

ABSTRACT

This research was titled: "Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction Primajasa In Transportation Company (Transportation Services BSM-Soetta)", the purpose of this study is to determine how the implementation of service quality by Primajasa. To find out how customer satisfaction with services provided by Primajasa. To find out how the impact of service quality on customer satisfaction Primajasa.

The method used is analytical descriptive method with data collection via questionnaires. The sample consisted of as many as 50 people Primajasa consumers. Data processing techniques through the steps of: selecting the data, determine the weight values, measuring the tendency of respondents and the general score of each variable by using the WMS technique, matching the average consultation with a table, calculate the raw scores into standard scores, normality test, the level of dependence and the correlation coefficient with the formula of Spearman Rank. Data analysis was performed by comparison with the criteria established by the use of certain tables and the calculation is assisted by Ms. Excel 2007.

The results showed that:

- a. Effect on Quality of Service Customer Satisfaction is illustrated by Spearman rank correlation coefficient using Ms. Excel 2007. Retrieved correlation of 0.5 is in the range 0400-0599 which was Uncategorized. this means that the variable X has the effect was of variable Y.*
- b. The correlation coefficient between variables X (Quality of Service) with a variable Y (Consumer Satisfaction) was calculated using Spearman Rank formula that produced a value of 0.5 is considered in the calculation of the correlation is between 0:40 - 0599. This suggests that service quality have influence on customer satisfaction by 25% and the rest that is equal to 75% influenced by other factors.*
- c. Significance test of correlation coefficient of variable X with Y variable is significant at the price of t count equal to 3:05 which is bigger than t table at 95% confidence level with $dk = (30-2) = 28$ results obtained by value t tables for 2048. This meant that between variables X (Quality of Service) with a variable Y (Consumer Satisfaction) there was a significant relationship.*

Based on these descriptions, it can be withdrawn summary that has the effect of service quality are of Consumer Satisfaction Primajasa.

Keywords: Customer satisfaction, service quality

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Perusahaan Transportasi Primajasa (Angkutan Jasa BSM-Soetta)”, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan oleh Primajasa. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Primajasa. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Primajasa.

Metode yang dipakai adalah metode deskriptif analitik dengan teknik pengumpulan data melalui angket. Sampel terdiri dari konsumen Primajasa sebanyak 50 orang. Teknik pengolahan data melalui langkah-langkah yaitu: menyeleksi data, menentukan bobot nilai, mengukur kecenderungan umum skor responden dan masing-masing variabel dengan menggunakan teknik WMS, mencocokkan rata-rata dengan tabel konsultasi, menghitung skor mentah menjadi skor baku, menguji normalitas, tingkat ketergantungan dan koefisien korelasi dengan rumus *Spearman Rank*. Analisis data dilakukan melalui perbandingan dengan kriteria yang telah ditetapkan berdasarkan penggunaan tabel-tabel tertentu serta dalam perhitungan dibantu oleh Ms. Excel 2007.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

- a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen digambarkan melalui koefisien korelasi *Spearman Rank* dengan menggunakan Ms. Excel 2007. Diperoleh korelasi sebesar 0.5 berada dalam rentang 0,400 – 0,599 yang berkategori sedang. Hal ini berarti bahwa variabel X memiliki pengaruh yang sedang terhadap variabel Y.
- b. Koefisien korelasi antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dengan variabel Y (Kepuasan Konsumen) dihitung dengan menggunakan rumus *Spearman Rank* sehingga dihasilkan nilai sebesar 0.5 hasil perhitungan tersebut tergolong pada korelasi sedang antara 0.40 – 0.599. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 25% dan selebihnya yaitu sebesar 75% dipengaruhi oleh faktor lain.
- c. Uji keberartian koefisien korelasi variabel X dengan variabel Y adalah signifikan dengan harga t hitung sebesar 3.05 yang mana lebih besar dari t tabel pada tingkat kepercayaan 95% dengan $dk = (30 - 2) = 28$ diperoleh hasil nilai t tabel sebesar 2,048. Ini mengandung arti bahwa antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dengan variabel Y (Kepuasan Konsumen) terdapat hubungan yang signifikan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan umum bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang sedang terhadap Kepuasan Konsumen Primajasa.

Kata kunci : Kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan.

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 8
2.1. Kajian Pustaka	8
2.1.1. Definisi Pemasaran	8
2.1.2. Definisi Manajemen Pemasaran	9
2.1.3. Bauran Pemasaran	11

2.1.5.1.	<i>Product</i>	12
2.1.5.2.	<i>Price</i>	13
2.1.5.3.	<i>Place</i>	13
2.1.5.4.	<i>Promotion</i>	14
2.1.5.5.	<i>People</i>	14
2.1.5.6.	<i>Physical evidence</i>	14
2.1.5.7.	<i>Process</i>	15
2.1.4.	Definisi Jasa/Pelayanan	15
2.1.5.	Karakteristik Jasa	16
2.1.5.1.	<i>Intangibility</i>	16
2.1.5.2.	<i>Inseparability</i>	16
2.1.5.3.	<i>Variability</i>	17
2.1.5.4.	<i>Perishability</i>	17
2.1.6.	Definisi Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.7.	Dimensi Kualitas Jasa	26
2.1.8.	<i>Gap</i> (kesenjangan) Kualitas Pelayanan	33
2.1.9.	Langkah-Langkah Untuk Mengurangi <i>Gap</i> Kualitas Pelayanan	37
2.1.10.	Pemasaran Jasa.....	39
2.1.11.	Pengertian Kepuasan Konsumen	41
2.1.12.	Strategi Demi Kepuasan Konsumen	45
2.1.13.	Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	47
2.2.	Rerangka Pemikiran.....	48

2.3.	Hipotesis.....	50
BAB III	METODE PENELITIAN	52
3.1.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	52
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	52
3.3.2.	Waktu Penelitian.....	52
3.2.	Jenis Penelitian	53
3.3.	Definisi Operasional Variabel	53
3.3.1.	Jenis Variabel.....	53
3.3.2.	Definisi Operasional.....	54
3.4.	Populasi dan Sampel.....	58
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	60
3.6.	Alat Analisis	63
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
A.	Uji Coba Angket.....	76
1.	Uji Validitas Instrumen	77
2.	Uji Reliabilitas Instrumen	78
B.	Analisis Data	79
1.	Seleksi Data.....	79
2.	Klasifikasi Data	80
C.	Penyajian Hasil Pengolahan Data.....	81
1.	Gambaran Umum Masing-Masing Variabel Dengan Perhitungan <i>Weighted Means Scored</i> (WMS).....	81
2.	Hasil Pengubahan Skor Mentah Menjadi Skor Baku	88

3. Uji Normalitas Distribusi Variabel Penelitian.....	89
D. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	90
1. Analisis Korelasi dan Koefisien Korelasi	91
2. Uji Signifikansi.....	91
3. Koefisien Determinasi.....	92
E. Pembahasan Hasil Penelitian	93
1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan oleh Primajasa?	93
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Primajasa?	96
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Primajasa?	98
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	100
A. Simpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1 <i>Gap</i> Kualitas Pelayanan.....	35
Gambar 2 Rerangka Pemikiran	49
Gambar 3 Hipotesis Penelitian	50

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel I	Faktor-faktor Penyebab Terjadinya <i>Gap</i> Kualitas Layanan 15
Tabel II	Operasional Variabel 55
Tabel III	Kriteria Penskoran Alternatif Jawaban Variabel X dan Y 63
Tabel IV	Hasil Uji Coba Validitas Variabel X (Kualitas Pelayanan) 77
Tabel V	Hasil Uji Coba Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen).. 78
Tabel VI	Rekapitulasi Jumlah Angket Yang Tersebar, Terkumpul dan Yang Dapat Diolah..... 80
Tabel VII	Skor Mentah Variabel X (Kualitas Pelayanan)..... 80
Tabel VIII	Skor Mentah Variabel Y (Kepuasan Konsumen)..... 81
Tabel IX	Kualitas Pelayanan 82
Tabel X	Tabel Konsultasi Hasil Perhitungan WMS 83
Tabel XI	Kepuasan Konsumen 85
Tabel XII	Tabel Konsultasi Hasil Perhitungan WMS 86
Tabel XIII	Skor Baku Variabel X (Kualitas Pelayanan)..... 88
Tabel XIV	Skor Baku Variabel Y (Kepuasan Konsumen) 88
Tabel XV	Hasil Pemeriksaan Distribusi Data Untuk Uji Normalitas 90

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran A Angket Penelitian	106
Lampiran B Uji Validitas	111
Lampiran C Uji Reliabilitas.....	117
Lampiran D Perhitungan Weighted Means Scored (WMS).....	125
Lampiran E Perubahan Skor Mentah Menjadi Skor Baku.....	126
Lampiran F Pengujian Normalitas Distribusi Data	131
Lampiran G Menguji Hipotesis Penelitian (Teknik Analisis Data).....	137
Lampiran H Surat Keterangan Telah Melakukan Uji Coba Angket	
Lampiran I Surat Keterangan Telah Melakukan Penyebaran Angket	
Lampiran J Surat Permohonan Ijin Melakukan Penelitian Dari Fakultas	
Lampiran K Surat Keputusan Pengangkatan Pembimbing Skripsi	
Lampiran L Catatan Bimbingan Skripsi	