

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada Perusahaan “X” di Bandung”. Seperti telah diketahui bersama bahwa industri garmen di Indonesia beberapa tahun belakangan ini mengalami keterpurukan yang diawali dengan adanya krisis ekonomi dan awal era globalisasi dimana banyaknya jumlah barang-barang impor terutama dari Cina. Hal ini membawa dampak negatif bagi perindustrian garmen di Indonesia. Untuk itu perusahaan-perusahaan garmen harus berusaha semaksimal mungkin untuk bertahan hidup, maka perusahaan “X” ini berubah orientasi bidangnya dari perusahaan garmen menjadi perusahaan jasa maklun yang mengorientasikan usahanya kepada kepuasan konsumen yang bertujuan agar konsumen menggunakan kembali jasa maklun dari perusahaan “X” yang kemudian diharapkan menjadi pelanggan dari perusahaan jasa maklun “X”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa maklun “X” dan menguji seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa maklun “X” di Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah survei explanatory, yaitu metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok dan data-data tersebut dikumpulkan, diproses, dan dianalisis untuk menjelaskan hubungan atau korelasi antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Sampel yang diambil sebanyak 32 orang responden yang menggunakan jasa maklun dari perusahaan “X”.

Untuk mengolah dan menganalisis data yang telah dikumpulkan, penulis melakukan perhitungan dengan metode statistik koefisien korelasi Rank Spearman dan uji hipotesis. Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh nilai koefisien korelasi Rank Spearman sebesar 0,604 yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai uji hipotesisnya ($W_{1-\alpha}$) adalah 0,295 ($r_s > W_{1-\alpha}$ atau $0,604 > 0,295$), artinya ada hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen dari perusahaan jasa maklun “X”. Koefisien determinasi yang diperoleh dari hasil perhitungan adalah sebesar 36,48% yang berarti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa maklun “X” adalah sebesar 36,48%, sedangkan sisanya sebesar 63,32% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR ISI

Halaman

Lembar Judul	
Lembar Pengesahan	
ABSTRAK	i
KATAPENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	6
1.6 Metodologi Penelitian	12
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
1.8 Sistematika Pembahasan	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	27
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	28

2.3	Arti Penting Konsep	
	Pemasaran.....	29
2.3.1	Kendala-Kendala Perusahaan Yang Berorientasi	
	Pelanggan.....	29
2.3.2	Argumentasi Pemasaran Tentang Pentingnya Kepuasan	
	Pelanggan.....	29
2.4	Konsep Pemasaran dan Orientasi Pada Konsumen.....	30
2.5	Pengertian Bauran Pemasaran.....	31
2.5.1	Unsur-unsur Bauran Pemasaran	33
2.6	Pengertian Jasa	36
2.6.1	Karakteristik Jasa.....	37
2.6.2	Klasifikasi Jasa	39
2.6.3	Masalah-masalah Dalam Bisnis Jasa.....	40
2.6.4	Strategi Mengatasi Masalah Jasa/Bisnis.....	40
2.6.5	Strategi Mengelola Penawaran dan Permintaan Jasa.....	42
2.6.6	Strategi Pemasaran Jasa.....	44
2.6.7	Model Kualitas Jasa.....	47
2.7	Kualitas Jasa	48
2.7.1	Pengertian Kualitas.....	48
2.7.2	Pengertian Kualitas Jasa.....	48
2.7.3	Faktor-faktor Penentu Kualitas Jasa.....	49
2.8	Kepuasan Konsumen.....	53
2.8.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	53
2.8.2	Strategi Kepuasan Konsumen.....	53

2.8.3 Cara Mengukur Kepuasan Konsumen.....	54
2.8.4 Tehnik Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	55
2.9 Harapan dan Kenyataan Kepuasan Konsumen.....	58

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	61
3.2 Lokasi Perusahaan.....	62
3.3 Struktur Organisasi.....	62
3.4 Personalia.....	63
3.4.1 Penarikan Tenaga Kerja.....	63
3.4.2 Jumlah Tenaga Kerja.....	63
3.4.3 Pemeliharaan Tenaga Kerja.....	63
3.4.4 Dasar Pemberian Upah.....	64
3.5 Produksi.....	64
3.5.1 Jenis Hasil Produksi.....	64
3.5.2 Proses Produksi.....	64
3.5.2.1 Alat-alat yang Digunakan.....	65
3.5.2.2 Proses Penjahitannya.....	65
3.5.3 Bahan-bahan yang Digunakan.....	65
3.6 Permodalan.....	66
3.7 Pemasaran.....	66
3.7.1 Saluran Distribusi.....	66
3.7.2 Wilayah Pemasaran.....	66
3.7.3 Promosi.....	66

3.7.4 Penetapan Harga.....	66
----------------------------	----

BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden.....	67
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden.....	67
4.2 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan.....	72
4.3 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	86
4.4 Analisis Hubungan Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	101
4.5 Analisis Kesenjangan antara harapan dan kenyataan.....	106

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	112

LAMPIRAN