

ABSTRAK

Pada saat ini kualitas pelayanan (*service quality*) dipandang sebagai salah satu alat untuk tetap berkompetisi secara kompetitif dalam pemasaran jasa. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa, sedangkan harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan ketika mencoba menggunakan jasa yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja jasa. Jika konsumen menganggap pelayanan yang diterima sesuai harapan maka kualitas pelayanan dikatakan memuaskan

Penelitian dilakukan pada Aria jeans yang bertempat di Jalan Merdeka no.5, Bandung. Aria Jeans bergerak dalam bidang jasa pembuatan celana pesanan yang mengutamakan kualitas pelayanan (*service*) dengan slogan “Kepuasan anda adalah kewajiban kami”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui mengenai upaya-upaya yang dilakukan oleh Aria jeans dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan dan konsumennya; untuk mengetahui penilaian yang diberikan pelanggan atau konsumen mengenai pelayanan yang telah dirasakan konsumen dari Aria jeans.

Metode Penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif analisis yang mempunyai tujuan untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Adapun penelitian deskriptif ini dilakukan melalui pendekatan survei, yakni membedah, mengupas, mengenal masalah-masalah serta mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan praktek-praktek yang sedang berlangsung. Oleh karena itu, penelitian perlu dilakukan bersamaan terhadap sejumlah individu.

Penulis melakukan metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode pengukuran sampel secara acak sederhana (*Random Sampling*), yaitu suatu sampel yang diambil sedemikian rupa sebagai unit penelitian dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Alasan mengapa penulis memakai *Random Sampling* adalah untuk memudahkan penelitian ini, karena tiap respondennya adalah pemakai jasa pelayanan di *Aria Jeans*, yang mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Alat instrumen yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan kuesioner. Penulis memakai analisis tabulasi dalam menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan Aria jeans terhadap pelanggannya yang merupakan uji statistik non-parametrik bagi variabel yang berskala ordinal.

Pelayanan jasa yang diberikan oleh Aria jeans dapat ditinjau dari 5 dimensi yaitu: kehandalan (*reability*); daya tanggap (*responsiveness*); jaminan (*assurance*); empati (*emphaty*); bukti fisik (*tangible*). Pelaksanaan kualitas pelayanan yang dinilai cukup baik adalah: kesediaan karyawan Aria jeans dalam membantu pelanggan; layanan sesuai waktu yang dijanjikan; karyawan memberi tahu kapan pastinya jasa

disampaikan. Sedangkan hal yang perlu diperbaiki pada pelayanan jasa Aria jeans adalah: materi layanan yang tidak menarik secara visual; karyawan dinilai terlalu sibuk untuk membantu pelanggan; pakaian karyawan yang dinilai tidak rapi.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, pelayanan jasa

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kontribusi Penelitian.....	6
1.5 Asumsi dan Batasan Penelitian.....	6
1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	7
1.7.Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	8
1.7.1 Lokasi Penelitian.....	8
1.7.2 Waktu Penelitian.....	9
1.8.Sistematika Penulisan	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1.Pengertian Marketing.....	11
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.2.Jasa.....	13
2.2.1 Pengertian Jasa.....	14
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	16
2.2.3 Jenis dan Kategori Jasa	19
2.2.4 Pemasaran Jasa.....	21
2.2.4.1 Strategi Pemasaran Untuk Pemasaran Jasa.....	23
2.2.4.2 Bauran Pemasaran Jasa.....	26
2.3 Kualitas Jasa.....	29
2.3.1 Definisi Kualitas Jasa.....	29
2.3.2 Dimensi Kualitas.....	32

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	34
3.1.1 Gambaran sejarah Singkat Aria Jeans.....	34
3.1.2 Struktur Organisasi Aria Jeans	34
3.2 Metodologi Penelitian.....	38
3.2.1 Desain Penelitian.....	38
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	39

3.2.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.2.3 Metode Pengambilan Sampel.....	42
3.2.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	42
3.2.3.2 Jumlah Sampel	43
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.2.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.2.5 Validitas dan Realibilitas.....	45
3.2.5.1 Uji Validitas.....	46
3.2.5.2 Uji Realibilitas.....	47
3.2.6 Metode Pengolahan Data.....	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Tanggapan Konsumen Tentang Analisis	
Kualitas Pelayanan di Aria Jeans.....	49
4.2 Uji Validitas dan Realibilitas.....	51
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas.....	51
4.2.2 Hasil Pengujian Realibilitas.....	53
4.3 Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan	
Aria Jeans.....	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.Kesimpulan.....	85
5.2.Saran	88

DAFTAR PUSTAKA.....	xi
---------------------	----

LAMPIRAN.....	xii
---------------	-----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Karakteristik Antara Barang dan Jasa, dan Implikasinya Terhadap Pemasaran Jasa.....	17
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Profil Konsumen Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Profil Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4 Hasil faktor Analisis Validitas.....	53
Tabel 4.5 Hasil Analisis Reliability.....	55
Tabel 4.6 Peralatan Berpenampilan Modern.....	56
Tabel 4.7 Fasilitas Fisik Menarik Secara Visual.....	57
Tabel 4.8 Karyawan Berpakaian Rapi.....	58
Tabel 4.9 Materi Layanan Menarik Secara Visual.....	59
Tabel 4.10 Menepati Janji Sesuai Dengan Waktu yang Ditentuka.....	60
Tabel 4.11 Bila Ada Masalah, Sungguh-Sungguh Memecahkannya.....	61
Tabel 4.12 Layanan Tepat Sejak Awal	62
Tabel 4.13 Layanan Sesuai Waktu Yang Dijanjikan.....	63
Tabel 4.14 Catatan (records) yang Bebas Dari Kesalahan.....	65
Tabel 4.15 Karyawan Membrtahu Kapan Pastinya Jasa Disampaikan.....	66
Tabel 4.16 Layanan yang Cepat Pada Para Pelanggan.....	68

Tabel 4.17	Kesediaan Membantu Para Pelanggan.....	69
Tabel 4.18	Tidak Pernah Terlalu Sibuk Untuk Membantu Pelanggan.....	70
Tabel 4.19	Sikap Karyawan Membuat Pelanggan Percaya.....	72
Tabel 4.20	Karyawan Konsisten Bersikap Sopan Pada Pelanggan.....	73
Tabel 4.21	Pelanggan Merasa Aman Saat Bertransaksi.....	74
Tabel 4.22	Karyawan Memiliki Kemampuan Dalam Menjawab Pertanyaan Pelanggan.....	76
Tabel 4.23	Perhatian Individual Karyawan Aria Jeans Kepada Pelanggan.....	77
Tabel 4.24	Kenyamanan jam Operasi Aria Jeans Bagi Pelanggan.....	78
Tabel 4.25	Perhatian Personal Karyawan Bagi Pelanggan.....	80
Tabel 4.26	Aria Jeans Mengutamakan Kepentingan Para Pelanggan.....	81
Tabel 4.27	Karyawan Aria Jeans Memahami Kebutuhan Spesifik Pelanggannya.....	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	7
Gambar 2.1 3 Jenis Pemasaran Dalam Industri Jasa.....	26
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Aria Jeans.....	35