

## ABSTRAK

Purwa Caraka Music Studio adalah suatu usaha yang bergerak dalam bidang kursus musik yang terdiri dari kursus vokal, piano, keyboard, gitar, drum dan biola. Didirikan pertama kali di Bandung pada tahun 1988 di Jalan Mangga No.12. Pada tahun 2005 ini telah berkembang menjadi 32 buah cabang tersebar di pulau Jawa dan Sumatera. Kursus vokal merupakan jenis kursus yang mempunyai jumlah murid terbanyak dan memberikan pendapatan terbesar bagi Purwa Caraka Music Studio dibandingkan dengan jenis kursus lainnya. Namun pada akhir-akhir ini, menurut pihak Purwa Caraka Music Studio telah terjadi penurunan jumlah peserta kursus vokal yang cukup mengkhawatirkan. Hal ini dikarenakan peserta kursus pindah ke tempat kursus lain (Elfa Music Studio). Oleh karena itu penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti di Purwa Caraka Music Studio (PCMS) sebagai berikut : bagaimanakah harapan peserta kursus vokal PCMS dan persepsi mereka atas layanan PCMS, bagaimanakah kesenjangan antara harapan peserta kursus vokal dan persepsi manajemen PCMS mengenai harapan peserta kursus vokal PCMS, bagaimanakah kesenjangan persepsi manajemen tentang harapan peserta kursus vokal dengan spesifikasi kualitas jasa yang dikembangkan di PCMS, bagaimanakah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa yang dilakukan oleh karyawan PCMS, bagaimanakah kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal yang dilakukan PCMS, saran apa saja yang dapat diberikan pada PCMS untuk dapat meningkatkan pelayanan pada peserta kursus vokal

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada peserta kursus vokal, karyawan administrasi dan pengajar vokal, manajemen PCMS. Jumlah sampel yang diambil dari peserta kursus vokal sebanyak 112 responden dengan metode *simple random sampling*, untuk manajer berjumlah 4 orang, untuk karyawan administrasi dan pengajar vokal berjumlah 18 orang dengan menggunakan metode *sampling jenuh*.

Analisis dilakukan dengan pendekatan dimensi kualitas pelayanan dengan metode *Servqual*. Metode *Servqual* digunakan untuk mengukur kepuasan peserta kursus vokal PCMS terhadap layanan yang diberikan oleh PCMS. Hasil dari lima dimensi pelayanan yang digunakan diperoleh nilai *Servqual* untuk Bukti Langsung -0.3776, Keandalan 0.4330, Empati -0.3125, Jaminan -0.4196, Daya Tanggap -0.2857. Sedangkan nilai rata-rata Total *Servqual* (TSQ) adalah -1.8284. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peserta kursus vokal tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PCMS. Gap 1, manajer tidak mengetahui dengan jelas harapan konsumen. Gap 2, manajer belum membuat seluruh standarisasi secara tertulis, masih ada yang lisan. Gap 3, karyawan PCMS sebagian besar dapat memenuhi standar yang ditetapkan PCMS. Gap 4, janji yang ditawarkan PCMS kepada konsumen sebagian besar dapat dipenuhi oleh karyawan.

Agar kualitas pelayanan PCMS dapat ditingkatkan maka penulis mengusulkan agar pihak manajemen memperbaiki dan membuat seluruh standarisasi perusahaan secara tertulis dengan memperhatikan harapan konsumen.



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-1
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-2
1.4 Perumusan Masalah.....	1-2
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-2
1.6 Sistematika Penelitian.....	1-3
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian dan Klasifikasi Produk.....	2-1
2.2 Pengertian, Karakteristik, Klasifikasi Jasa.....	2-2
2.2.1 Pengertian Jasa.....	2-2
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	2-3
2.2.3 Klasifikasi Jasa.....	2-5
2.3 Paket Jasa.....	2-6
2.4 Kualitas Jasa.....	2-6
2.4.1 Definisi Kualitas Jasa.....	2-6
2.4.2 Model Konseptual Kualitas Jasa.....	2-7
2.4.3 Dimensi Kualitas Jasa.....	2-8
2.4.4 Model Kualitas Jasa (Gap Model).....	2-10

2.5 Jenis Penelitian.....	2-12
2.6 Metoda Pengumpulan Data.....	2-12
2.6.1 Wawancara.....	2-15
2.6.2 Kuesioner.....	2-15
2.6.3 Observasi.....	2-16
2.7 Pengukuran dan Sampling.....	2-17
2.7.1 Teknik Sampling.....	2-17
2.7.2 Skala Pengukuran.....	2-19
2.7.3 Skala Likert.....	2-20
2.8 Pengujian Statistik Alat Ukur.....	2-21
2.8.1 Uji Validitas.....	2-21
2.8.2 Uji Reliabilitas.....	2-23
2.9 Pengenalan Program SPSS.....	2-24
2.10 Pengukuran Kualitas Jasa.....	2-24

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Langkah-langkah Penelitian.....	3-4
3.2 Studi Awal.....	3-4
3.2.1. Wawancara.....	3-4
3.2.2 Studi Literatur.....	3-4
3.3 Penentuan Perumusan Masalah Penelitian.....	3-4
3.4 Penentuan Tujuan Penelitian.....	3-5
3.5 Pengumpulan Data ‘Suara Vokal’.....	3-5
3.6 Pengelompokan Variabel Penelitian.....	3-7
3.7 Metode Penelitian.....	3-8
3.7.1 Gap 5 (Kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen).....	3-9
3.7.2. Gap 1 (Kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen mengenai harapan konsumen).....	3-12
3.7.3 Gap 2 (Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa).....	3-13

3.7.4	Gap 3 (kesenjangan spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa).....	3-15
3.7.5	Gap 4 (Kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal kepada konsumen).....	3-16
3.8	Kuesioner.....	3-18
3.8.1	Sumber Data.....	3-18
3.8.2	Penyusunan Kuesioner.....	3-18
3.9	Uji Validitas Konstruk.....	3-19
3.10	Teknik Pengumpulan Data.....	3-19
3.10.1	Penentuan Ukuran Sampel.....	3-19
3.11	Pengumpulan Data Awal.....	3-20
3.11.1	Pemeriksaan Kuesioner Awal.....	3-20
3.11.2	Uji Validitas.....	3-20
3.11.3	Uji Reliabilitas.....	3-21
3.12	Pengumpulan data Lanjutan.....	3-22
3.12.1	Pemeriksaan Kuesioner Lanjutan.....	3-22
3.13	Pengolahan Data.....	3-22
3.13.1	Pengukuran Kualitas Jasa.....	3-22
3.13.2	Uji Ketidakpuasan.....	3-23
3.14	Interpretasi dan Analisis Hasil.....	3-26
3.15	Kesimpulan dan Saran.....	3-27

#### **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.2	Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan.....	4-1
4.2.1	Struktur Organisasi.....	4-1
4.2.2	Deskripsi Jabatan.....	4-1
4.3	Data Mentah Kuesioner.....	4-3

#### **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

5.1	Pengolahan Dan Analisis Validitas Instrumen.....	5-1
-----	--	-----

5.1.1 Pengolahan Validitas Instrumen.....	5-1
5.1.2 Analisis Validitas Instrumen.....	5-4
5.2 Pengolahan dan Analisis Reliabilitas Instrumen.....	5-5
5.2.1 Pengolahan Relibilitas Instrumen.....	5-5
5.2.2. Analisis Uji Reliabilitas.....	5-7
5.3 Pengolahan Dan Analisis Data Gap 5.....	5-8
5.3.1 Pengolahan Data Gap 5 Dengan Metode Servqual.....	5-8
5.3.2 Analisis Gap 5 dengan Metode Servqual.....	5-8
5.3.3. Pengolahan Data Gap 5 dengan Pengujian Hipotesis.....	5-10
5.3.4 Analisis Gap 5 dengan Pengujian Hipotesis.....	5-12
5.3.5 Analisis Hubungan metode Servqual dengan Pengujian Hipotesis Pada Gap 5.....	5-13
5.4 Pengolahan dan Analisis Gap 1.....	5-15
5.4.1 Pengolahan Gap 1.....	5-15
5.4.2. Analisis Gap 1.....	5-17
5.4.3 Analisis Uji t Gap 1.....	5-17
5.4.4 Analisis Penyebab Gap 1.....	5-18
5.5 Pengolahan dan Analisis Gap 2.....	5-19
5.5.1 Pengolahan Data Gap 2.....	5-19
5.5.2 Analisis Penyebab Gap 2.....	5-21
5.6 Pengolahan dan Analisis Gap 3.....	5-22
5.6.1 Pengolahan Data Gap 3.....	5-22
5.6.2 Pengolahan Data Gap 3 Dengan Uji t.....	5-25
5.6.3 Analisis Penyebab Gap 3.....	5-28
5.7 Pengolahan dan Analisis Gap 4.....	5-29
5.7.1 Pengolahan Gap 4.....	5-29
5.7.2 Pengolahan Gap 4 Dengan Uji t.....	5-32
5.7.3 Analisis Penyebab Gap 4.....	5-35
5.8 Analisis Hasil Penelitian Secara Umum.....	5-38

## **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2.Saran.....	6-3
6.2.1 Saran bagi Perusahaan.....	6-3
6.2.2 Saran bagi Penelitian.....	6-3

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**KOMENTAR NARA SUMBER**

**DATA PENULIS**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2-1	Hubungan antara Dimensi Servqual dan Sepuluh Dimensi Sebenarnya	2-10
3-1	Hasil Wawancara	3-6
3-2	Dimensi Servqual	3-7
3-3	Pengelompokan Variabel Penelitian	3-7
3-4	Skala penilaian harapan pelanggan	3-11
3-5	Skala penilaian persepsi pelanggan	3-11
3-6	Pernyataan Kuesioner	3-11
3-7	Skala penilaian Persepsi Manajemen PCMS	3-13
3-8	Skala Penilaian Performansi Standar Perusahaan	3-14
3-9	Skala Penilaian Persepsi Manajemen PCMS	3-14
3-10	Skala Penilaian Performansi Standar Perusahaan	3-15
3-11	Skala Penilaian Hasil Kerja Karyawan PCMS	3-16
3-12	Skala Penilaian Konsumen terhadap Standarisasi Perusahaan	3-16
3-13	Skala Penilaian Hasil Kerja Karyawan PCMS	3-17
3-14	Skala Penilaian Karyawan PCMS terhadap Janji Perusahaan	3-17
3-15	Skala Penilaian Konsumen terhadap Janji Perusahaan	3-18
4-1	Data Mentah Harapan Konsumen	4-2
4-2	Data Mentah Persepsi Konsumen	4-6
4-3	Data Mentah Penilaian Konsumen Terhadap Standarisasi Perusahaan	4-9
4-4	Data Mentah Penilaian Konsumen Terhadap Janji Perusahaan	4-11
4-5	Data Mentah Penilaian Manajemen Terhadap Harapan Konsumen	4-14
4-6	Data Mentah Penilaian Manajemen Terhadap Standarisasi Perusahaan	4-14



4-7	Data Mentah Penilaian Karyawan Terhadap Standarisasi PCMS	4-15
4-8	Data Mentah Penilaian Karyawan Terhadap Janji PCMS	4-15
5-1	Hasil Perhitungan Validitas Eksternal Instrumen (Uji Coba)	5-2
5-2	Hasil Perhitungan Validitas Eksternal Instrumen	5-3
5-3	Hasil Perhitungan Rata-rata Servqual	5-8
5-4	Perhitungan Gap 5 (Uji z) Dimensi	5-11
5-5	Perhitungan Gap 5 (Uji z) Item	5-11
5-6	Perhitungan Gap 1 (uji t) Dimensi	5-16
5-7	Perhitungan Gap 1 (uji t) Item	5-16
5-8	Penyebab Gap 1	5-18
5-9	Hasil Perhitungan Gap2	5-20
5-10	Penyebab Gap 2	5-21
5-11	Hasil Pengukuran Gap 3 (Karyawan)	5-22
5-12	Hasil Pengukuran Gap3 (Konsumen)	5-24
5-13	Perhitungan Gap 3 (uji t) Item	5-25
5-14	Penyebab Gap 3	5-28
5-15	Hasil Pengukuran Gap 4 (karyawan)	5-30
5-16	Hasil Pengukuran Gap 4 (konsumen)	5-31
5-17	Pengolahan Gap 4 (Uji t) Item	5-32
5-18	Penyebab Gap 4	5-35
5-19	Keterkaitan Gap 1 hingga Gap 5	5-39

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2-1	Model Kualitas Jasa	2-13
2-2	Model GAP yang Disempurnakan	2-14
3-1	Skema Metodologi Penelitian	3-1
3-1	Skema Pengumpulan Data	3-10
4-1	Struktur Organisasi PCMS	4-1
5-1	Diagram Batang Gap 5	5-9
5-2	Analisis Keterkaitan Gap 1 sampai 5	5-37

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul
1	Kuesioner Konsumen
2	Kuesioner Manajemen
3	Kuesioner Karyawan
4	Perhitungan Servqual
5	Validasi Konstruk
6	Tabel Jumlah Sampel, Tabel z, Tabelt, tabel r Product Moment
7	Komentar nara sumber