

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Studi Deskriptif Mengenai Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Game Online CV"X" di Suria Sumantri Bandung. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu para mahasiswa mengenai kualitas pelayanan game online CV"X" tersebut. Kegunaan dari penelitian ini diharapkan CV"X" mampu meningkatkan kualitas pelayanannya terutama dalam hal pelayanan game online sehingga mampu menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian deskriptif dengan teknik survei. Alat ukur yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuesioner yang dikembangkan oleh peneliti mengacu kepada teori dari Zeithaml dan Mary Jo Bitner (2003), mengenai kepuasan konsumen berdasarkan lima dimensi yaitu tangibels, responsiveness, realibility, emphaty assurance. Kuesioner tersebut berjumlah 30 item. Berdasarkan uji validitas, didapat bahwa validitas kuesioner expected service berkisar 0,485-0,825 dan validitas perseived service berkisar 0,460-0,751. Sedangkan uji realibilitas kuesioner expected service yaitu 0,856 dan realibilitas perseived service 0,919 yang tergolong reliabilitas sangat tinggi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen CV"X" yang merasa sangat puas yaitu 27 orang dengan pelayanan CV"X" dan yang menyatakan tidak puas terhadap pelayanan CV"X" sebanyak 23 orang dari 50 konsumen. Konsumen yang merasa tidak puas terutama pada dimensi tangibels dan dimensi emphaty. Peneliti mengajukan saran kepada CV"X" untuk memperhatikan dan memperbaiki kualitas pelayanannya terutama pada dimensi tangibels dan dimensi emphaty yang dirasakan tidak memuaskan oleh konsumennya.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN ii

ABSTRAK..... iii

KATA PENGANTAR.....iv

DAFTAR ISI.....vi

DAFTAR BAGAN.....ix

DAFTAR TABEL.....x

DAFTAR LAMPIRAN.....xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Identifikasi Masalah.....9

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....9

1.3.1 Maksud Penelitian.....9

1.3.2 Tujuan Penelitian.....9

1.4 Kegunaan Penelitian.....9

1.4.1 Kegunaan Teoritis.....9

1.4.2 Kegunaan praktis.....10

1.5 Kerangka Pikir.....10

1.6 Asumsi Penelitian.....18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Jasa.....	19
2.1.1	Definisi jasa (<i>service</i>).....	19
2.1.2	Karakteristik jasa.....	20
2.1.3	Definisi kualitas jasa.....	20
2.1.4	Pengukuran kualitas jasa.....	20
2.1.5	Dimensi kualitas jasa.....	21
2.2	Persepsi.....	23
2.2.1	Definisi persepsi.....	23
2.2.2	Persepsi konsumen.....	24
2.3	Harapan konsumen.....	27
2.4	Model Gap Kualitas Jasa.....	29
2.4	Masa dewasa awal.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Rancangan dan prosedur penelitian.....	33
3.2	Bagan rancangan penelitian.....	33
3.3	Variabel penelitian dan definisi operasional.....	34
3.3.1	Variabel penelitian.....	34
3.3.2	Definisi operasional.....	34
3.4	Alat Ukur	35
3.4.1	Alat Ukur <i>Service Quality</i>	35
3.4.2	Cara skoring kuesioner kepuasan pelanggan.....	38
3.5	Data pribadi dan data penunjang.....	39

3.6	Validitas dan reliabilitas alat ukur.....	42
3.6.1	Validitas alat ukur.....	42
3.6.2	Reliabilitas alat ukur.....	44
3.7	Populasi sasaran dan teknik sampling.....	45
3.7.1	Populasi sasaran.....	45
3.7.2	Karakteristik sampel.....	45
3.7.3	Teknik penarikan sampel.....	46
3.8	Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN.....		47
4.1	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1	Analisis Gap Secara Umum.....	47
4.1.2	Analisis Gap Secara Dimensi.....	48
4.2	Pembahasan.....	49
BAB V KESIMPULAN dan SARAN.....		58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	59
5.2.1	Saran Penelitian Lanjutan.....	59
5.2.2	Saran Guna Laksana.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....		62
DAFTAR RUJUKAN.....		64
LAMPIRAN		

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	Bagan Kerangka Pemikiran.....	17
Bagan 2.2.2	Bukti Jasa.....	25
Bagan 3.1	Skema Rancangan Penelitian.....	33

DAFTAR TABEL

Tabel 3.4.1 Aspek, indikator, item.....	36
Tabel 3.4.2.1 Skor respon.....	38
Tabel 3.4.2.2 Kriteria kualitas jasa.....	39
Tabel 3.5.1 Faktor <i>expected service</i>	40
Tabel 3.5.2 Faktor <i>perceived service</i>	41
Tabel 4.1.1 Analisis GAP secara umum.....	47
Tabel 4.1.2 Analisi GAP Setiap Dimensi.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Alat Ukur.
- Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Alat Ukur Kuesioner Kepuasan Konsumen
- Lampiran 3 Data Mentah
- Lampiran 4 Pengolahan Data GAP per Item
- Lampiran 5 GAP Tiap Variabel
- Lampiran 6 Data Mentah Faktor Penunjang
- Lampiran 7 Tabulasi silang antara 5 dimensi dengan faktor pendukung *expected service*
- Lampiran 8 Tabulasi silang antara 5 dimensi dengan faktor pendukung *perceived service*