

PENGARUH KUALITAS TEKNIS dan KUALITAS FUNGSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN dan IMPLIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* KONSUMEN PADA STIE-MAIJI

Jules Reimith Yan Lefran Mokodompit – 0600625445

ABSTRAK

Perusahaan didirikan agar barang atau jasa dibeli oleh pelanggan. Pelanggan merupakan tujuan dari bisnis, perusahaan harus memberikan perhatian (*care*) total kepada pelanggan, salah satu aspek penting dalam hal ini adalah pelayanan sepenuh hati, sehingga hasilnya dapat optimal. Tanpa adanya sebuah pelayanan, produk dan jasa yang ditawarkan menjadi hambar. Produk dan jasa tidak menarik, tidak akan dibeli oleh konsumen. Tanpa konsumen, tidak ada kegiatan bisnis. Salah satu cara yang dapat ditempuh ialah memberikan kualitas pelayanan yang prima sehingga konsumen merasa terpuaskan dan tidak pindah ke pesaing lain. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menciptakan Kualitas Pelayanan yang baik seperti, kualitas teknis dan kualitas fungsional kepada para konsumen demi terciptanya kepuasan konsumen dan *corporate social responsibility* konsumen. Tujuan penelitian ini adalah menganalisa kualitas teknis dan kualitas fungsional terhadap kepuasan konsumen dan implikasi *corporate social responsibility* konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif, Korelasi *Pearson* dan *Path Analysis*. Data diperoleh dari penilaian konsumen (mahasiswa) STIE-MAIJI terhadap kualitas pelayanan dengan mengisi kuesioner yang telah disediakan dengan menggunakan skala likert yang berguna untuk mengetahui derajat ketidaksetujuan dan kesetujuan pelanggan terhadap pertanyaan yang ada pada kuesioner.

Dari hasil analisa data, diperoleh persamaan struktural $Y = 0,259 X_1 + 0,703 X_2 + 0,3774 \varepsilon_1$ dimana $R^2 = 78,9\%$ dan $Z = 0,838 X_1 - 0,189 X_2 + 0,354 Y + 0,071 \varepsilon_1$ dimana $R^2 = 96,4\%$. kualitas fungsional ternyata efektif dalam memberikan pengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* konsumen, dan kualitas teknis juga efektif dalam memberikan pengaruh positif bagi *corporate social responsibility* konsumen, sehingga dalam program-program, STIE-MAIJI sebaiknya mempertahankan pada kualitas teknis dan kualitas fungsional yang sudah ada.

Kata Kunci:

Kualitas Teknis, Kualitas Fungsional, Kepuasan Konsumen dan *Corporate Social Responsibility* Konsumen.