

ABSTRAK

Perekonomian di Indonesia pada saat sekarang ini masih berjalan dengan berbagai ketidakpastian yang menyebabkan masa depan suatu bisnis juga tidak menentu arahnya. Hal ini menyebabkan perusahaan memikirkan berbagai langkah dan strategi yang tepat untuk tetap dapat bertahan dalam bisnisnya.

Bagi perusahaan jasa, persaingan akan dirasakan lebih ketat dibandingkan dengan perusahaan produksi karena perusahaan jasa berkaitan erat dengan perasaan, pikiran, dan perilaku konsumen secara langsung. Tingkat kepuasan yang diperoleh dari satu konsumen berbeda dengan konsumen yang lain, untuk itu perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan jasa yang memuaskan bagi seluruh konsumennya. Agar hal tersebut tercapai, perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat agar kualitas pelayanan terjaga dengan baik dan memuaskan di mata konsumen.

Taman Bacaan (TB) Twins adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dengan memberikan jasa peminjaman buku-buku bacaan yaitu komik, majalah, novel, dan tabloid. TB.Twins menyadari ketatnya persaingan yang ada sehingga diperlukan adanya pelayanan yang baik demi memuaskan konsumennya (*member*).

Penulis mencoba melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan diantara kualitas pelayanan yang diberikan dengan kepuasan yang diperoleh para konsumen di TB.Twins. penelitian ini dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi dengan menggunakan SPSS, uji t dan uji korelasi Spearman hingga diperoleh besar persentase hubungan antara kualitas pelayanan yang diberikan dengan kepuasan konsumen pada TB.Twins.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Identifikasi Masalah	3
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4	Kegunaan Penelitian	4
1.5	Kerangka Pemikiran	4
1.6	Sistematika Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Pengertian Pemasaran	10
2.2	Pengertian Jasa	10
2.2.1	Klasifikasi dan Karakteristik Jasa Pelayanan	11
2.2.2	Bauran Pemasaran Jasa	14
2.2.3	Dimensi Kualitas Jasa	16
2.2.4	Strategi Pemasaran Jasa	18

2.3	Kepuasan Pelanggan	21
2.3.1	Pengukuran Kepuasan Pelanggan	22
2.3.2	Konsep Kepuasan Pelanggan	24
2.4	Mengelola Kualitas dan Kualitas Pelayanan	26
2.4.1	Pengertian Kualitas	26
2.4.2	Pengertian Kualitas Pelayanan	26
2.5	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen	27

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek dan Lokasi Penelitian	30
3.2	Sejarah Singkat Perusahaan	30
3.3	Metode Pengumpulan Data	31
3.3.1	Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.2	Penentuan Sampel	32
3.3.3	Teknik Pengolahan Data	34
3.4	Metode Analisis Data	35
3.4.1	Analisis Korelasi Rank Spearman	35
3.4.2	Observasi Berangka Sama	36
3.4.3	Analisis Koefisien Determinasi	38
3.4.4	Pengujian Hipotesis	39
3.5	Operasionalisasi Variabel	40

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian dan Pembahasan	43
4.1.1	Gambaran Umum Responden	43
4.2	Analisis Terhadap Tanggapan Pelanggan Pada Masing-masing Komponen Dimensi Kualitas Jasa	48
4.2.1	Analisis Tanggapan Responden Pada Dimensi Tangibles	48
4.2.2	Analisis Tanggapan Responden Pada Dimensi Reliability	52
4.2.3	Analisis Tanggapan Responden Pada Dimensi Responsiveness	56
4.2.4	Analisis Tanggapan Responden Pada Dimensi Assurance	60
4.2.5	Analisis Tanggapan Responden Pada Dimensi Emphaty	66
4.3	Analisis Terhadap Kepuasan Pelanggan TB. Twins	68
4.3.1	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kesesuaian Pelayanan yang Diberikan Oleh TB. Twins Dengan Keinginan Pelanggan	69
4.3.2	Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Fasilitas Atau Program yang Diberikan Oleh TB. Twins	70
4.3.3	Analisis Mengenai Keinginan Untuk Berkunjung	71

4.3.4	Analisis Apakah Ada Pengaruh Orang Lain Terhadap Konsumen Pada Saat Memutuskan Untuk Menggunakan Jasa TB. Twins	72
4.3.5	Analisis Untuk Tetap Menjadi Pelanggan	73
4.4	Analisis Statistil Pengaruh Kualitas Pelayanan TB. Twins Dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Model Kepuasan Pelanggan	5
Tabel 2.1	Empat Karakteristik Jasa	14
Tabel 2.2	Model Kualitas Jasa (GAP Model)	18
Tabel 2.3	Tiga Jenis Pemasaran Dalam Industri Jasa	21
Tabel 2.4	Konsep Kepuasan Pelanggan	25
Tabel 2.5	Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Harapan (E) dan Kenyataan (P)	28
Tabel 3.1	Skala Penilaian Jawaban Angket	35
Tabel 3.2	Batas-batas Nilai Korelasi	37
Tabel 4.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Profesinya	45
Tabel 4.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan Atau Uang Saku yang Diterima Tiap Bulan	46
Tabel 4.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengetahuan Mereka Atas Keberadaan Daripada TB. Twins	47
Tabel 4.6	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan Di TB. Twins	47
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Lingkungan Taman Bacaan Yang Rapi dan Bersih	49

Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Ruang Bacaan yang Memadai	50
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Harga Sewa yang Bersaing	51
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Ketersediaan Buku-buku yang Lengkap dan Baru	52
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Penanganan Keluhan yang Cukup Cepat	53
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Dalam Mendapatkan Buku Bacaan Terbaru Dengan Cepat	54
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Pemahaman Karyawan Terhadap Suatu Produk yang Sudah Cukup Baik	55
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Pemberian Paket Atau Program Yang Menguntungkan	56
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Dalam Mendapatkan Pelayanan Dari Karyawan	57
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Komunikasi Karyawan yang Cukup Baik	58
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Karyawan yang Cepat Tanggap	59
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Karyawan Dalam Menyelesaikan Keluhan	60
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Sistem Denda yang Sesuai Ketentuan	61
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Tersedianya Tempat Parkir Yang Cukup Aman	62

Tabel 4.21	Tanggapan Responden Terhadap Kesopanan Karyawan	63
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Terhadap Tersedianya Informasi Mengenai Buku Bacaan yang Tersaji Dengan Jelas	64
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Terhadap Penawaran Buku Bacaan yang Masih Berkondisi Baik	65
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Terhadap Sistem Keanggotaan yang Mudah	66
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Keramahan Karyawan	67
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Terhadap Kepedulian / Perhatian Karyawan yang Tinggi	68
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Pelayanan yang Diberikan Oleh TB. Twins Dengan Keinginan Pelanggan	69
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Atau Program yang Diberikan Oleh TB. Twins	70
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Untuk Berkunjung	71
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Terhadap Adanya Pengaruh Orang Lain Terhadap Konsumen Pada Saat Memutuskan Untuk Menggunakan Jasa TB. Twins	72
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Untuk tetap Menjadi Pelanggan	73
Tabel 4.32	Korelasi Rank Spearman	74
Tabel 4.33	Angka Kembar X dan Y	78