

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan customer service PT DUKOMSEL di kota Bandung. Responden yang diteliti adalah konsumen pengguna Blackberry dari PT DUKOMSEL sebanyak 100 orang. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan penelitian deskriptif dengan teknik survey.

Ukuran yang digunakan penelitian ini berupa kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti, berdasarkan ke-5 dimensi jasa yang dikembangkan oleh Valerie A Zeithaml. Alat ukur yang digunakan untuk menjangkau tingkat kepuasan konsumen terdiri dari dua bagian yaitu Expected Service dan Percieved Service yang berjumlah 15 item. Data yang diperoleh diolah menggunakan uji korelasi Rank Spearman dan Alpha Cronbach dengan program SPSS13. Berdasarkan hasil uji validitas item Expected Service dan Percieved Service berkisar 0,329 sampai 0,79. Sedangkan hasil reliabilitas item Expected Service dan Percieved Service adalah 0,83

Hasil pengolahan data secara statistic maka didapat hasil 85 % konsumen merasa tidak puas, 11 % konsumen merasa puas dan 4 % konsumen merasa sangat puas.

Kesimpulan yang diperoleh adalah sebagian besar konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan customer service PT DUKOMSEL di kota Bandung dan terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan, yaitu Tangible, Reliability, Assurance, responsiveness, dan Emphaty.

Adapun saran dari peneliti adalah agar pihak customer service PT DUKOMSEL di kota Bandung meningkatkan kualitas pelayanannya dalam segi kecepatan pemberian pelayanan. Selain itu sebaiknya diberikan training customer satisfaction dan training on the job mengenai cara memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

ABSTRACT

The measure was used as a questioner that made by the researcher with using the five dimension of service that developed by Valerie A Zeithaml. The measure which using to get the service satisfaction in 15 items. The case that got was processing by correlation test Rank Spearman and Alpha Cronbach tih SPSS13 Program. Form the result of Expected service and Percieved Service validity item about 0,329 till 0,79. The result of realiability item Epected Service and Perceived Service is 0,83.

From the statistic processing get result 85 % konsumen was unsatisfy. 11% the consument was satisfy and 4% the consument was very satisfy.

The summary is almost the consument unsatisfy with the customer service PT DUKOMSEL Bandung from the five dimenstion Tangible, Reliability, Assurance, responsiveness, dan Emphaty.

The study suggest from the researcher for customer service PT DUKOMSEL Bandung to improve the quality service in side of quick service. Other way was needed, doing customer satisfaction training dan training on the job about how to give the right needed service for consument.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan.....	7
1.3.1. Maksud Penelitian.....	7
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
1.6 Asumsi.....	20

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Jasa.....	21
2.1.1. Definisi.....	21
2.1.2. Kualitas Jasa.....	22
2.1.3. Model Kualitas Jasa.....	27
2.1.4. Dimensi Kualitas Jasa.....	28
2.2. Kepuasan Konsumen	30
2.2.1 Definisi.....	30
2.2.2. Tingkat Kepuasan Konsumen.....	31
2.2.3. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	32

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	35
Bagan Rancangan Penelitian.....	35
3.2. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	36
3.2.1. Definisi Konseptual.....	36
3.2.2. Definisi Operasional.....	36
3.3. Alat Ukur Penelitian.....	37
3.3.1. Alat Ukur Kepuasan Konsumen.....	38
3.3.2. Data Penunjang.....	40
3.4. Validitas dan Reliabilitas alat ukur.....	40
3.4.1. Validitas Alat Ukur.....	40
3.4.2. Reliabilitas Alat Ukur.....	42

3.5. Populasi Sasaran dan Teknik Sampling.....	43
3.5.1. Karakteristik Populasi.....	43
3.5.2. Teknik Sampling.....	44
3.6. Teknik Analisis Data.....	46
 BAB IV PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Responden.....	48
4.2. Hasil Survei.....	49
4.2.1. Tingkat Kepuasan Konsumen.....	49
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	57
5.2. Saran.....	57
5.2.1 Saran Teoritis.....	58
5.2.2 Saran Praktis.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
DAFTAR RUJUKAN	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Alat Ukur
- Lampiran II : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur
- Lampiran III : Data Expected Service dan Percieved Service
- Lampiran IV : Tingkat Kepuasan Konsumen
Lampiran 4.1. Tingkat Kepuasan Konsumen Secara Umum
- Lampiran V : Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Tiap Dimensi
- Lampiran VI : Tingkat Kepuasan Konsumen Dengan Data Penunjang
- Lampiran VII : Tabulasi Silang Data Penunjang Dengan Setiap
Dimensi
- Lampiran VIII : Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan Konsumen Dengan Setiap
Dimensi