

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan untuk menggambarkan kepuasan siswa terhadap kualitas layanan jasa di SMA “X” Cimahi. Pemilihan sampel menggunakan metode Purposive Sampling, dengan jumlah sampel penelitian / responden sebanyak 205 orang. Rancangan penelitian yang digunakan adalah rancangan penelitian deskriptif.

Alat ukur ini dikonstruksikan berdasarkan V. A. Zeithaml (2006), yang terdiri atas 49 item. Data yang diperoleh diolah menggunakan analisis gap (gap analysis) yang dihitung baik per individu maupun secara keseluruhan.

Berdasarkan pengolahan data secara statistik, diketahui bahwa sebanyak 197 responden dari 205 responden (96.1%) merasa tidak puas terhadap kualitas SMA “X” di Cimahi, 3 responden dari 205 responden (1.5%) merasa puas terhadap kualitas layanan jasa SMA “X” di Cimahi, dan 5 responden dari 205 responden (2.4%) merasa sangat puas terhadap kualitas layanan jasa SMA “X” di Cimahi.

Kesimpulannya, mayoritas siswa SMA “X” di Cimahi yang menjadi responden penelitian ini merasa tidak puas terhadap kualitas layanan jasa SMA “X” di Cimahi dan mayoritas siswa SMA “X” di Cimahi yang menjadi responden penelitian merasa tidak puas pada dimensi kualitas layanan jasa berikut : reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles. Peneliti mengajukan saran bagi peneliti berikutnya, agar meneliti korelasi antara faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan jasa dengan kepuasan konsumen. Selain itu, bagi SMA “X” di Cimahi sebagai penyedia layanan jasa, disarankan untuk meningkatkan kualitas layanan jasanya pada lima dimensi kualitas layanan jasa.

Abstract

This research, using is descriptive studies, has been conducted to describe the student satisfaction toward service quality of SMA “X” Cimahi. Sample choosed by Purposive Sampling method, consist of 205 person.

Measurement instrument are conctructed based on the customer satisfaction theory by V.A. Zeithaml (2006) consists of 49 items. Collected data were processed by gap analysis method.

Based on the statistical data processing, we can see that 197 research respondent from 205 respondent (96.1%) were not satisfied toward service quality of SMA “X” Cimahi, 3 respondent from 205 respondent (1.5%) were satisfied toward service quality of SMA “X” Cimahi, and 5 respondent (2.4%) were very satisfied toward service quality of SMA “X” Cimahi.

Researcher conclude that majority of respondent were not satisfied toward SMA “X” Cimahi service quality and majority of respondent were not satisfied toward the dimensions of service quality: reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles. Suggestion for futher study is to study to the next researcher to research the correlations between number of factors that influenced the consumer satisfaction with the consumer satisfaction itself. Researcher also suggest SMA “X” Cimahi as a service provider to increased the quality of its service based from five service quality dimension.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR SKEMA DAN TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
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 Teoretis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
1.6 Asumsi.....	22

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori Layanan Jasa (<i>Service Theroy</i>)	24
2.2 <i>Customer Expectation of Service</i>	27
2.2.1 Expected Service: Level of Expectation.....	27
2.2.2 Factors That Influence Customer Expectation of Service.....	28
2.3 Customer Perception of Service	30
2.3.1 Kepuasan Konsumen.....	31
2.3.2 Building Blocks for Service Perceptions.....	31
2.3.3 Service Quality.....	33
2.4 Customer Gap.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	38
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
3.2.1 Variabel Penelitian.....	39
3.2.2 Definisi Operasional.....	39
3.3 Alat Ukur.....	40
3.3.1 Alat Ukur Kepuasan Konsumen	40
3.3.2 Data Penunjang.....	42
3.4 Validitas dan Realibilitas Alat Ukur.....	43
3.4.1 Validitas Alat Ukur.....	43
3.4.2 Realibilitas Alat Ukur.....	44
3.5 Populasi Sasaran dan Teknik Sampling.....	45

3.5.1 Populasi Sasaran.....	45
3.5.2 Karakteristik Sampel.....	46
3.5.3 Teknik Sampling.....	46
3.6 Teknik Analisis.....	46

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Hasil Penelitian.....	48
4.1.1. Gambaran Responden.....	48
4.1.1.1. Pendidikan (kelas).....	48
4.1.2. Tingkat Kepuasan Konsumen Secara Umum.....	49
4.2. Pembahasan.....	49

Bab V Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran.....	69
5.2.1. Saran Teoritis.....	69
5.2.2. Saran Praktis.....	69

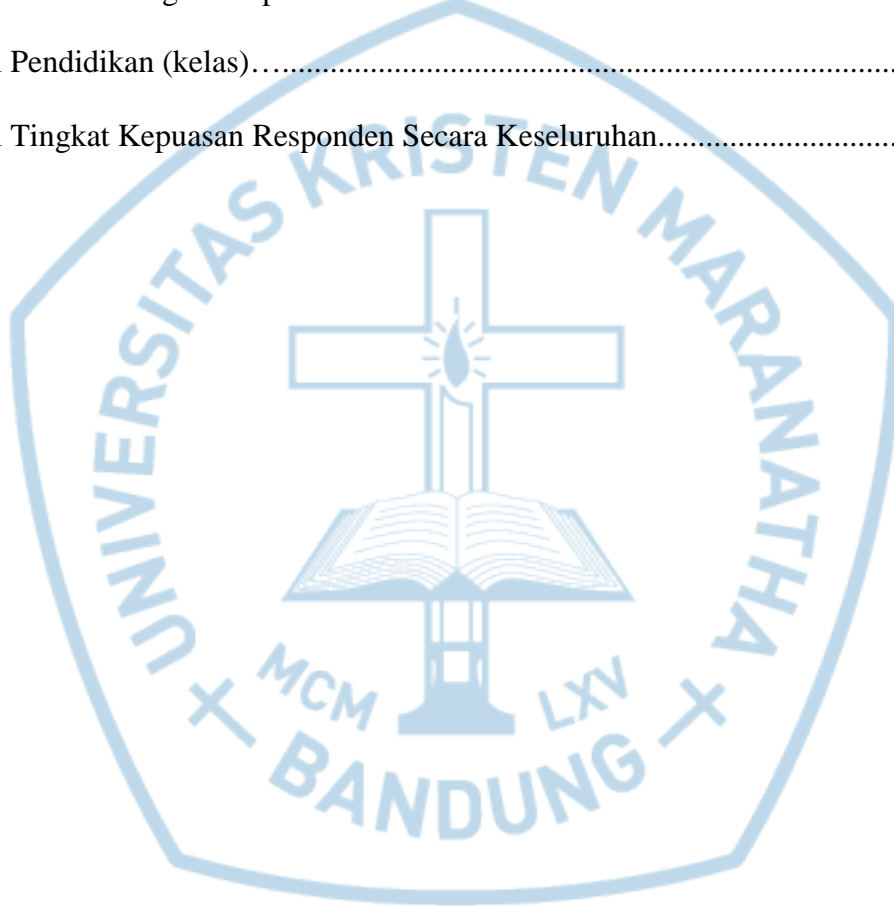
DAFTAR PUSTAKA.....	72
----------------------------	-----------

DAFTAR RUJUKAN.....	73
----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR SKEMA DAN TABEL

Skema Kerangka Pemikiran.....	21
Skema Rancangan Penelitian.....	38
Tabel Kisi-Kisi Alat Ukur.....	41
Tabel Sistem Penelitian.....	42
Tabel Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen.....	42
Tabel Pendidikan (kelas).....	48
Tabel Tingkat Kepuasan Responden Secara Keseluruhan.....	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Analisis Gap Secara Umum dan Per Dimensi

Lampiran B. Tingkat Kepuasan pada Lima Dimensi Kualitas Layanan Jasa

Lampiran C. Tabulasi Silang Faktor yang Memengaruhi *Expected* dan *Perceived Service*

Lampiran D. Tabulasi Silang Data Demografis dengan Hasil Penelitian

Lampiran E. Tabulasi Silang Kepuasan Per Dimensi dengan Hasil Penelitian

Lampiran F. Kisi-Kisi Alat Ukur

Lampiran G. Alat Ukur

Lampiran H. Validitas Alat Ukur

Lampiran I. Analisis Item

