

ABSTRAK

Produk adalah segala sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan. Salah satu bentuk dari produk adalah jasa. Jasa memiliki karakteristik Intangibility, Inseparability, Variability, dan Perishability. Warnet *Digi Games* adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang menawarkan pelayanan jasa internet. Semakin banyaknya warnet membuat warnet *Digi Games* harus selalu siap untuk bersaing, oleh karena itu warnet *Digi Games* harus selalu dapat memberikan pelayanan jasa yang berkualitas agar konsumen merasa puas dan memilih kembali warnet *Digi Games* tersebut. Maka mengingat hal itu, penulis melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan (service quality/serqual).

Warnet *Digi Games* harus mengetahui apa yang menjadi harapan para konsumennya dan juga apa kinerja yang dirasakan oleh konsumennya agar konsumen selalu merasa puas. Warnet *Digi Games* juga dapat mengetahui apa saja kualitas pelayanan yang harus diperbaiki, sehingga konsumen semakin puas dan kembali melakukan pembelian ulang di warnet *Digi Games*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode diskriptif. Pengambilan sampel dilakukan kepada 100 orang konsumen warnet *Digi Games*. Untuk mengukur harapan dan kinerja warnet *Digi Games* digunakan metode *SERQUAL* berupa instrumen yang dirancang berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu: *tangibility, realibility, responsiveness, assurance, dan emphaty*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, wawancara dan observasi. Uji statistiknya menggunakan korelasi spearman untuk mengetahui hubungan antara service quality dengan minat beli ulang di warnet *Digi Games*.

Dengan menggunakan perhitungan koefisien korelasi Rank Spearman dihasilkan $r_s = +0,672$. sedangkan dari perhitungan koefisien determinasi sebesar 45,16, dapat diketahui bahwa derajat kinerja kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan cukup kuat.

Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa pernyataan pengaruh antara kualitas pelayanan yang diberikan warnet *Digi Games* terhadap loyalitas konsumen dapat diterima.

ABSTRACT

Product is everything yielded by company. One of the forming of product is service. Service have Intangibility characteristic, Inseparability, Variability, and Perishability. Warnet *Digi Games* is one of the peripatetic company is service area offering internet service activities. More and more warnet him make warnet *Digi Games* have to always ready for competing, therefore warnet *Digi Games* have to always can give service activities which with quality to be consumer lick lips and chosen warnet *Digi Games* as their playground medium. Hence considering that thing is, writer do research about quality of service (quality service / serqual).

Warnet *Digi Games* have to know what becoming expectation all its consumer as well as what performance felt by its consumer to be consumer always lick lips. Warnet *Digi Games* also can know any kind of quality of service which must improve;repair, so that consumer progressively lick lips and back do warnet *Digi Games* re-buying.

used by Research method is diskriptif method. intake of Sample conducted to 100 warnet *Digi Games* consumer people. To measure warnet *Digi Games* performance and expectation used by SERQUAL method in the form of designed instrument pursuant to 5 dimension of is quality of service that is : tangibility, realibility, responsiveness, assurance, and emphaty. Data collecting done by using kuesioner, observation and interview. its Statistical test use spearman correlation to know relation between quality service with enthusiasm buy to repeat warnet *Digi Games*.

By using calculation of Rank Spearman korelaso coefficient yielded by $r_s = +0,672$. while from calculation of determinasi coefficient equal to 45,16, can know that performance of is quality of service to satisfaction of customer enough strength.

From result of data processing can be concluded that influence service between quality of given by service is warnet *Digi Games* to consumer loyalitas can be accepted.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Pemasaran	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran	5
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.2 Bauran Pemasaran	6
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	7
2.2.2 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	7
2.3 Jasa	10
2.3.1 Pengertian Jasa	10
2.3.2 Karakteristik Jasa	11
2.3.3 Klasifikasi Jasa	12
2.3.4 Pemasaran Jasa	13
2.3.5 Strategi Pemasaran untuk Pemasaran Jasa	16
2.4 Pengertian Kualitas	17
2.4.1 Kualitas Pelayanan	18

2.4.2 Dimensi Kualitas Jasa	18
2.4.3 Elemen-Elemen Kualitas Jasa	19
2.5 Kepuasan Pelanggan	21
2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	21
2.5.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	22
2.6 Loyalitas Pelanggan	23
2.7 Hubungan Kualitas Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	26
2.8 Internet	26
2.8.1 Internet Sebagai Media Pemasaran Baru	27
2.8.2 Kaitan Internet dengan Bauran Pemasaran	28
2.9 Kerangka Pemikiran	29
2.10 Hipotesis Penelitian	32
 BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	33
3.1.1 Sejarah Perusahaan	33
3.1.2 Bagan Organisasi Perusahaan	34
3.1.3 Job Discription	35
3.2 Desain Penelitian	36
3.3 Pengujian Validitas dan Reabilitas	36
3.4 Prosedur Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis Data	39
3.6 Operasional Variabel	40
3.7 Metode Penarikan Sampel	44
3.8 Jadwal Penelitian	44
 BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Karakteristik Responden	45
4.1.2 Analisis Penilaian Responden Mengenai Kualitas Jasa Di Warnet <i>Digi Games</i>	48

4.1.2.1 Dimensi Tangibility	49
4.1.2.2 Dimensi Realibility	54
4.1.2.3 Dimensi Responsiveness	56
4.1.2.4 Dimensi Assurance	60
4.1.2.5 Dimensi Emphaty	62
4.1.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan	
<i>Digi Games</i> Berdasarkan Analisa Korelasi Pearson	63
4.1.3.1 Analisa Korelasi	64
4.1.3.2 Pengujian Validitas X	65
4.1.3.3 Pengujian Reabilitas X	67
4.1.3.4 Pengujian Validitas Y	68
4.1.3.5 Pengujian Reabilitas Y	69
4.2 Pembahasan	
4.2.1 Pelayanan yang Diharapkan oleh Konsumen <i>Digi Games</i>	70
4.2.2 Pelayanan yang harus Diperbaiki oleh Warnet <i>Digi Games</i>	70
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	
Warnet <i>Digi Games</i>	71
4.2.4 Koefisien Determinasi	71
4.2.5 Uji Hipotesis	72
 BAB 5 SARAN DAN KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Ukuran Pelayanan	39
Tabel 3.2 Loyalitas Konsumen	39
Tabel 3.3 Operasional Variabel	41
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2 Usia Konsumen	46
Tabel 4.3 Pekerjaan Konsumen	46
Tabel 4.4 Pengeluaran Rata-rata Tiap Bulan	47
Tabel 4.5 Rata-rata Bermain Game dalam Seminggu	48
Tabel 4.6 Komputer yang Tersedia di Warnet Secara Fisik Terjaga dengan Baik	49
Tabel 4.7 Permukaan Meja yang Rata	49
Tabel 4.8 Kualitas Kursi yang Nyaman	50
Tabel 4.9 Tempat Parkir yang Luas	50
Tabel 4.10 Ruangan Warnet yang Terjaga Kebersihan	51
Tabel 4.11 Pembagian Ruangan untuk Tidak Merokok dan Merokok	52
Tabel 4.12 Tersedianya Kantin	52
Tabel 4.13 Tersedianya Toilet yang Terjaga Kebersihannya	53
Tabel 4.14 Jumlah Komputer yang Tersedia Memadai	53
Tabel 4.15 Penataan Penempatan Komputer Tidak Berdesakan	54
Tabel 4.16 Koneksi Internet yang Cepat	54
Tabel 4.17 Kemudahan Mengakses Komputer Saat Bermain	55
Tabel 4.18 Tidak Adanya Gangguan Koneksi	55
Tabel 4.19 Tidak Adanya <i>Hang</i> Komputer Saat Bermain	56
Tabel 4.20 Kecepatan Daya Tanggap Operator Saat Menjawab Pertanyaan	56
Tabel 4.21 Kecepatan Daya Tanggap Operator Melayani Anda Saat Baru Datang	57
Tabel 4.22 Kecepatan Daya Tanggap Operator untuk Mengatasi Masalah Gangguan Koneksi Internet	57
Tabel 4.23 Kecepatan Daya Tanggap Operator Mengatasi Keluhan Anda	58
Tabel 4.24 Kesiediaan Operator Membantu Anda	58

Tabel 4.25 Kecepatan dan Keakuratan Operator dalam Memberi Pelayanan	59
Tabel 4.26 keahlian Teknisi Komputer Menghadapi Gangguan Internet dan Komputer	60
Tabel 4.27 Pengetahuan Operator di Bidang Komputer	60
Tabel 4.28 Keramahan Operator	61
Tabel 4.29 Kerapihan dan Kesopanan Penampilan Operator	61
Tabel 4.30 Rasa Aman dari <i>Hack</i>	62
Tabel 4.31 Kemampuan Operator untuk Segera Mengenal Anda	62
Tabel 4.32 Kemampuan Operator Membina Keakraban	63
Tabel 4.33 Korelasi Spearman	64
Tabel 4.34 Uji Validitas X	65
Tabel 4.35 Reabilitas X	68
Tabel 4.36 Uji Validitas Y	68
Tabel 4.37 Reabilitas Y	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	9
Gambar 2.2 Karakteristik Jasa	12
Gambar 2.3 Service Marketing Triangle	17
Gambar 2.4 Kepuasan Pelanggan	22
Gambar 2.5 Loyalitas Konsumen	25
Gambar 2.6 Bagan Kerangka Pemikiran	32
Gambar 3.1 Bagan Organisasi Perusahaan	34
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Normal	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Variabel X “ Kualitas Pelayanan Jasa”
- Lampiran 3 Variabel Y “ Loyalitas Konsumen”
- Lampiran 4 Hasil Pengujian Reability dan Validitas
- Lampiran 5 Foto Suasana Warnet *Digi Games*