

ABSTRAK

Dalam dunia yang serba canggih dan praktis ini tidak jarang seseorang ingin mengabadikan dirinya untuk mendapatkan sebuah kesan yang mendalam terhadap dirinya, keluarga, teman maupun orang lain. Salah satu bentuk pelayanan yang dapat diberikan adalah pelayanan photo studio.

Jonas Photo adalah salah satu bidang usaha yang bergerak di bidang pelayanan. Pada kenyataannya dapat ditemui beberapa permasalahan pada photo studio ini diantaranya adalah karyawan kurang ahli dan jarang senyum. Selain itu juga fasilitas ruang tunggu yang kurang memadai. Oleh sebab itu dapat diketahui bahwa permasalahan yang terjadi pada pelayanan photo studio adalah mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Pengukuran kualitas pelayanan photo studio di Jonas Photo ini menggunakan metode SERVQUAL. Metode ini untuk mengukur dan mengetahui kesenjangan yang terjadi antara harapan dengan persepsi konsumen (Gap 5), harapan konsumen dengan persepsi manajemen (Gap 1), persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas jasa (Gap 2), spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa (Gap 3), dan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal (Gap 4), serta dilakukan pengujian hipotesis yang bertujuan mengetahui adanya perbedaan yang nyata atau tidak dari kesenjangan tersebut. Pengukuran kesenjangan ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada konsumen, pihak manajemen, *supervisor* dan karyawan Jonas Photo. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *simple random sampling*.

Berdasarkan pengolahan data dan analisis maka diperoleh *Total Servqual Quality* (TSQ) adalah -0,744 dan dengan masing-masing SQi dimensi kualitas jasa bernilai negatif. Hal ini berarti secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Jonas Photo kepada konsumen masih belum memenuhi harapan konsumen. Dengan demikian maka dicari penyebab-penyebab terjadinya kesenjangan yang terjadi pada Jonas Photo.

Setelah penyebab tersebut diketahui, diberikan usulan-usulan yang dapat mengurangi kesenjangan yang ada. Usulan-usulan tersebut diberikan kepada pihak manajemen, *supervisor* dan juga karyawan Jonas Photo diantaranya meningkatkan hubungan komunikasi antara atasan serta bawahan dengan mengadakan rapat dan juga melakukan penyuluhan pada karyawan sebelum mereka bekerja. Serta memberikan saran kepada pihak Jonas Photo untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap konsumen dengan cara perbaiki dan tambahkan sarana-sarana fasilitas fisik pada Jonas Photo agar dapat mendukung kenyamanan bagi konsumen, membuat deskripsi pekerjaan yang terstruktur dengan jelas sehingga pekerja dapat fokus dengan pekerjaan yang diberikan dan satukan misi yang jelas sehingga tujuan untuk memenuhi harapan konsumen dapat tercapai, tetapi perlu dipikirkan ulang apakah dengan banyaknya pelayanan yang diberikan akan menyebabkan kualitas pelayanan optimal.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1 – 1
1.2 Identifikasi Masalah	1 – 2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1 – 3
1.3.1 Pembatasan masalah	1 – 3
1.3.2 Asumsi	1 – 4
1.4 Perumusan Masalah	1 – 4
1.5 Tujuan Penelitian	1 – 5
1.6 Sistematika Penulisan	1 – 5
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 – 6
2.2.1 Pengertian Kualitas	2 – 6
2.2.2 Konsep Kualitas Jasa	2 – 7
2.2.3 Definisi Kualitas Jasa	2 – 7
2.2.4 Manfaat Kualitas Jasa	2 – 10
2.2.5 Dimensi Kualitas Jasa	2 – 10
2.2.6 Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa	2 – 11
2.2.7 Model Kualitas Jasa	2 – 12

2.2.8 Pengukuran Kualitas Jasa	2 – 16
2.2.8.1 Cara kerja SERVQUAL	2 – 17
2.2.8.2 Keunggulan metode SERVQUAL	2 – 19
2.2.8.3 Kelemahan metode SERVQUAL	2 – 19
2.2.9 Konsep Kepuasan Pelanggan	2 – 20
2.3 Teknik dan Metode Pengumpulan Data	2 – 21
2.3.1 Wawancara (Interview)	2 – 21
2.3.2 Kuesioner (Angket)	2 – 22
2.3.3 Observasi	2 – 23
2.4 Populasi dan Sampel	2 – 23
2.4.1 Populasi	2 – 23
2.4.2 Sampel	2 – 24
2.4.3 Teknik Sampling	2 – 26
2.5 Cara pembentukan kuesioner kepuasan pelanggan	2 – 30
2.5.1 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	2 – 31
2.5.1.1 Macam-macam Skala Pengukuran	2 – 31
2.5.1.2 Tipe Skala Pengukuran	2 – 31
2.5.2 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2 – 35
2.5.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2 – 35
2.5.3.1 Pengujian Validitas Instrumen	2 – 35
2.5.3.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2 – 36
2.6 Uji Hipotesis Menyangkut Dua Rataan	2 – 38
2.7 Aplikasi Dasar SPSS	3 – 39

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Studi Pendahuluan	3 – 3
3.2 Identifikasi Masalah	3 – 3
3.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	3 – 4
3.3.1 Pembatasan masalah	3 – 4
3.3.2 Asumsi	3 – 4
3.4 Studi Literature	3 – 5
3.5 Perumusan Masalah	3 – 5

3.6 Tujuan Penelitian	3 – 6
3.7 Pengumpulan Data Pendahuluan	3 – 6
3.8 Menetapkan variabel penelitian yang diukur	3 – 6
3.8.1 Gap 5	3 – 7
3.8.2 Gap 1	3 – 9
3.8.3 Gap 2	3 – 10
3.8.4 Gap 3	3 – 11
3.8.5 Gap 4	3 – 12
3.9 Penyusunan Kuesioner	3 – 13
3.9.1 Kuesioner untuk Konsumen	3 – 13
3.9.2 Kuesioner untuk Pihak Manajemen	3 – 14
3.9.3 Kuesioner Untuk Supervisor	3 – 15
3.9.4 Kuesioner untuk Karyawan	3 – 16
3.9.4.1 Kuesioner <i>Order Service, Fotografer, Asisten Fotografer dan Satpam</i>	3 – 16
3.9.4.2 Kuesioner untuk Kasir	3 – 17
3.10 Validitas Konstruksi	3 – 17
3.11 Menentukan teknik sampling	3 – 18
3.12 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Pendahulu.....	3 – 18
3.13 Pengujian Validitas	3 – 18
3.14 Menguji Reliabilitas Instrumen	3 – 19
3.15 Menentukan Jumlah Sampel	3 – 19
3.15.1 Konsumen	3 – 19
3.15.2 Pihak Manajemen	3 – 20
3.15.3 Supervisor	3 – 20
3.15.4 Karyawan	3 – 20
3.16 Penyebaran Dan Pengumpulan Kuesioner Lanjutan	3 – 20
3.17 Pemeriksaan Kuesioner Lanjutan	3 – 21
3.18 Pengolahan Data Dengan Menggunakan Metode SERVQUAL....	3 – 21
3.19 Pengolahan Data Dengan Menggunakan Uji Hipotesis	3 – 21
3.19.1 Pengujian Hipotesis untuk Gap 5	3 – 22

3.19.2 Pengujian Hipotesis untuk Gap 1	3 – 23
3.20 Analisis Hasil Pengolahan Data atau Uji Hipotesis	3 – 24
3.21 Kesimpulan Dan Saran	3 – 24

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 – 4
4.1.3 Deskripsi Pekerjaan	4 – 5
4.2 Pengumpulan Data Pendahuluan	4 – 12
4.3 Pengumpulan Data Penelitian	4 – 13
4.3.1 Pengumpulan Data Awal	4 – 13
4.3.1.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel	4 – 13
4.3.1.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 – 14
4.3.2 Pengumpulan Data Lanjutan	4 – 14
4.3.2.1 Kuesioner untuk Konsumen	4 – 14
4.3.2.1.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel	4 – 15
4.3.2.1.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 – 16
4.3.2.2 Kuesioner untuk Manajemen	4 – 16
4.3.2.2.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel	4 – 17
4.3.2.2.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 – 17
4.3.2.3 Kuesioner untuk Supervisor	4 – 17
4.3.2.3.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel	4 – 17
4.3.2.3.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 – 18
4.3.2.4 Kuesioner untuk Karyawan	4 – 18
4.3.2.4.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel	4 – 18
4.3.2.4.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 – 19

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengolahan Data Awal	5 – 1
5.1.1 Pengujian Validitas Instrumen	5 – 1
5.1.1.1 Pengujian Validitas Internal	5 – 1
5.1.1.2 Pengujian Validitas Eksternal	5 – 2

5.1.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	5 – 5
5.2 Pengukuran Kesenjangan Pelayanan dan Analisis Data.....	5 – 6
5.2.1 Pengolahan Data dan Analisis Gap 5	5 – 7
5.2.1.1 Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode SERVQUAL.....	5 – 7
5.2.1.2 Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode Pengujian Hipotesis	5 – 8
5.2.1.2.1 Uji Kesamaan Rata-Rata Dimensi Gap 5	5 – 9
5.2.1.2.2 Uji Kesamaan Rata-Rata Item Gap 5	5 – 10
5.2.1.3 Analisis Gap 5	5 – 14
5.2.2 Pengolahan Data dan Analisis Gap 1	5 – 25
5.2.2.1 Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode SERVQUAL	5 – 25
5.2.2.2 Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode Pengujian Hipotesis	5 – 27
5.2.2.2.1 Uji Kesamaan Rata-Rata Dimensi Gap 1	5 – 27
5.2.2.2.2 Uji Kesamaan Rata-Rata Item Gap 1	5 – 29
5.2.2.3 Analisis Gap 1	5 – 32
5.2.2.4 Analisis Penyebab Gap 1	5 – 36
5.2.3 Pengolahan Data dan Analisis Gap 2	5 – 38
5.2.3.1 Pengolahan Data Gap 2 per Dimensi	5 – 38
5.2.3.2 Pengolahan Data Gap 2 per Item	5 – 41
5.2.3.3 Analisis Gap 2	5 – 43
5.2.3.4 Analisis Penyebab Gap 2	5 – 47
5.2.4 Pengolahan Data dan Analisis Gap 3	5 – 50
5.2.4.1 Pengolahan Data Gap 3 per Dimensi	5 – 50
5.2.4.2 Pengolahan Data Gap 3 per Item	5 – 52
5.2.4.3 Analisis Gap 3	5 – 55
5.2.4.4 Analisis Penyebab Gap 3	5 – 58
5.2.5 Pengolahan Data dan Analisis Gap 4	5 – 61
5.2.5.1 Pengolahan Data Gap 4	5 – 62
5.2.5.2 Analisis Gap 4	5 – 63
5.2.5.3 Analisis Penyebab Gap 4	5 – 63

5.3	Usulan	5 – 64
5.3.1	Usulan untuk Pihak Manajemen	5 – 64
5.3.2	Usulan untuk Supervisor	5 – 71
5.3.3	Usulan untuk Karyawan	5 – 72

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6 – 1
6.2	Saran	6 – 2
6.2.1	Saran untuk Jonas Photo	6 – 3
6.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	6 – 3

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Variabel Penelitian Gap 5	3 – 7
3.2	Variabel Penyebab Gap 1 (Untuk Manajemen)	3 – 9
3.3	Variabel Penyebab Gap 2 (Untuk Manajemen)	3 – 10
3.4	Variabel Penyebab Gap 3 (Untuk Karyawan)	3 – 11
3.5	Variabel Penyebab Gap 4 (Untuk Karyawan)	3 – 12
5.1	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Persepsi Konsumen	5 – 2
5.2	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Harapan Konsumen	5 – 4
5.3	Hasil Perhitungan Rata-Rata Servqual Untuk Gap 5	5 – 8
5.4	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 5 (Dimensi)	5 – 9
5.5	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 5 (Item)	5 – 11
5.6	Hasil Perhitungan Rata-Rata Servqual Untuk Gap 1	5 – 25
5.7	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 1 (Dimensi)	5 – 27
5.8	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 1 (Item)	5 – 29
5.9	Hasil Skor Penyebab Gap 1	5 – 36
5.10	Hasil Perbandingan Persepsi Manajemen dengan Standar yang Ada (Dimensi)	5 – 39
5.11	Hasil Perhitungan Rata-Rata Untuk Gap 2	5 – 40
5.12	Hasil Perbandingan Persepsi Manajemen dengan Standar yang Ada (Item)	5 – 41
5.13	Hasil Skor Penyebab Gap 2	5 – 47
5.14	Hasil Perbandingan Standar yang Ada dengan Penyampaian Jasa Karyawan (Dimensi)	5 – 50
5.15	Hasil Perhitungan Rata-Rata Untuk Gap 3	5 – 51
5.16	Hasil Perbandingan Standar yang Ada dengan Penyampaian Jasa Karyawan (Item)	5 – 53

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.17	Hasil Skor Penyebab Gap 3	5 – 58
5.18	Hasil Perbandingan Penyampaian Jasa dengan Persepsi Konsumen	5 – 62
5.17	Hasil Skor Penyebab Gap 4	5 – 63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Konseptual Kualitas Jasa	2 – 15
2.2	Model Gap Kaulitas Jasa yang disempurnakan	2 – 16
2.3	Konsep Kepuasan Pelanggan	2 – 21
2.4	Teknik Sampling	2 – 27
3.1	Metodologi Penelitian	3 – 1
4.1	Struktur Organisasi Jonas Photo	4 – 4
5.1	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Gap 5	5 – 8
5.2	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Gap 1	5 – 26
5.3	Diagram Batang Harapan Konsumen & Persepsi Manajemen	5 – 26
5.4	Diagram Batang Persepsi Manajemen – Spesifikasi Standar yang ada (Dimensi)	5 – 40
5.5	Diagram Batang Persepsi Manajemen – Spesifikasi Standar yang ada (Item)	5 – 42
5.6	Diagram Batang Spesifikasi Standar yang ada – Penyampaian Jasa (Dimensi)	5 – 52
5.7	Diagram Batang Spesifikasi Standar yang ada – Penyampaian Jasa (Item)	5 – 54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	- Kuesioner Penelitian Untuk Konsumen	L1 – 1
2	- Kuesioner Penelitian Untuk Manajemen	L2 – 1
3	- Kuesioner Penelitian Untuk Supervisor	L3 – 1
4	- Kuesioner Penelitian Untuk Karyawan	L4 – 1
5	- Penggunaan Bilangan Random Untuk Pembagian Kuesioner Konsumen	L5 – 1
6	- Jawaban Kuesioner Awal Konsumen	L6 – 1
7	- Hasil Pengujian SPSS (Validitas dan Reliabilitas)	L7 – 1
8	- Jawaban Kuesioner Lanjutan Persepsi Konsumen - Jawaban Kuesioner Lanjutan Harapan Konsumen - Jawaban Kuesioner Lanjutan Bobot Kriteria Kepuasan Konsumen - Jawaban Kuesioner Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen - Jawaban Bobot Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Konsumen - Jawaban Kuesioner Perfomansi Standar Pelayanan - Jawaban Kuesioner Penilaian Manajemen dan Supervisor Terhadap Kinerja Karyawan dan fasilitas yang diberikan Jonas Photo - Jawaban Kuesioner Persepsi Manajemen terhadap Jonas Photo dan Operasinya - Jawaban Kuesioner Persepsi Karyawan terhadap Jonas Photo khususnya Photo Studio dan Operasinya	L8 – 10 L8 – 19 L8 – 22 L8 – 23 L8 – 24 L8 – 25 L8 – 26 L8 – 27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
	- Jawaban Kuesioner Penilaian Seberapa Besar Studio Photo dan Karyawan pada Pelayanan Jasa Photo Studio Memenuhi Janji untuk Memberikan Kualitas Pelayanan kepada Konsumen	L8 – 30
9	- Perhitungan Skor Servqual (Gap 5) - Perhitungan Servqual Untuk Gap 5 - Perhitungan Rata-rata Dimensi Persepsi Konsumen - Perhitungan Rata-rata Dimensi Harapan Konsumen	L9 – 1 L9 – 25 L9 – 40 L9 – 41
10	- Perhitungan Servqual untuk Harapan Konsumen - Perhitungan Servqual Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Konsumen - Perhitungan Rata-Rata Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen - Perhitungan Rata-rata Spesifikasi Kualitas Jasa - Perhitungan Rata-rata Penilaian Manajemen dan Supervisor Terhadap Kinerja Karyawan dan Fasilitas yang Diberikan Jonas Photo	L10 – 1 L10 – 16 L10 – 18 L10 – 20 L10 – 21
11	- Tabel Nilai – nilai r Product Moment - Tabel Luas Wilayah di Bawah Kurva Normal	L11 – 1 L11 – 2