

**PENGARUH *TANGIBLE, EMPHATY, RESPONSIVENESS,*
RELIABILITY, ASSURANCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
KOTA PALEMBANG
(Studi Kasus Jasa FaruqAlkan Wedding Organizer)**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

IRMA SURYANI

21.22.0029

MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA PALEMBANG
TAHUN AJARAN 2025**

**PENGARUH *TANGIBLE, EMPHATY, RESPONSIVENESS,*
RELIABILITY, ASSURANCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
KOTA PALEMBANG
(Studi Kasus Jasa FaruqAlkan Wedding Organizer)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi



DISUSUN OLEH :

IRMA SURYANI

21.22.0029

MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA PALEMBANG
TAHUN AJARAN 2025**

S K R I P S I
PENGARUH *TANGIBLE, EMPHATY, RESPONSIVENESS,*
***RELIABILITY, ASSURANCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI**
KOTA PALEMBANG
(Studi Kasus Jasa FaruqAlkan Wedding Organizer)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

IRMA SURYANI
21220029
MANAJEMEN

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 11 Juni 2025
Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI

Ketua : Esty Naruliza., S.E., M.P
Anggota : Sri Ermeila., S.E., M.Si
Anggota : Rahmi Aryati, S.E., M.E



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Esty Naruliza., S.E., M.P



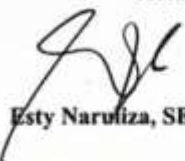
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA
PALEMBANG**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

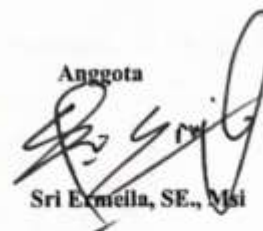
Nama	: IRMA SURYANI
NPM	: 21220029
Program Study	: MANAJEMEN
Mata Kuliah Pokok	: MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi	: "PENGARUH <i>TANGIBEL, EMPHATY, REPONSIVENESS, RELIABILITY, ASSURANCE</i> TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FARUQALKAN WEDDING ORGANIZER DI KOTA PALEMBANG"
Tanggal Persetujuan	: 11 Juni 2025

PEMBIMBING SKRIPSI

Ketua


Esty Naruliza, SE., MP.

Anggota


Sri Ermella, SE., Msi

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Esty Naruliza, SE., MP.

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS IBA

PERYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Irma Suryani

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 16 Maret 2004

Program Studi : Manajemen

NPM : 21220029

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya, adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya Ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas IBA maupun di perguruan tinggi lainnya.

Dengan demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 11 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan,

IRMA SURYANI

NPM 21220029

ABSTRAK

PENGARUH TANGIBLE, EMPHATY, RESPONSIVENESS, RELIABILITY, ASSURANCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA PALEMBANG (Studi Kasus Jasa FaruqAlkan Wedding Organizer)

Oleh :
IRMA SURYANI

Penulisan Skripsi ini dibawah bimbingan

Esty Naruliza, S.E., M.P

Sebagai Ketua

Sri Ermeila, S.E., M.Si

Sebagai Anggota

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh variabel *Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, dan Assurance* terhadap tingkat kepuasan konsumen pada FaruqAlkan Wedding Organizer yang berlokasi di Kota Palembang, jenis penelitian ini analisis kualitatif, sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 24 orang dengan pengambilan sampling jenuh, Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dan pada hasil penelitian ini menggunakan uji validitas dimana dinyatakan valid karena setiap pertanyaan R_{Hitung} diatas R_{Tabel} (0,4404). Uji reliabilitas dinyatakan reliabel karena setiap pertanyaan Crobach's alpha diatas 0,60. Uji t (parsial) dinyatakan variabel *Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, dan Assurance* berpengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Uji F (simultan) menyatakan variabel *Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, dan Assurance* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh variabel *Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, dan Assurance* yang mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 86,8%. Sementara itu, sisanya sebesar 13,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti Kualitas Produk, Harga, dan Faktor Emosional.

Kata Kunci : *Tangibel, Emphaty, Responsiveness, Reliability, Assurance, Kepuasan Konsumen, Wedding Organizer.*

ABSTRAK

PENGARUH TANGIBLE, EMPHATY, RESPONSIVENESS, RELIABILITY, ASSURANCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA PALEMBANG (Studi Kasus Jasa FaruqAlkan Wedding Organizer)

By :
IRMA SURYANI

Writing this thesis under the guidance of
Esty Naruliza, S.E., M.P
As Chairman
Sri Ermeila, S.E., M.Si
As a Member

This study aims to analyze the effect of Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, and Assurance variables on the level of customer satisfaction at FaruqAlkan Wedding Organizer located in Palembang City, this type of research is qualitative analysis, the sample used in this study was 24 people with saturated side taking, The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis, and the results of this study use a validity test which is declared valid because each question R_{Hitung} above R_{Tabel} (0.4404). The reliability test is declared reliable because each question Cronbach's alpha is above 0.60. The t test (partial) stated that the variables Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, and Assurance have a significant effect on the Consumer Satisfaction variable. The F test (simultaneous) states that the variables Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, and Assurance together or simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction.

The results of the analysis indicate the influence of the variables Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, and Assurance which are able to explain consumer satisfaction by 86.8%. Meanwhile, the remaining 13.2% is influenced by other factors outside the variables studied, such as Product Quality, Price, and Emotional Factors.

Keyword : Tangibel, Emphaty, Responsiveness, Reliability, Assurance, Customer Satisfaction, Wedding Organizer.