

ABSTRAK

Penelitian ini berisikan analisis kepuasan berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang bertujuan untuk mengetahui apakah konsumen sudah puas terhadap kualitas pelayanan berdasarkan Dimensi Kualitas Pelayanan, dimensi kualitas pelayanan itu terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance*, dan *tangible*. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa *Maestro Band*. Hasil dari penelitian yang dilakukan ini didapatkan masih terdapat beberapa dimensi kualitas pelayanan yang kurang dari *Maestro Band*, dan dari beberapa dimensi tersebut harus diperbaiki bagaimana agar konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dimensi *reliability*, *responsiveness*, dan *tangible* perlu dipertahankan dan lebih baik lagi bila ditingkatkan. Sedangkan dimensi *assurance* dan *emphaty* perlu diperbaiki dan ditingkatkan kembali agar dapat membuat konsumen merasa puas dengan Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh *Maestro Band*.

Kata kunci: *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance*, *tangible*.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|----------------------------------|---------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| | |
| BAB I : PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 4 |
| | |
| BAB II ; TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Kerangka Teoritis | 5 |
| 2.2 Jasa | 6 |
| 2.2.1 Pengertian Jasa | 6 |
| 2.2.2 Karakteristik Jasa | 8 |
| 2.2.3 Jenis dan Kategori Jasa | 11 |
| 2.3 Perusahaan Jasa | 14 |
| 2.4 Managing Jasa | 14 |
| 2.4.1 Managing Service Brand | 14 |
| 2.4.1.1 Mendiferensiasi Jasa | 14 |

| | | |
|-----------------|---|----|
| 2.4.1.2 | Menyusun Strategi Merek Jasa | 15 |
| 2.4.2 | Managing Service Quality | 15 |
| 2.4.2.1 | Harapan Pelanggan | 15 |
| 2.4.3 | Managing Support Services | 17 |
| 2.4.3.1 | Mengidentifikasi dan Memuaskan Kebutuhan Pelanggan | 17 |
| 2.5 | Dimensi Kualitas | 18 |
| 2.6 | Persepsi Konsumen | 19 |
| 2.7 | Kepuasan | 19 |
| BAB III: | METODOLOGI PENELITIAN | |
| 3.1 | Desain Penelitian | 22 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel | 22 |
| 3.3 | Metode Pengambilan Sampel | 23 |
| 3.4 | Definisi Operasional | 23 |
| 3.5 | Teknik dan Pengumpulan Data | 26 |
| 3.6 | Uji Reliabilitas | 28 |
| 3.7 | Metode Analisis Data (Persentase) | 29 |
| BAB IV: | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 | Kepuasan Konsumen pada Kualitas Pelayanan Maestro Band | 30 |
| 4.1.1 | Kepuasan Konsumen pada Penyediaan Jasa yang Menjanjikan | 30 |
| 4.1.2 | Kepuasan Konsumen pada Penanganan Masalah Para Pelanggan | 31 |
| 4.1.3 | Kepuasan Konsumen pada Pelayanan yang Tepat Sejak Awal | 32 |

| | | |
|--------|--|----|
| 4.1.4 | Kepuasan Konsumen pada Pelayanan Sesuai Waktu yang Dijanjikan | 33 |
| 4.1.5 | Kepuasan Konsumen pada Catatan yang Bebas Dari Kesalahan | 34 |
| 4.1.6 | Kepuasan Konsumen tentang Kepastian Waktu Penyampaian Jasa | 35 |
| 4.1.7 | Kepuasan Konsumen pada Pelayanan yang Cepat Kepada Para Pelanggan | 36 |
| 4.1.8 | Kepuasan Konsumen pada Kesiediaan Membantu Para Pelanggan | 37 |
| 4.1.9 | Kepuasan Konsumen pada Kesiapan untuk Merespon Permintaan Pelanggan | 38 |
| 4.1.10 | Kepuasan Konsumen pada Kemampuan Menumbuhkan Rasa Percaya Kepada para Pelanggan | 39 |
| 4.1.11 | Kepuasan Konsumen pada Kemampuan Membuat Pelanggan Merasa Aman Sewaktu Melakukan Transaksi | 40 |
| 4.1.12 | Kepuasan Konsumen pada Kekonsistenan Bersikap Sopan | 41 |
| 4.1.13 | Kepuasan Konsumen pada Kemampuan Menjawab Pertanyaan Pelanggan | 42 |
| 4.1.14 | Kepuasan Konsumen pada Perhatian Individual pada Para Pelanggannya | 43 |
| 4.1.15 | Kepuasan Konsumen pada Memperlakukan Pelanggan secara Penuh Perhatian | 44 |
| 4.1.16 | Kepuasan Konsumen pada Pengutamaan Kepentingan Para Pelanggan | 45 |
| 4.1.17 | Kepuasan Konsumen di dalam Memahami Kebutuhan Para Pelanggan | 46 |

| | | |
|--------|--|----|
| 4.1.18 | Kepuasan Konsumen pada Peralatan yang Modern | 47 |
| 4.1.19 | Kepuasan Konsumen pada Fasilitas yang Dimiliki Lengkap dan Menarik | 48 |
| 4.1.20 | Kepuasan Konsumen pada Karyawan yang Berpenampilan Rapi dan Professional | 49 |
| 4.2 | Pembahasan | 49 |
| BAB V: | SIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 | Simpulan | 54 |
| 5.2 | Saran | 55 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 57 |
| | LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1 Perbedaan Karakteristik Antara Barang dan Jasa, dan Implikasinya Terhadap Pemasaran Jasa | 10 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel | 24 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman | |
|-------------|---|----|
| Gambar 4.1 | Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan | 30 |
| Gambar 4.2 | Dapat menangani masalah para pelanggan | 31 |
| Gambar 4.3 | Memberikan layanan secara tepat sejak awal | 32 |
| Gambar 4.4 | Memberikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan | 33 |
| Gambar 4.5 | Mengupayakan catatan (records) yang bebas dari kesalahan | 34 |
| Gambar 4.6 | Menginformasikan tentang kepastian waktu penyampaian jasa | 35 |
| Gambar 4.7 | Memberikan layanan yang cepat kepada para pelanggan | 36 |
| Gambar 4.8 | Selalu bersedia membantu para pelanggan | 37 |
| Gambar 4.9 | Selalu siap untuk merespon permintaan pelanggan | 38 |
| Gambar 4.10 | Mampu menumbuhkan rasa percaya kepada para pelanggan | 39 |
| Gambar 4.11 | Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi | 40 |
| Gambar 4.12 | Mampu menjawab pertanyaan pelanggan | 41 |
| Gambar 4.13 | Secara konsisten bersikap sopan | 42 |
| Gambar 4.14 | Memberikan perhatian individual pada para pelanggannya | 43 |
| Gambar 4.15 | Memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian | 44 |
| Gambar 4.16 | Mengutamakan kepentingan para pelanggan | 45 |
| Gambar 4.17 | Memahami kebutuhan para pelanggan | 46 |
| Gambar 4.18 | Memiliki peralatan yang modern | 47 |

| | |
|--|----|
| Gambar 4.19 Fasilitas yang dimiliki lengkap dan menarik | 48 |
| Gambar 4.20 Karyawan berpenampilan rapi dan professional | 49 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------|-----------------------|
| LAMPIRAN 1 | Kuesioner |
| LAMPIRAN 2 | Frequency Table |
| LAMPIRAN 3 | Item-Total Statistics |