

ABSTRAK

PT Comtronics Systems merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ISP (Internet Service Provider). Masalah yang dihadapi oleh PT Comtronics Systems pada saat ini ialah bahwa ancaman beralihnya pelanggan ke ISP lain sebagai akibat persaingan. Pesaing terberat ialah Speedy yang menawarkan akses internet dengan biaya yang sangat murah. Untuk mempertahankan pelanggan maka penelitian ini dilakukan dengan metoda Servqual. Pengolahan data dilakukan menggunakan Gap 5, Gap 4, Gap 3, Gap 2, Gap 1 dan IPA. Metode sampling yang digunakan ialah metode sampling jenuh dengan jumlah populasi 45 *contact person* pelanggan, 1 orang kepala teknisi, dan 5 orang karyawan teknisi.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa ketidakpuasan dirasakan pelanggan di sebagian besar variabel yang menjadi harapan mereka. Ketidakpuasan itu disebabkan (1) Kesenjangan persepsi manajemen tentang harapan pelanggan dengan harapan pelanggan, (2) Kesenjangan persepsi manajemen tentang harapan pelanggan dengan standar kualitas pelayanan, (3) Kesenjangan standar kualitas yang ditetapkan dengan kinerja karyawan, serta (4) Kesenjangan kinerja karyawan dengan janji yang dikemukakan saat promosi. Kesenjangan-kesenjangan diatas disebabkan: (1) Ketidakteraturan PT Comtronics Systems untuk mengumpulkan informasi pelanggan, (2) Ketidakteraturan PT Comtronics Systems mengumpulkan informasi mengenai harapan pelanggan; (3) Ketiadaan Komitmen Manajemen untuk kualitas Pelayanan; (4) Belum ada program internal untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan, (5) PT Comtronics Systems belum memiliki SOP formal untuk menetapkan sasaran kualitas pelayanan bagi karyawan; (6) Karyawan merasa kurang menguasai masalah serta kurang mampu mengendalikan diri jika terdapat banyak pelanggan yang minta dilayani pada saat yang bersamaan; (7) Karyawan merasa orang yang menyusun iklan tidak berkonsultasi tentang kemungkinan realisasi dari janji yang dibuat selama promosi; serta (8) Teknisi sering tidak mengetahui janji-janji yang dibuat sales saat mencari pelanggan. Saran utama untuk mengatasi ketidakpuasan penulis mengemukakan usulan untuk mensurvei teknologi transmisi internet, mendefinisikan ulang profil pelanggan yang seharusnya mereka layani, meminta pada pemasok untuk lebih akurat dalam memberikan Informasi, memberikan kejelasan peran teknisi PT Comtronics Systems di kontrak kerja sama dengan pelanggan, mensurvei ulang harapan-harapan pelanggan melalui para salesnya, penetapan rambu bagi para sales mengenai hal-hal yang boleh atau tidak boleh mereka janjikan pada calon pelanggan saat mengejar target penjualan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Internet Service Provider.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
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 Sasaran Penelitian.....	1-2
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	2-1
2.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	2-2
2.2.1 Metode Servqual	2-2
2.2.2 Metode Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	2-2
2.2.3 Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	2-4
2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	2-9
2.4 Penyebab Ketidakpuasan.....	2-11
2.5 Metode Penelitian	2-14
2.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	2-14
2.5.2 Populasi Dan Sampel.....	2-15
2.5.3 Penentuan Ukuran Sampel.....	2-16
2.5.4 Teknik Sampling.....	2-16
2.5.5 Penyusunan Instrumen.....	2-19

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
2.5.5.1 Skala Pengukuran.....	2-20
2.5.5.2 Validitas Instrumen Penelitian.....	2-22
2.5.5.3 Pengujian Reliabilitas.....	2-24
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Penentuan Populasi dan Sampel.....	3-4
3.1.1 Definisi Populasi.....	3-4
3.1.2 Penentuan Jumlah Sampel.....	3-4
3.1.3 Penentuan Teknik Sampling.....	3-4
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-4
3.3 Penyusunan Instrumen.....	3-5
3.4 Validasi Konstruk.....	3-7
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	3-7
3.6 Pengumpulan Data Lanjutan.....	3-8
3.7 Pengolahan Data.....	3-8
3.7.1 Perhitungan <i>Servqual</i>	3-8
3.7.2 Uji Kesenjangan Harapan vs Persepsi (Gap 5).....	3-8
3.7.3 Pengukuran Gap 1.....	3-10
3.7.4 Pengukuran Gap 2, Gap 3, dan Gap 4.....	3-10
3.7.5 Pengolahan Data Penyebab Gap 1, Gap 2, Gap 3, dan Gap 4....	3-11
3.7.6 <i>Importance Performance Analysis</i>	3-11
3.8 Analisis.....	3-12
3.9 Pengembangan Usulan.....	3-12
3.10 Penulisan Skripsi.....	3-13
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4-1

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
4.2 Pengumpulan Data.....	4-3
4.2.1 Variabel Harapan Pelanggan.....	4-3
4.2.2 Pengumpulan Data Penelitian.....	4-4
4.2.2.1 Pengumpulan Data Harapan Pelanggan.....	4-4
4.2.2.2 Pengumpulan Data Isian Kuesioner Oleh Pelanggan.....	4-4
4.2.2.3 Pengumpulan Data Isian Kuesioner Manager Dan Teknisi.....	4-5
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Analisis Harapan Pelanggan.....	5-1
5.1.1 Pengumpulan Data Variabel Harapan Pelanggan.....	5-1
5.1.2 Variabel Harapan Pelanggan Setelah Validasi Konstruk.....	5-1
5.1.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	5-2
5.1.3.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	5-2
5.1.3.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	5-2
5.2 Pengolahan Data.....	5-4
5.2.1 Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode Servqual.....	5-4
5.2.2 Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-5
5.2.3 Pengolahan Data Gap 1.....	5-7
5.2.4 Pengolahan Penyebab Gap 1.....	5-9
5.2.5 Pengolahan Data Gap 2.....	5-10
5.2.6 Pengolahan Data Penyebab Gap 2.....	5-11
5.2.7 Pengolahan Data Gap 3.....	5-13
5.2.8 Pengolahan Data Penyebab Gap 3.....	5-15
5.2.9 Pengolahan Data Gap 4.....	5-15
5.2.10 Pengolahan Data Penyebab Gap 4.....	5-18

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
5.2.11 Pengolahan <i>Importance Performance Analysis</i>	5-21
5.3 Analisis	5-22
5.3.1 Analisis Kualitas Pelayanan.....	5-22
5.3.2 Analisis Penyebab Ketidakpuasan.....	5-25
5.3.3 Analisis Penyebab Kesenjangan Pelayanan.....	5-28
5.3.4 Analisis Penetapan Prioritas Peningkatan Pelayanan.....	5-29
5.4 Pengembangan Usulan	5-30
5.4.1 Usulan Untuk Menekan Ketidakpuasan Pelanggan.....	5-30
5.4.1.1 Usulan Untuk Meningkatkan Pelayanan Kestabilan Akses Internet.....	5-30
5.4.1.2 Usulan Peningkatan Akurasi Jika Ada Masalah.....	5-31
5.4.1.3 Usulan Untuk Meningkatkan Keterjangkauan Tarif Internet.....	5-32
5.4.1.4 Usulan Peningkatan Keramahn Teknisi Memberi Informasi.....	5-33
5.4.1.5 Usulan Untuk Meningkatkan Kecepatan Akses Internet....	5-34
5.4.1.6 Usulan Peningkatan kecepatan Teknisi Dalam Menangani Masalah.....	5-35
5.4.1.7 Usulan Pelatihan Pemecahan Masalah Bagi Karyawan Pelanggan.....	5-36
5.4.1.8 Usulan Peningkatan Kejelasan Teknisi Dalam Memberi Informasi.....	5-36
5.4.1.9 Usulan Ganti Rugi Jika Terjadi <i>Disconnected</i> Yang Cukup lama.....	5-37

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
5.4.1.10 Usulan Untuk Meningkatkan Keterjangkauan Biaya Instalasi.....	5-38
5.4.2 Usulan Untuk Menekan Kesenjangan Pelayanan.....	5-39
5.4.2.1 Usulan untuk Menekan Gap 1.....	5-39
5.4.2.2 Usulan untuk Menekan Gap 2.....	5-39
5.4.2.3 Usulan untuk Menekan Gap 3.....	5-40
5.4.2.4 Usulan untuk Menekan Gap 4.....	5-41
 BAB 6 PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-2
6.2.1 Saran Peningkatan Kepuasan Pelanggan.....	6-2
6.2.2 Saran penelitian Lebih Lanjut.....	6-4
DAFTAR PUSTAKA	xvi
LAMPIRAN.....	xvii
KOMENTAR DOSEN PENGUJI.....	xviii

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Halaman
2.1	Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%	2-17
4.1	variabel-variabel Harapan Pelanggan	4-3
4.2	Variabel-variabel Setelah Validitas Konstruk	4-4
5.1	Perhitungan Validitas Instrumen	5-1
5.2	Hasil Pengolahan Data Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-7
5.3	Hasil Pengujian Hipotesis untuk Setiap Item Pada Gap 1	5-9
5.4	Pengolahan Data Penyebab Gap 1	5-10
5.5	Pengolahan Data Gap 2 untuk Setiap Item	5-11
5.6	Pengolahan Data Penyebab Gap 2	5-12
5.7	Pengolahan Data Gap 3 untuk Setiap Item	5-14
5.8	Pengolahan Data Penyebab Gap 3	5-16
5.9	Pengolahan Data Gap 4	5-19
5.10	Pengolahan Data Penyebab Gap 4	5-20
5.11	Tabel Rata-rata <i>Importance</i> dan <i>Performance</i>	5-21
5.12	Rangkuman Pengolahan Data Gap 5, Gap 4, Gap 3, Gap 2, Gap 1 Untuk Variabel di Kuadran <i>Underact</i> Dan <i>Maintain</i>	5-26

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Halaman
2.1	Analisis Kuadran	2-9
2.2	Model Kualitas Jasa	2-12
2.3	Teknik Sampling	2-18
3.1	Diagram Alir Metodologi Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi PT Comtronics Sytems	4-2
5.1	<i>Servqual Score Gap 5</i>	5-5

DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul	Halaman
1.1	Instrumen Penelitian Pravalidasi Konstruk	4
1.2	Komentar Narasumber Validasi Konstruk	6
1.3	Instrumen Gap 5	10
1.4	Instrumen Gap 1	12
1.5	Instrumen Gap 2	14
1.6	Instrumen Penyebab Gap 1 dan Gap 2	16
1.7	Instrumen Gap 3	18
1.8	Instrumen Gap 4	20
1.9	Instrumen Penyebab Gap 3 dan Gap 4	22
2.1	Data Isian Responden Untuk Tingkat Persepsi	26
2.2	Data Isian Responden Untuk Tingkat Harapan	28
2.3	Data Isian Responden Untuk Gap 1	30
2.4	Data Isian Responden Untuk Gap 2	32
2.5	Data Isian Responden Untuk Penyebab Gap 1,2	34
2.6	Data Isian Responden Untuk Gap 3	36
2.7	Data Isian Responden Untuk Gap 4	38
2.8	Data Isian Responden Untuk Penyebab Gap 3,4	40
3.1	Pengolahan Data Validitas Persepsi Pelanggan	44
3.2	Pengolahan Data Validitas Harapan Pelanggan	48
3.3	Pengolahan Data Uji Hipotesis	52
4.1	Tabel Rumus Uji Hipotesis	60
4.2	Tabel Kurva Normal	62
4.3	Komentar Seminar Proposal	64
4.4	Komentar Seminar Isi	70
4.5	Data Penulis	74