

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui gambaran mengenai tingkat kepuasan konsumen atas pelayanan jasa internet provider “X” di kalangan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas “X” Bandung. Pemilihan sampel menggunakan metode target populasi dengan ukuran populasi berjumlah 67 orang. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan penelitian deskriptif.

Alat ukur yang digunakan merupakan kuesioner kepuasan konsumen yang dikembangkan sendiri oleh peneliti berdasarkan teori kepuasan konsumen dari Zeithaml (2003) yang menjelaskan lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Berdasarkan uji validitas terdapat 50 item yang digunakan dengan nilai validitas berkisar antara 0.56 – 0.92, sedangkan reliabilitas yang diperoleh adalah 0.92 untuk perceived service dan expected service. Data yang diperoleh diolah menggunakan metode statistik deskriptif dengan tabulasi silang dan distribusi frekuensi.

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan tingkat kepuasan yang dimiliki oleh mahasiswa konsumen provider “X” mayoritas tidak puas (97.02 %). Diketahui juga tidak ada konsumen yang merasa cukup puas dan terdapat 2.98 % konsumen yang merasa puas. Apabila ditinjau dari dimensi-dimensinya, semua dimensi menunjukkan ketidakpuasan. Dari kelima dimensi, dimensi reliability yang paling tidak puas (97%), setelah itu dimensi responsiveness (94%), dimensi empathy (92.5%), dimensi tangibles (91%) dan dimensi assurance (82%)

Peneliti mengajukan saran agar dilakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen atas pelayanan jasa internet yang dikaitkan dengan loyalitas. Selain itu, peneliti juga mengajukan saran kepada provider “X” untuk meningkatkan stabilitas kecepatan konektivitas, kesiapan karyawan, memberi pelatihan untuk karyawan mengenai cara menunjukkan sikap empati kepada konsumen serta mengontrol kualitas modem yang diberikan.

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Bagan	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
1.6 Asumsi.....	24

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Jasa	25
2.1.1 Definisi Jasa	25
2.1.2 Kualitas Jasa	26
2.1.2.1 Persepsi Terhadap Kualitas Jasa	26
2.1.2.2 <i>Expected Service</i>	27
2.1.2.3 <i>Perceived Service</i>	30
2.1.3 Model Kualitas Jasa	32
2.1.4 Dimensi Kualitas Jasa	34
2.2 Teori Kepuasan Konsumen	36
2.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen	36
2.2.2 Tingkat Kepuasan Konsumen	37
2.3 Masa Dewasa Awal	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan dan Prosedur Penelitian	40
3.2 Bagan Rancangan Penelitian	40
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.3.1 Variabel penelitian	41
3.3.2 Definisi Operasional	41
3.4 Alat Ukur	49
3.4.1 Jenis Alat Ukur Variabel	43
3.4.1.1 Rincian Alat Ukur	44

3.4.1.1 Rancangan Alat Ukur	45
3.4.2 Data Pribadi dan Data Penunjang	46
3.4.3 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	48
3.4.3.1 Validitas Alat Ukur	48
3.4.3.2 Reliabilitas Alat Ukur	49
3.5 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	51
3.5.1 Populasi Sasaran	51
3.5.2 Karakteristik Sampel	52
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel	52
3.5.4 Waktu Pengambilan Data	52
3.6 Teknik Analisis Data	52
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Responden	54
4.1.1 Jenis Kelamin	54
4.1.2 Usia	55
4.1.3 Lama Pemakaian	55
4.2 Hasil Penelitian	56
4.2.1 Tingkat Kepuasan Konsumen	56
4.2.2 Dimensi <i>Reliability</i>	58
4.2.3 Dimensi <i>Responsiveness</i>	59
4.2.4 Dimensi <i>Emphaty</i>	60
4.2.5 Dimensi <i>Tangibles</i>	61

4.2.4 Dimensi <i>Assurance</i>	62
4.3 Pembahasan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
5.2.1 Saran Teoritis	68
5.2.2 Saran Praktis	69
Daftar Pustaka	70
Daftar Rujukan	71
LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Skema Kerangka Pikir	23
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian	41

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur	45
Tabel 3.2 Skoring Item	46
Tabel 3.3 Kisi-kisi data penunjang faktor <i>Expected Service</i>	47
Tabel 3.4 Kisi-kisi data penunjang faktor <i>Perceived Service</i>	47
Tabel 3.5 Teknik Analisis Data	53
Tabel 4.1 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	56
Tabel 4.4 Tabel Persentase Tingkat Kepuasan Konsumen	56
Tabel 4.5 Tabel Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Dimensi	57
Tabel 4.6 Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Dimensi <i>Reliability</i>	58
Tabel 4.7 Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Dimensi <i>Responsiveness</i>	59
Tabel 4.8 Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Dimensi <i>Emphaty</i>	60
Tabel 4.9 Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Dimensi <i>Tangibles</i>	61
Tabel 4.10 Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Dimensi <i>Assurance</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kata Pengantar

Lampiran 1.2 Data Penunjang

Lampiran 1.3 Kuesioner Kepuasan Konsumen

Lampiran 2 Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Hasil Penelitian

Lampiran 4 Tabulasi Silang

Lampiran 4.1 Tabulasi Silang Antara Kepuasan Konsumen dengan Dimensi

Lampiran 4.2 Tabulasi Silang Antara Kepuasan Konsumen dengan Faktor

Expected Service

Lampiran 4.3 Tabulasi Silang Antara Kepuasan Konsumen dengan Faktor

Perceived Service

Lampiran 5 Gambaran Responden