggunakan jasa fotocopy UMY. Menurut Kotler (2002), Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya mnausia dan lingkungannya. Sumber daya manusia merupakan sumber daya terpenting dalam suatu organisasi di mana orang-orang tersebut memberikan tenaga kreativitas dan usaha mereka kepada organisasi. Perusahaan dituntut untuk mengelola sumber daya manusia seefektif dan seefisien mungkin (Hasibuan, 2002).

Kualitas pelayanan yang menjadi point utama dalam jasa fotocopy ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen untuk mnevaluasi kualitas jasa yang di harapkan melalui konsumen itu sendiri. Dalam hal ini konsumen yang sedang menggunakan jasa fotocopy UMY, mereka telah memiliki informasi tentang fotocopy UMY dan saat ini mereka sedang menggunakan jasa fotocopy UMY. Kualitas pelayanan yang menjadi point utama dalam jasa fotocopy ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen untuk mnevaluasi kualitas jasa yang di harapkan melalui konsumen itu sendiri. Dalam hal ini konsumen yang sedang menggunakan jasa fotocopy UMY, mereka telah memiliki informasi tentang fotocopy UMY dan saat ini mereka sedang menggunakan jasa fotocopy UMY. Kualitas pelayanan yang menjadi point utama dalam jasa fotocopy ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen untuk mnevaluasi kualitas jasa yang di harapkan melalui konsumen itu sendiri. Dalam hal ini konsumen yang sedang menggunakan jasa fotocopy UMY, mereka telah memiliki informasi tentang fotocopy UMY dan saat ini mereka sedang menggunakan jasa fotocopy UMY. Kualitas pelayanan yang menjadi point utama dalam jasa fotocopy ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen untuk mnevaluasi kualitas jasa yang di harapkan melalui konsumen itu sendiri. Dalam hal ini konsumen yang sedang menggunakan jasa fotocopy UMY, mereka telah memiliki informasi tentang fotocopy UMY dan saat ini mereka sedang menggunakan jasa fotocopy UMY. Kualitas pelayanan yang menjadi point utama dalam jasa fotocopy ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen untuk mnevaluasi kualitas jasa yang di harapkan melalui konsumen itu sendiri. Dalam hal ini konsumen yang sedang menggunakan jasa fotocopy UMY, mereka telah memiliki informasi tentang fotocopy UMY dan saat ini mereka sedang menggunakan jasa fotocopy UMY.

dan saat ini mereka sedang menggunakan jasa fotocopy UMY. Berkaitan dengan hal ini, maka studi mengenai konsumen sebagai pengguna jasa yang dihasilkan suatu usaha menjadi menarik untuk dilakukan. Khususnya Fotocopy UMY sebagai salah satu usaha yang memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat yang menyanggah beban berat karena adanya persaingan yang cukup banyak. Karena letaknya yang strategis yaitu di kampus sehingga fotocopy ini memiliki pelanggan mahasiswa, dosen, dll. Para pelanggan ini akan memberikan komentar dan pandangannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan fotocopy UMY. Kelebihan fotocopy ini dari segi harga adalah lebih murah dibandingkan dengan fotocopy yang lain, selain harganya murah hasil fotocopynya juga jelas dan rapi. Oleh karena itu suatu perusahaan harus berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan lain. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen. dengan demikian kualitas produk yang baik dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian sehingga konsumen dapat tertarik terhadap suatu produk yang diproduksi suatu perusahaan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut dengan kualitas yang ditawarkan.

Persepsi harga adalah kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam member penilaian tentang kualitas produk (Burton et.al. 1998, Sinha and Batra 1999-2000, Garrestson et.al. 2002). Harga tergantung pada kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan banyak hal. Murah atau mahal nya harga suatu barang atau jasa sangat relatif sifatnya. Perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah. Bagi konsumen, harga sering dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh atas suatu barang atau jasa. Pembeli menggunakan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan, tetapi juga digunakan sebagai indikator kualitas produk dan layanannya (Assauri, 2012: 194). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas yang memiliki nilai lebih dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dari fenomena ini konsumen memperoleh nilai lebih dengan memperoleh produk dengan harga yang ekonomis disertai dengan manfaat yang besar. Harga yang dipatok secara rasional dan sepadan dengan manfaat produk diberikan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

Fotocopy UMY dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan agar tercipta kepuasan bagi konsumennya. Tingkat kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian antara yang mereka rasakan dan harapan mereka sebelumnya terhadap kinerja jasa yang akurat.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen akan puas jika harapan mereka terpenuhi dan merasa sangat bahagia jika harapan mereka terlampaui. Jadi kepuasan adalah sebuah angka yang menyatakan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen akan barang atau jasa tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Agar konsumen dapat dipertahankan, tentu harus dilakukan dengan langkah-langkah pelayanan optimal bagi pelanggan. Menurut Tjiptono (1997), “terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (word-of-mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan”. Kotler, *et. al* (1996), “menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dia rasakan dengan harapannya”. Kepuasan menurut Kotler (2000:36), “kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dengan harapannya”. Pada umumnya harapan dari pelanggan merupakan perkiraan/keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila mereka membeli atau mengkonsumsi suatu produk.

Pengertian kepuasan atau ketidakpuasan seorang pelanggan adalah wujud dari adanya perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan berarti kinerja dari suatu lembaga/badan menghasilkan barang atau jasa sekurang-kurangnya sama yang diharapkan oleh mereka. Harapan mereka terbentuk berdasarkan dari pengalaman atau informasi dari teman. Apabila kualitas jasa yang di nikmati oleh pelanggan ternyata jauh dari standar harapan mereka maka pelanggan akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut dan begitu pula sebaliknya.

Terkait perkembangan Fotocopy UMY yang bersumber dari Koperasi UMY (2020) mengenai data pendapatan Fotocopy UMY pada tahun 2018 yaitu sebesar Rp. 57.370.591,00. Pendapatan tersebut diperoleh dari banyaknya pengunjung yang melakukan print data, laminating, fotocopy, maupun pembelian alat tulis di Fotocopy UMY.

Keberlangsungan suatu perusahaan tidak akan terlepas dari keberadaan pelanggan yang mereka miliki. Pelanggan atau konsumen merupakan pihak eksternal dari keberhasilan suatu perusahaan dengan kepuasan pelanggan itu sendiri. Kepuasan bisa dengan perasaan senang atau kecewa pelanggan terhadap perbandingan dari suatu produk. Perusahaan dapat melakukan perbaikan dan pelayanannya agar pelanggan atau konsumen terpuaskan. Fotocopy ini masih dalam lingkup kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) dengan sasaran utamanya salah satunya mahasiswa UMY. Mahasiswa adalah konsumen atau pelanggan dari suatu lembaga pendidikan tinggi (universitas) sehingga konsep kepuasan mahasiswa dapat disamakan

dengan kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan/menikmati sesuatu.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا
فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”

Menurut Budiarto dan Dolly (2001) dalam Syahbana, D (2016), ada tiga tingkat kepuasan yaitu, pelanggan sangat puas, pelanggan puas, dan pelanggan tidak puas. Pelanggan sangat puas jika layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan, pelanggan puas jika layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan, pelanggan tidak puas jika layanan yang diterima tidak sebagus layanan yang diharapkan. Berdasarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap usaha Fotocopy di UMY berikut ini adalah tabel dari tingkat kepuasan mahasiswa terhadap produksi, pelayan serta kepuasan konsumen terhadap Fotocopy di UMY :

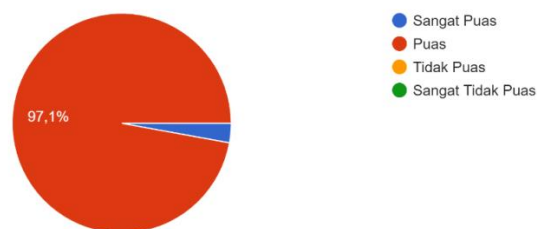
Tabel 1.1 Jumlah Perbandingan Banyaknya Mahasiswa yang Mengunjungi Fotocopy di area Gedung Fisipol dan Kedokteran

| No | Area Fotocopy di Kampus UMY | Frekuensi | Presentase (100%) |
|----|-----------------------------|-----------|-------------------|
| 1 | Fisipol | 61 | 58.1 |
| 2 | Kedokteran | 44 | 41.9 |
| | Total | 105 | 100.0 |

Sumber : Data Penulis (2020)

Berdasarkan tabel 1.2, terlihat jumlah perbandingan banyaknya mahasiswa yang mengunjungi fotocopy di area Gedung Fisipol dan Kedokteran UMY pada periode 2020. Pada gambar diatas menjelaskan bahwa mahasiswa UMY banyak yang mengunjungi fotocopy diarea Gedung Fisipol sebesar 58,1%, sedangkan diarea Gedung Kedokteran mahasiswa yang mengunjungi fotocopy sebesar 41,9%. Maka dari itu banyaknya pengunjung pada fotocopy akan mempengaruhi tingkat kepuasan terhadap hasil produksi di fotocopy area kampus UMY. Berikut diagram tingkat kepuasan hasil produksi di kampus UMY :

Puaskah Anda terhadap hasil fotocopy di kampus UMY
105 tanggapan



Gambar 1.1 Tingkat Kepuasan Hasil Produksi (fotocopy) di Kampus UMY

Sumber : Data Penulis (2020)

Berdasarkan gambar 1.1 diagram diatas menjelaskan bahwa tingkat kepuasan hasil produksi fotocopy menunjukkan bahwa mahasiswa UMY merasa puas terhadap hasil produksi yang dihasilkan oleh fotocopy di kampus UMY sebesar 97,1%. Dimana hasil produksi fotocopy yang baik tidak lepas dari kualitas pelayanan karyawan fotocopy di kampus UMY. Ketika karyawan melayani pengunjung fotocopy dengan baik secara ramah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik maka akan memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Berikut ini adalah diagram tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan foto copy di Kampus UMY :



Gambar 1.2 Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Pelayanan di Fotocopy di Kampus UMY

Sumber: Data Penulis (2020)

Kualitas pelayanan yang baik menjadi point utama dalam jasa fotocopy ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009) kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi persaingan dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan pengasilan factor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa

tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan fotocopy sebesar 98,1%, yang artinya tingkat kepuasan pengunjung terhadap fotocopy juga berpengaruh dengan harga yang diberikan oleh fotocopy UMY kepada para pelanggan fotocopy. Hal ini bisa dilihat dari diagram berikut



Gambar 1.3 Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Harga di Fotocopy di Kampus UMY
Sumber : Data Penulis (2020)

Harga yang dipatok secara rasional dan sepadan dengan manfaat produk yang diberikan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Bagi konsumen, harga sering dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh atas suatu barang atau jasa. Pembeli menggunakan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan, tetapi juga digunakan sebagai indikator kualitas produk dan layanannya (Assauri, 2012: 194). Oleh karena itu, Fotocopy UMY dituntut untuk memberikan hasil produksi yang berkualitas yang memiliki nilai lebih dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan. Dari fenomena ini konsumen akan memperoleh nilai lebih dengan memperoleh produk dengan harga yang ekonomis disertai dengan hasil yang memuaskan. Berdasarkan gambar 1.3

menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung terhadap harga yang diberikan oleh fotocopy sebesar 78%, yang artinya tingkat harga terhadap fotocopy juga berpengaruh dengan tingkat kepuasan konsumen terhadap kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan di Fotocopy UMY. Hal ini bisa dilihat dari diagram berikut :



Gambar 1.4 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Foto Copy UMY
Sumber: Data Penulis (2020)

Berdasarkan gambar 1.4 diatas menjelaskan bahwa tingkat kepuasan konsumen sebesar 97,1% terhadap hasil produksi, pelayanan dan harga pada Fotocopy di Kampus UMY. Menurut Kotler Philip,(2000:182) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) dan yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: bukti fisik

(*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

Berdasarkan uraian diatas maka di satu sisi sangat dibutuhkan adanya penguatan manajemen untuk meningkatkan kinerja dan disisi lain pelaksanaan manajemen kinerja membutuhkan evaluasi kinerja yang dilakukan secara periodik dengan metode yang tepat. Evaluasi kinerja harus dilakukan secara profesional agar mampu memberikan informasi/data tentang kinerja jasa fotocopy dan untuk mengetahui pencapaian sasaran kinerja yang telah ditetapkan dalam tujuan jasa fotocopy. Dari hasil evaluasi kinerja tersebut akan dapat digunakan sebagai masukan untuk perbaikan berbagai aspek manajemen untuk memelihara keberlanjutan jasa fotocopy di kampus UMY dan dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada untuk meningkatkan kinerja jasa fotocopy dimasa mendatang.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya di inginkan atau di harapkan oleh konsumen dan apa yang selama ini di persepsikan oleh konsumen atas kualitas dan kinerja yang di terimanya, yang menjadi pokok pembahasan dalam mengukur kualitas pelayanan jasa yang dikemukakan oleh (Parasuraman dkk, 1985) baik buruknya kualitas jasa fotocopy UMY akan tergantung pada kemampuan jasa fotocopy UMY untuk memenuhi harapan konsumennya. Berdasarkan teori yang ada penelitian ini mengkaji mengenai pengaruh kualitas produksi, kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap Fotocopy UMY.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas perlu adanya pembatasan masalah agar ruang lingkup penelitian ini menjadi lebih jelas. Penulis membatasi masalah pada:

1. Waktu pengambilan data yaitu Januari-Maret 2020
2. Tempat penelitian yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produksi, pelayanan, harga, kepuasan konsumen.
4. Objek penelitian yang digunakan adalah Fotocopy di Kampus UMY yang beralamat di Geblagan Tamantirto Kasihan Bantul Daerah Yogyakarta

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Fotocopy di Kampus UMY ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan fotocopy terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Fotocopy di Kampus UMY ?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Fotocopy di Kampus UMY ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada fotocopy di Kampus UMY .

2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada fotocopy di Kampus UMY
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada fotocopy di Kampus UMY

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian di harapkan mendapatkan manfaat diantaranya :

1. Bagi Perusahaan (Fotocopy UMY)

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan untuk kualitas pelayanan jasa pada konsumennya.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan yang sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi si peneliti dalam menerapkan teori yang didapat selama perkuliahan.

3. Dapat memberikan informasi tentang pentingnya pengelolaan kualitas pelayanan untuk penelitian lebih lanjut.