

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa pengiriman barang PT. “X” agen Margahayu kota Bandung. Penarikan sampel ini menggunakan metode accidental sampling selama 2 minggu (kecuali hari Minggu), dari pukul 08.00-16.00 dan memperoleh sampel sebanyak 96 konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Alat ukur yang digunakan adalah kuesioner berupa data utama mengenai lima dimensi kepuasan konsumen, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, serta data penunjang mengenai faktor – faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh bahwa sebanyak 18,7% konsumen sangat puas terhadap pelayanan jasa pengiriman barang PT. “X” agen Margahayu kota Bandung, 4,2% puas terhadap pelayanan jasa pengiriman barang PT. “X” agen Margahayu kota Bandung, dan 77,1% tidak puas terhadap pelayanan jasa pengiriman barang PT. “X” agen Margahayu kota Bandung.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah mayoritas konsumen yang menjadi responden penelitian merasa tidak puas terhadap pelayanan jasa pengiriman barang PT. “X” agen Margahayu kota Bandung secara keseluruhan. Pada dimensi kualitas layanan jasa, berikut adalah urutan ketidakpuasan dari yang paling terbesar hingga terkecil : responsiveness, assurance, empathy, reliability, tangibles.

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti mengajukan saran bagi peneliti lain yang memiliki minat untuk meneliti kepuasan konsumen, untuk meneliti korelasi antara faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dengan kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan jasa secara keseluruhan, dan disarankan pula agar memperbaiki alat ukur sesuai dengan kondisi sampel dan mengubah bahasa yang lebih mudah dipahami. Disarankan bagi pihak manajemen agen untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap dimensi yang ketidakpuasannya paling menonjol. Disarankan pula untuk menyimpan kotak saran di ruang tunggu.

Abstract

The purpose of this research is to identify the customer satisfaction with service delivery PT. "X" agent Margahayu in Bandung. This research is using accidental sampling method for 2 weeks (except Sunday), from 8 am – 4 pm and obtained a sample of 96 consumers.

The method used in this research is the descriptive method with questionnaires as the main data form for the measuring instrument. The primary questionnaire is about the five dimension of customer satisfaction, which are tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, and supporting data on the factors that affect the customer satisfaction.

Based on the results of data processing, found that as many as 18.7% of consumers are very satisfied with the service delivery PT. "X" agent Margahayu Bandung, 4.2% are satisfied with the service delivery PT. "X" agent Margahayu Bandung, and 77.1% are not satisfied with the service delivery PT. "X" agent Margahayu Bandung.

From this research, it can be concluded that the majority consumers who become research respondents were dissatisfied with the service delivery PT. "X" agent Margahayu Bandung city as a whole. On the dimension of service quality, the following is the order of the dissatisfaction of the most largest to smallest: responsiveness, assurance, empathy, reliability, tangibles.

For the improvement of the following research, the researchers propose suggestions for other researchers who have interest in investigating consumer satisfaction, to examine the correlation between the factors that affect customer satisfaction with customer satisfaction with the overall service quality, and it is recommended that fixing this measuring instrument in accordance with the conditions of the samples and change the language more easily understood. It is advisable for the management agents to evaluate and improve the quality of service to the dimensions of the discontent of the most prominent. It's recommended to keep a suggestion box in the waiting room.

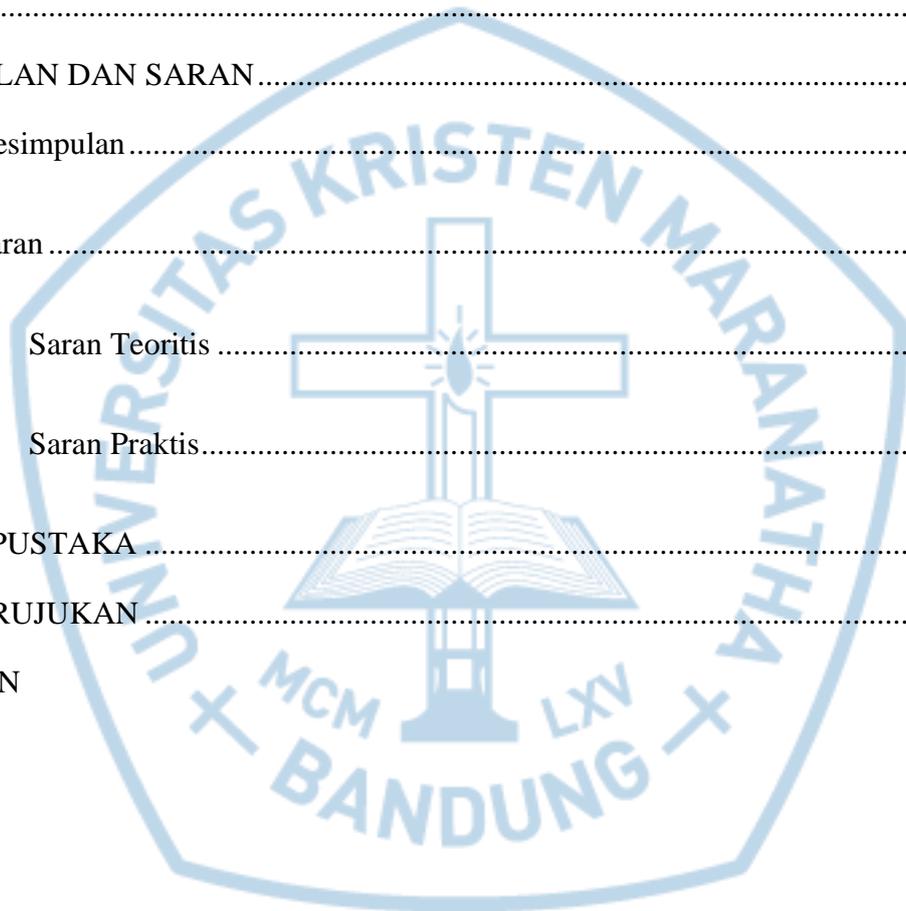
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.5 Kerangka Pikir.....	10
1.6 Asumsi.....	22

BAB II.....	23
TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Kepuasan Konsumen	23
2.1.1 Definisi Kepuasan Konsumen	23
2.1.2 Tingkat Kepuasan Konsumen	23
2.1.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	24
2.2 Jasa.....	27
2.2.1 Karakteristik Jasa	27
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Jasa	24
2.2.3 Model Kualitas Jasa	28
2.3 Dimensi Kualitas Jasa.....	29
2.3.1 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	31
2.4 Kebutuhan.....	33
2.5 Teori persepsi	34
BAB III.....	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Rancangan Penelitian	37
3.1.1 Bagan Prosedur Penelitian	37
3.2 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	38
3.2.1 Variabel Penelitian	38

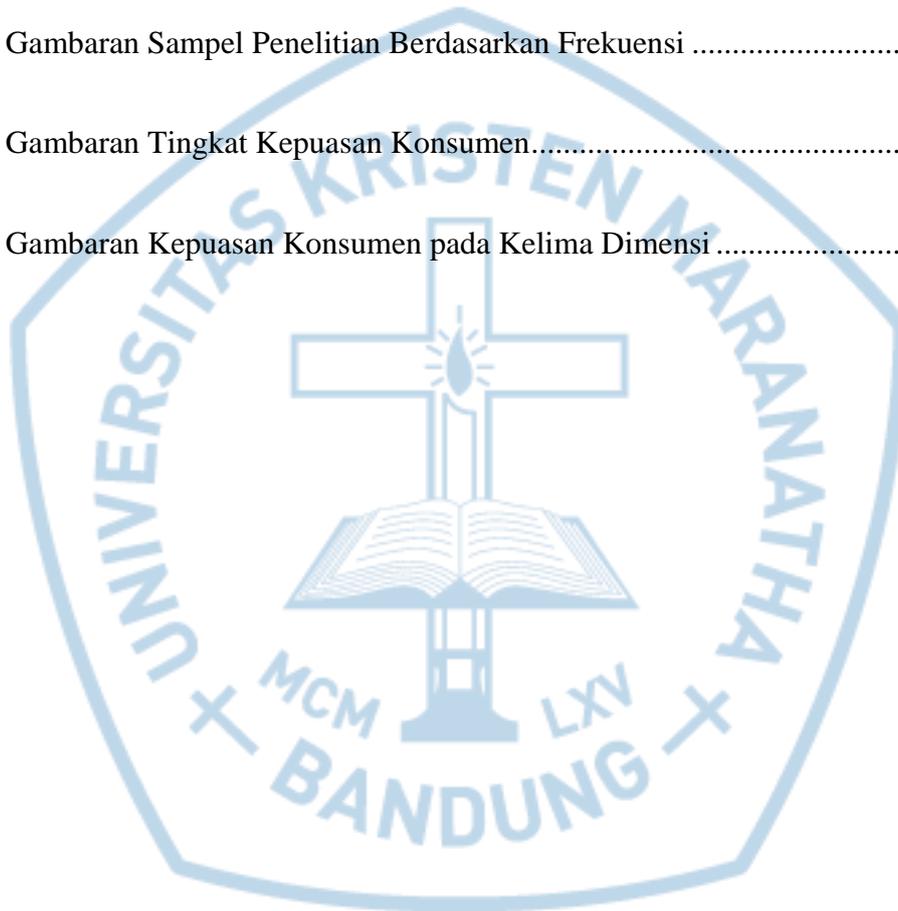
3.2.2	Definisi Konseptual.....	38
3.2.3	Definisi Operasional.....	39
3.3	Alat Ukur.....	40
3.3.1	Jenis Alat Ukur.....	40
3.3.2	Prosedur Penilaian.....	42
3.4	Data Pribadi dan Data Penunjang.....	42
3.4.1	Data Pribadi.....	42
3.4.2	Data Penunjang.....	42
3.5	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	43
3.5.1	Validitas Alat Ukur.....	43
3.5.2	Reliabilitas Alat Ukur.....	44
3.6	Populasi Sasaran dan Teknik Penarikan Sampel.....	45
3.6.1	Populasi Sasaran.....	45
3.6.2	Karakteristik Sampel.....	45
3.6.3	Teknik Penarikan Sampel.....	45
3.7	Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV.....		48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Gambaran Sampel Penelitian.....	48
4.1.1	Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48

4.1.2	Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Pengiriman Barang PT.”X” Agen Margahayu.....	49
4.2	Hasil Penelitian.....	49
4.2.1	Gambaran Kepuasan Konsumen pada Kelima Dimensi	50
4.3	Pembahasan	51
BAB V	60
KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran	61
5.2.1	Saran Teoritis	61
5.2.2	Saran Praktis.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
DAFTAR RUJUKAN	64
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 3.3.1 Kisi-kisi Alat Ukur.....	41
Tabel 3.3.2 Skala Penilaian.....	42
Tabel 3.7.1 Kategori <i>GAP</i>	46
Tabel 4.1.1 Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.1.2 Gambaran Sampel Penelitian Berdasarkan Frekuensi	49
Tabel 4.2.1 Gambaran Tingkat Kepuasan Konsumen.....	49
Tabel 4.2.2 Gambaran Kepuasan Konsumen pada Kelima Dimensi.....	50



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.5.1 Kerangka Pikir	21
Bagan 3.1.1 Prosedur Penelitian	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kata Pengantar

Lampiran 2 - Lembar Persetujuan (*Letter of Consent*)

Lampiran 3 – Identitas Diri

Lampiran 4 – Kuesioner Data Penunjang

Lampiran 5 – Kuesioner Kepuasan Konsumen

Lampiran 6 - Kisi-Kisi Data Penunjang

Lampiran 7 – Kisi-Kisi Alat Ukur

Lampiran 8 – Data Pendapatan Agen Tahun 2014-2015

Lampiran A – Tabel Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Lampiran B – Tabel Pengolahan Data *GAP* Secara Umum dan Per Dimensi

Lampiran C – Tingkat Kepuasan Konsumen Secara Umum dan pada Lima Dimensi

Lampiran D – Tabulasi Silang Kepuasan Per Dimensi dengan Hasil Penelitian

Lampiran E – Tabulasi Silang Faktor yang Mempengaruhi dengan Hasil Penelitian

Lampiran F – Tabulasi Silang Data Demografis dengan Hasil Penelitian

Lampiran Data Mentah Keseluruhan

Lampiran Pengolahan Total Skor per Dimensi (*Expected Service* dan *Perceived Service*)

Lampiran Pengolahan Data Penunjang