

ABSTRAK

Penelitian untuk penyusunan skripsi ini berlokasi di PT Bayu Buana Tbk cabang Bogor yang bertempat di Jalan Siliwangi no 23A, Bogor. Saat ini permasalahan yang dihadapi adalah travel kurang mampu bersaing dengan travel sejenis. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui kinerja perusahaan saat ini, hal-hal yang menyebabkan rendahnya tingkat kepuasan konsumen dan juga memberi usulan perbaikan kinerja perusahaan. Penelitian ini dibatasi pada jasa pemesanan tiket dan pemesanan hotel.

Penelitian ini menggunakan Teori Servqual untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen saat ini dan juga untuk mencari penyebab ketidakpuasan, uji hipotesis yang memiliki tujuan untuk mengetahui adanya kesenjangan yang nyata atau tidak, serta teori *Importance Performance Analysis* untuk menentukan skala prioritas yang harus diperbaiki lebih dahulu.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen PT Bayu Buana yang menggunakan jasa pemesanan tiket dan hotel. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling* sistematis *random start* untuk pemesanan langsung dan *sampling purposive* untuk pemesanan dengan telepon dengan sampel 110 untuk masing – masing populasi.

Hasil dari pengolahan data didapat bahwa terdapat kesenjangan/ gap antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen dengan nilai total *Servqual* untuk jasa pemesanan tiket sebesar -0.740 dan untuk jasa pemesanan hotel sebesar -0.695. Selain itu terdapat kesenjangan untuk persepsi manajemen terhadap harapan konsumen, standar yang berlaku, konsistensi kinerja karyawan dan pemenuhan janji. Penyebab dari kesenjangan yang terjadi adalah kurangnya orientasi riset pasar, kurangnya standar dari perusahaan untuk kinerja karyawannya, kurangnya komunikasi karyawan dengan pihak manajemen dan periklanan.

Usulan yang diberikan untuk pihak manajemen adalah aktif mencari informasi mengenai harapan pelanggan. Untuk meminimasi Gap 2 maka diusulkan untuk membuat prosedur pelayanan konsumen yang baku/ formal dan membuat perangkat penilaian kinerja. Untuk meminimasi Gap 3 maka diusulkan untuk membuat standar kerja yang baku, memberikan wewenang kepada karyawan untuk melakukan pelayanan kepada konsumen, sistem seleksi dan pengawasan kinerja karyawan dan sistem penghargaan kepada karyawan yang bekerja lebih baik . Untuk meminimasi Gap 4 maka diusulkan pihak manajemen cabang untuk aktif mencari tahu informasi pembuatan iklan dari pusat dan membicarakan kepada karyawan mengenai kemungkinan realisasi iklan yang dibuat tersebut.

Kata Kunci : Peningkatan Kualitas Pelayanan, Metoda Servqual

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
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 – 3
1.5. Tujuan Penelitian... ..	1 – 3
1.6. Sistematika Penelitian	1 – 3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Jasa	2 – 1
2.1.1. Konsep dan Pengertian Jasa	2 – 1
2.1.2. Klasifikasi Jasa	2 – 2
2.1.3. Karakteristik Jasa	2 – 4
2.2. Kualitas Jasa	2 – 4
2.2.1. Pengertian Kualitas	2 – 4
2.2.2. Produktifitas, Kualitas, dan Profitabilitas	2 – 5
2.2.3. Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa	2 – 5
2.2.4. Konsep Kualitas Jasa	2 – 6
2.2.5. Definisi Kualitas Jasa	2 – 6
2.2.6 Dimensi Kualitas Jasa	2 – 8
2.2.6. Model Kualitas Jasa	2 – 9
2.2.7. Pengukuran Kualitas Jasa	2 – 14
2.2.8.1. Pengukuran Gap 5	2 – 15

DAFTAR ISI (Lanjutan)

	Halaman
2.2.8.2. Pengukuran Gap 1	2 – 18
2.2.8.3. Pengukuran Gap 2	2 – 18
2.2.8.4. Pengukuran Gap 3	2 – 18
2.2.8.5. Pengukuran Gap 4	2 – 19
2.3. Pengertian Kepuasan Pelanggan	2 – 19
2.4. Teknik dan Metode Pengumpulan Data	2 – 20
2.4.1. Wawancara (Interview)	2 – 20
2.4.2. Kuesioner (Angket)	2 – 21
2.4.3. Observasi (Pengamatan)	2 – 22
2.5. Populasi dan Sampel	2 – 23
2.5.1. Populasi	2 – 23
2.5.2. Sampel	2 – 24
2.6. Teknik Sampling	2 – 24
2.7. Cara Menentukan Ukuran Sampel	2 – 26
2.8. Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	2 – 27
2.8.1. Macam-macam Skala Pengukuran	2 – 27
2.8.2. Tipe Skala Pengukuran	2 – 28
2.8.3. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2 – 29
2.8.4. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2 – 30
2.8.4.1. Pengujian Validitas Instrumen	2 – 31
2.8.4.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen	2 – 31
2.9 Uji Hipotesis	2 – 32
2.10 Pengenalan Program SPSS	2 – 34
2.11 Peta IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	2 – 34
 BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian	3 – 1
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	3 – 5
3.2.1 Populasi yang digunakan	3 – 5

DAFTAR ISI (Lanjutan)

	Halaman
3.2.1 Teknik Sampling yang digunakan	3 – 5
3.2.1 Jumlah sampel	3 – 5
3.3 Penyusunan Kuesioner	3 – 6
3.3.1 Penyusunan Kuesioner Awal Konsumen	3 – 6
3.3.2 Pernyataan Variabel Harapan Pelanggan.....	3 – 5
3.3.3 Pernyataan Penyebab Gap	3 – 8
3.3.3 Skala	3 – 11
3.4 Validasi Konstruk.....	3 – 11
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	3 – 13
3.6 Pengumpulan Data	3 – 14
3.6.1 Pengumpulan Data Gap 5	3 – 14
3.6.2 Pengumpulan Data Gap 1 -4	3 – 14
3.7 Pengolahan Data	3 – 15
3.7.1 Pengolahan Data dengan Teori Servqual	3 – 15
3.7.2 Pengolahan Data dengan Uji Hipotesis	3 – 17
3.7.3 Peta IPA (Importance Performance Analysis).....	3 – 18
3.8 Perhitungan Gap 1 sampai Gap 4	3 – 18
3.9 Perhitungan Penyebab Gap 1 sampai Gap 4	3 – 18
3.10 Analisis	3 – 19
3.11 Penutup	3 – 19
BAB 4. PENGUMPULAN DATA	
4.1. Data Objek Pengamatan	4 – 1
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	4 – 1
4.1.2. Struktur Organisasi	4 – 2
4.1.3. Deskripsi Pekerjaan	4 – 2
4.2. Pengumpulan Data Pendahuluan	4 – 3
4.3. Penyebaran Kuesioner Awal	4 – 4
4.4 Penyebaran Kuesioner Akhir	4 – 5
4.5 Kuesioner untuk Pihak Manajemen	4 – 6

DAFTAR ISI (Lanjutan)

	Halaman
4.6 Kuesioner untuk Karyawan	4 – 6
 BAB 5. PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1. Pengolahan Data	5 – 1
5.1.1. Pengujian Validitas Instrumen	5 – 1
5.1.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	5 – 1
5.1.3. Penyebaran Kuesioner	5 – 5
5.1.4. Pengolahan Data Gap 5	5 – 5
5.1.4.1 Pengolahan Data Gap 5 untuk kuesioner <i>ticketing</i> dengan Metoda Servqual	5 – 5
5.1.4.2 Pengolahan Data Gap 5 untuk item pernyataan	5 – 7
5.1.4.3 Pengolahan Data Gap 5 untuk kuesioner pemesanan hotel dengan Metoda Servqual.....	5 – 9
5.1.4.4 Pengolahan Data Gap 5 untuk item pernyataan	5 – 11
5.1.5 Pengolahan Data Gap 1	5 – 13
5.1.5.1 Pengolahan Data Gap 1 dengan Uji Hipotesis	5 – 13
5.1.5.2 Penyebab Gap 1	5 – 16
5.1.6 Pengolahan Data Gap 2	5 – 17
5.1.6.1 Penyebab Gap 2	5 – 18
5.1.7 Pengolahan Data Gap 3	5 – 19
5.1.7.1 Penyebab Gap 3	5 – 20
5.1.8 Pengolahan Data Gap 4	5 – 21
5.1.8.1 Penyebab Gap 4	5 – 22
5.1.9 Hubungan Keterkaitan Gap 5 (Kepuasan Konsumen) dengan Gap 1, Gap 2, Gap 3, dan Gap 4	5 – 23
5.2. Analisis	5 – 24
5.2.1. Analisis Pelayanan yang diberikan.....	5 – 24
5.2.2 Analisis Perbaikan Gap 5 berdasarkan IPA 4 kuadran	5 - 29
5.3. Usulan	5 – 31

DAFTAR ISI (Lanjutan)

Halaman

5.3.1 Usulan untuk menekan ketidakpuasan konsumen	5 – 31
5.3.1.1 Usulan peningkatan kualitas pelayanan pada kuadran 1 ...	5 – 31
5.3.1.2 Usulan peningkatan kualitas pelayanan pada kuadran 2 ...	5 – 35
5.3.2 Usulan untuk mengurangi Gap 1.....	5 – 40
5.3.2 Usulan untuk mengurangi Gap 2.....	5 – 42
5.3.3 Usulan untuk mengurangi Gap 3.....	5 – 43
5.3.4 Usulan untuk mengurangi Gap 4.....	5 – 46

BAB 6. PENUTUP

6.1. Kesimpulan	6 – 1
6.2. Saran	6 – 2
6.2.1 Saran untuk perusahaan	6 – 2
6.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya	6 – 3

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
5.1	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kuesioner Awal untuk Persepsi dan Harapan Konsumen Untuk Jasa Pemesanan Tiket	5 – 2
5.2	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kuesioner Awal untuk Persepsi dan Harapan Konsumen untuk Jasa Pemesanan Hotel	5 – 3
5.3	Hasil Perhitungan Rata-Rata Servqual Score Gap 5	5 – 6
5.4	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 5 untuk Item Pernyataan	5 – 7
5.5	Hasil Perhitungan Rata-Rata Servqual Score untuk Gap 5	5 – 9
5.6	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 5 untuk Item Pernyataan	5 – 11
5.7	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 1 untuk Item Pernyataan	5 – 15
5.8	Faktor Penyebab Gap 1	5 – 16
5.9	Hasil Perbandingan Persepsi Manajemen – Spesifikasi Kualitas Jasa untuk Dimensi Kualitas Jasa	5 – 17
5.10	Faktor Penyebab Gap 2	5 – 18
5.11	Konsistensi Pemenuhan Standar Mutu Kerja	5 – 19
5.12	Faktor Penyebab Gap 3	5 – 20
5.13	Hasil Konsistensi Pemenuhan Janji	5 – 21
5.14	Faktor Penyebab Gap 4	5 – 22
5.15	Hubungan Keterkaitan Gap 5 (Kepuasan Konsumen) dengan Gap 1, Gap 2, Gap 3, dan Gap 4	5 – 23
5.16	Tabel <i>Importance Performance Analysis</i>	5 – 29
5.17	Tabel Kuadran IPA	5 – 30

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
2.1	Model Konseptual Kualitas Jasa	2 – 12
2.2	Perluasan Model Gap Kualitas Jasa	2 – 13
2.3	Konsep Kepuasan Pelanggan	2 – 19
2.4	Importance Performance Analysis	2 – 35
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3 – 1
3.2	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan)	3 – 2
3.3	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan)	3 – 3
4.1	Struktur Organisasi PT Bayu Buana	
	Tour & Travel cabang Bogor	4 – 2
5.1	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Score untuk Gap 5	5 – 6
5.2	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Score untuk Gap 5	5 – 9
5.3	Analisis Model Konseptual Jasa	5 – 26
5.4	Analisis Perluasan Model Kualitas Jasa	5 – 27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Data Mentah Persepsi Konsumen 1	L1 – 1
1	Data Mentah Harapan Konsumen 1	L1 – 3
1	Tabel Perhitungan Servqual (tiket)	L1 – 5
1	Data Mentah Persepsi Konsumen 2	L1 – 7
1	Data Mentah Harapan Konsumen 2	L1 – 9
1	Tabel Perhitungan Servqual (hotel)	L1 – 11
1	Uji Validitas Kuesioner Konsumen (tiket)	L1 – 13
1	Uji Validitas Kuesioner Konsumen (hotel)	L1 – 14
1	Tabel Sistematis Random Start	L1 – 15
2	Kuesioner Pendahuluan	L2 – 1
2	Kuesioner Gap 5 (tiket)	L2 – 2
2	Kuesioner Gap 5 (hotel)	L2 – 5
2	Kuesioner Gap 1	L2 – 8
2	Kuesioner Gap 2	L2 – 10
2	Kuesioner Gap 3	L2 – 11
2	Kuesioner Gap 4	L2 – 12
2	Kuesioner Penyebab Gap 1&2	L2 – 13
2	Kuesioner Penyebab Gap 3&4	L2 – 14
3	Tanggapan Narasumber Seminar Proposal	
3	Validasi Konstruk	
3	Tanggapan Narasumber Seminar Isi	
4	Rumus Uji Hipotesis	
4	Wilayah Luas di Bawah Kurva Normal	