

## Abstrak

Saat ini, akses Internet telah menjadi bagian dari pola hidup masyarakat dan sudah menjadi media komunikasi 'standar' seperti halnya telepon ataupun televisi. Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut internet, telah mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu; interaksi bisnis, ekonomi, sosial, dan budaya. Internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan / industri maupun pemerintah. Dengan banyaknya Penyedia Layanan Jasa Akses Internet / *Internet Service Provider* (ISP) khususnya di daerah Bandung dan sekitarnya, salah satu Penyedia Layanan Jasa Akses Internet / *Internet Service Provider* (ISP) khususnya di daerah Bandung dan sekitarnya adalah PT. JalaWave Cakrawala / JalaWave Connection. Penyedia layanan jasa akses internet ini juga selalu mengikuti perkembangan dengan menambah berbagai fasilitas yang memudahkan konsumen seperti *hotspot*.

Skripsi ini dibuat untuk mencari tahu bagaimana upaya yang dilakukan Penyedia layanan jasa akses internet dalam pelaksanaan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan jasa akses Internet JalaWave Connection, bagaimana sikap konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan yang dilakukan oleh JalaWave Connection terhadap tingkat kepuasan konsumen. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode survey, wawancara dan catatan perusahaan yang bersangkutan. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 responden.

Secara umum pelayanan – pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan jasa akses internet Jalawave Connection sudah cukup baik, hal ini terbukti dari hasil analisis tanggapan berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan. Faktor pelayanan yang sudah dijalankan dengan baik adalah tingkat perlengkapan dan sarana komunikasi (*Tangibles*), memberikan informasi dengan komunikasi yang baik (*Communication*), tingkat kesopanan (*Assurance*), dan tingkat kesediaan karyawan untuk membantu (*Responsiveness*). Faktor pelayanan yang masih perlu diperbaiki adalah kemauan mendengarkan keluhan (*Communication*), waktu menunggu (*Access*), kemudahan untuk dihubungi dan perhatian pribadi (*Emphaty*), dan tingkat kecermatan (*Reliability*).

Pada penelitian ini penulis menggunakan korelasi *Spearman* untuk menghitung besarnya pengaruh kualitas pelayanan JalaWave Connection terhadap kepuasan konsumen. Dari perhitungan diperoleh hasil  $r_s$  sebesar 0,581. Nilai tersebut berarti pengaruh kualitas pelayanan penyedia layanan jasa akses Internet JalaWave Connection terhadap kepuasan konsumen terdapat korelasi yang cukup kuat. Dengan koefisien determinasinya sebesar 34,92%. yang berarti kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan JalaWave Connection sebesar nilai itu.

Dari hasil penelitian ini penulis dapat menyarankan beberapa hal yang dapat membantu dalam membentuk kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas

pelayanan JalaWave Connection yaitu adanya pelatihan dan pengarahan agar lebih baik dalam menangani keluhan konsumen dapat memberikan penghargaan kepada karyawan yang dapat memberikan pelayanan yang baik, agar para karyawannya lebih termotivasi lagi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Sehingga pada akhirnya hal-hal diatas mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
1.5 Kerangka Pemikiran .....	9
1.6 Metodologi Penelitian .....	13
1.6.1 Jenis Penelitian .....	13
1.6.2 Jenis dan Sumber Data .....	13
1.6.3 Variabel Penelitian .....	14
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data .....	14
1.6.5 Teknik Sampling .....	15
1.6.6 Teknik Pengolahan Data .....	16
1.7 Lokasi Penelitian .....	17
1.8 Sistematika Penulisan .....	18

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran .....	19
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	20
2.3 Jasa .....	21
2.3.1 Pengertian Jasa .....	21
2.3.2 Klasifikasi Penawaran Jasa .....	22
2.3.3 Karakteristik Jasa .....	23
2.4 Bauran Pemasaran .....	24
2.4.1 Pengertian Bauran Pemasaran .....	24
2.4.2 Bauran Pemasaran Jasa .....	25
2.5 Kualitas Pelayanan .....	27
2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	27
2.5.2 Faktor Penentu Kualitas Pelayanan .....	28
2.6 Kepuasan Konsumen .....	32
2.6.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	32
2.6.2 Mengukur kepuasan Konsumen .....	37
2.6.3 Strategi Kepuasan Konsumen .....	39
2.6.4 Indikator Kepuasan Konsumen .....	42
2.7 Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen .....	43

BAB III METODOLOGI PENULISAN .....	45
3.1 Jenis Penelitian .....	45
3.2 Variabel Penelitian .....	45
3.3 Sumber Data .....	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.5 Penentuan Jumlah Sampel .....	54
3.6 Pengolahan Data .....	57
3.7 Validitas dan Reliabilitas .....	63
3.7.1 Validitas .....	63
3.7.2 Reliabilitas .....	64
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	 67
4.1 Data Umum Perusahaan .....	67
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	67
4.1.2 SDM & Struktur Organisasi .....	69
4.2 Kiat - kiat yang Dilakukan Penyedia layanan jasa akses Internet PT. JalaWave Cakrawala Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan .....	  73
4.3 Tanggapan Responden tentang Kualitas Pelayanan dari Penyedia layanan jasa akses Internet PT. JalaWave Cakrawala	78
4.3.1 Profile Responden .....	79

4.3.2 Tangibles .....	81
4.3.3 Reliability .....	84
4.3.4 Responsiveness .....	88
4.3.5 Assurance .....	91
4.3.6 Emphaty .....	96
4.3.7 Communication .....	99
4.3.8 Access .....	102
4.3.9 Kesimpulan Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan.....	105
4.4 Tanggapan Responden tentang Kepuasan Konsumen yang didapat dari Penyedia Layanan Jasa Akses Internet PT. JalaWave Cakrawala .....	108
4.5 Kesimpulan Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen .....	113
4.6 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Penyedia Layanan Jasa Akses Internet PT. JalaWave Cakrawala .....	115
4.6.1 Koefisien Korelasi Rank Spearman .....	115
4.6.2 Analisis Statistik Uji .....	117
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi .....	118
4.6.4 Analisis Regresi Sederhana .....	118

4.7 Validitas dan Reliabilitas .....	120
4.7.1 Validitas .....	120
4.7.2 Reliabilitas .....	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	124
5.1 Kesimpulan .....	124
5.2 Saran .....	126

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN :

A. KUESIONER

B. SKOR VARIABEL

## DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 Operasionalisasi Variabel X Kualitas Pelayanan .....	46
TABEL 3.2 Operasionalisasi Variabel Y Kepuasan Konsumen .....	48
TABEL 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	79
TABEL 4.2 Usia Responden .....	79
TABEL 4.3 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden .....	80
TABEL 4.4 Informasi Tentang Penyedia Layanan Jasa Akses Internet PT. JalaWave Cakrawala .....	80
TABEL 4.5 Lamanya Responden Menjadi Pelanggan Internet .....	80
TABEL 4.6 Penghasilan Responden .....	80
TABEL 4.7 Kelengkapan Fasilitas Fisik .....	81
TABEL 4.8 Perlengkapan Pegawai .....	82
TABEL 4.9 Sarana Komunikasi .....	83
TABEL 4.10 Pelayanan Segera .....	84
TABEL 4.11 Tingkat Ketepatan Waktu Kegiatan Pelayanan Dilaksanakan .....	85
TABEL 4.12 Tingkat Kecermatan Kegiatan Pelayanan Dilaksanakan .....	86
TABEL 4.13 Prosedur Pelayanan Sama Bagi Semua Pihak .....	87
TABEL 4.14 Tingkat Kesiediaan Karyawan Dalam Membantu Konsumen ..	88
TABEL 4.15 Cepat Tanggap Terhadap Masalah Yang Dihadapi	



Konsumen .....	89
TABEL 4.16 Adanya Tindak Lanjut Terhadap Saran Dan Keluhan	
Konsumen .....	90
TABEL 4.17 Penjelasan Pelayanan Pada Konsumen Secara Menyakinkan ..	91
TABEL 4.18 Tingkat Kesopanan Keseragaman .....	92
TABEL 4.19 Sikap Yang Dapat Dipercayai Dalam Menyakinkan	
Konsumen .....	93
TABEL 4.20 Tingkat Keamanan Identitas Konsumen .....	94
TABEL 4.21 Tingkat Keamanan Dalam Jaringan Internet .....	95
TABEL 4.22 Tingkat kemudahan untuk menghubungi karyawan .....	96
TABEL 4.23 Adanya Perhatian Pribadi .....	97
TABEL 4.24 Adanya Ketulusan Yang Diberikan Bagi Konsumen .....	98
TABEL 4.25 Tingkat Kepedulian Terhadap Pelanggan .....	99
TABEL 4.26 Keakuratan Informasi Yang Disampaikan .....	100
TABEL 4.27 Cara Penyampaian Informasi .....	101
TABEL 4.28 Mendengarkan Keluhan .....	102
TABEL 4.29 Mudahnya Lokasi Dijangkau .....	103
TABEL 4.30 Singkatnya waktu menunggu .....	104
TABEL 4.31 Amannya lokasi .....	105
TABEL 4.32 Skor Rata – Rata Variabel X Kualitas Pelayanan .....	106
TABEL 4.33 Skor Rata – Rata Terbaik Variabel X .....	107

TABEL 4.34 Skor Rata – Rata Terbaik Variabel X Kualitas Pelayanan .....	108
TABEL 4.35 Tingkat Pembelian Meningkat .....	109
TABEL 4.36 Kesetiaan Pelanggan Meningkat .....	110
TABEL 4.37 Kurang Memperhatikan Merek dan Iklan Pesaing .....	111
TABEL 4.38 Mencoba Produk Baru Yang Ada .....	112
TABEL 4.39 Tingkat Promosi <i>mouth to mouth</i> Kepada Temannya Meningkat .....	113
TABEL 4.40 Konsumen memberikan ide baru kepada perusahaan .....	114
TABEL 4.41 Skor Rata – Rata Variabel Y Kepuasan Konsumen .....	115
TABEL 4.42 Output SPSS Koefisien Korelasi Rank Spearman .....	116
TABEL 4.43 Output SPSS Analisis Statistik Uji .....	117
TABEL 4.44 Output SPSS Analisis Regresi Sederhana .....	119
TABEL 4.45 Perbandingan r Hitung dengan r Tabel <i>Bivariate Pearson</i> .....	121
TABEL 4.46 Reliability Statistics .....	122

## **DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran .....	12
GAMBAR 2.1 Model Kepuasan – Ketidakpuasan Pelanggan .....	33
GAMBAR 4.1 Struktur Organisasi PT. JalaWave Cakrawala .....	70