

ABSTRAK

PT. King Koil adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan kasur yang bertaraf internasional. Kasur yang diproduksi oleh King Koil merupakan kasur yang memiliki nilai lebih dalam segi kualitas dan memperhatikan segi kesehatan manusia. Dengan kualitasnya yang amat baik itu menyebabkan harganya pun di atas rata-rata harga kasur di pasaran. PT. King Koil di Surabaya mempunyai dua buah showroom, satu terletak di Mall Galaxy dan satunya lagi terletak di Plaza Tunjungan.

Banyaknya saingan di bidang penjualan kasur pun memaksa King Koil untuk tidak hanya memperhatikan segi kualitas dari kasur yang dijual. Faktor lain yang dianggap perlu untuk diperhatikan adalah faktor kepuasan pelanggan. Di sini dilihat seberapa besar kepuasan pelanggan dari King Koil Mall Galaxy dan Plaza Tunjungan dari lima dimensi kualitas layanan. Kepuasan pelanggan memang termasuk salah satu hal yang penting, namun ada hal lain juga yang tidak boleh diabaikan yaitu profitabilitas perusahaan. Maka oleh sebab itu disini dilihat juga apakah kepuasan pelanggan mempunyai korelasi dengan profitabilitas yang diperoleh perusahaan.

Melalui analisis Deskriptif dapat diketahui beberapa kondisi demografi dari pelanggan King Koil. Selanjutnya dilakukan analisis mean dan standar deviasi tiap dimensi sehingga dapat diketahui bahwa pelanggan King Koil Mall Galaxy paling menuntut kualitas layanan dari dimensi *responsiveness* dan persepsi tertinggi adalah dari kualitas layanan dimensi *tangible*, sedangkan pelanggan King Koil Plaza Tunjungan paling menuntut kualitas layanan dari dimensi *assurance* dan persepsi tertinggi adalah dari kualitas layanan dimensi *tangible*. Selain itu juga dilakukan analisis *Multivariate of Variance* sehingga dapat diketahui bahwa harapan pelanggan King Koil Mall Galaxy lebih tinggi daripada harapan pelanggan King Koil Plaza Tunjungan pada dimensi *tangible*. Melalui analisis Cross Tabs diketahui bahwa pelanggan King Koil Mall Galaxy mayoritas tahu King Koil pertama kali adalah dari teman / keluarga, baru 1 kali membeli kasur King Koil dan yang memberi keputusan membeli kasur adalah suami istri sedangkan untuk pelanggan King Koil Plaza Tunjungan mayoritas tahu King Koil pertama kali adalah dari teman / keluarga, baru 1 kali membeli kasur King Koil dan yang memberi keputusan membeli kasur adalah istri. Dari analisis kepuasan pelanggan King Koil diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan King Koil Mall Galaxy sebesar -0.1137, itu lebih tinggi daripada tingkat kepuasan pelanggan King Koil Plaza Tunjungan yang hanya sebesar -0.1526. Pada analisis kuadran dapat diperoleh variabel-variabel yang perlu diperbaiki dan ini dapat dipakai sebagai acuan usulan strategi bagi PT. King Koil. Analisis profitabilitas diketahui penghasilan laba kotor pelanggan King Koil Mall Galaxy sebesar 47.67 %, itu lebih besar daripada penghasilan laba kotor pelanggan King Koil Plaza Tunjungan yang sebesar 47.15 %.

Adapun dari penelitian tugas akhir ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berkorelasi positif dengan profitabilitas, dimana bila kepuasan pelanggan meningkat maka profitabilitaspun akan meningkat.