

ABSTRAK

Seiring dengan pesatnya perkembangan usaha saat ini, maka permintaan konsumen untuk mengirimkan barang, baik untuk urusan bisnis maupun urusan pribadi juga semakin meningkat, yang berakibat pada semakin meningkatnya persaingan diantara perusahaan jasa kargo. Salah satu perusahaan jasa kargo yang mengalami persaingan tersebut diantaranya yaitu PT. Dakota Cargo. Oleh karena itu, untuk dapat bertahan dalam persaingan perusahaan jasa kargo yang semakin ketat, maka memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen sangatlah diperlukan untuk dapat mempertahankan atau bahkan menambah jumlah konsumen.

Namun, pelayanan yang diberikan oleh PT. Dakota Cargo belumlah memuaskan konsumen, apa yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen belum sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini dapat dilihat dari adanya keluhan – keluhan yang disampaikan oleh konsumen, yaitu barang yang dikirim hilang, barang diterima dalam keadaan rusak, dan ketidaktepatan waktu penerimaan barang seperti yang telah dijanjikan. Jika hal ini terus berlanjut, maka PT. Dakota Cargo akan mengalami penurunan jumlah konsumen yang dapat mengakibatkan kerugian pada PT. Dakota Cargo.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan perusahaan, apa yang diinginkan konsumen dan seberapa besar kepuasan konsumen terhadap jasa yang telah diberikan oleh PT. Dakota Cargo, maka dilakukan pengukuran kualitas pelayanan jasa dengan menggunakan Metode Servqual dan pengujian hipotesis. Dalam pengukuran ini diperlukan 94 kuesioner untuk konsumen, 2 kuesioner manajemen, dan 16 kuesioner karyawan. Dari hasil kuesioner, dilakukan pengolahan dengan Metode Servqual untuk mengetahui apakah terjadi kesenjangan – kesenjangan, baik antara perusahaan dan konsumen atau kesenjangan yang terjadi di internal perusahaan itu sendiri.

Dari hasil pengolahan gap 5, dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. Dakota Cargo belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, hal ini terlihat dimana kelima dimensi yang ada keseluruhannya bernilai negatif, dengan dimensi *reliability* memiliki nilai kesenjangan yang paling negatif yaitu -0,15, sedangkan nilai kesenjangan untuk dimensi *assurance*, *tangible*, *responsiveness*, dan *empathy* berturut – turut adalah -0,14; -0,13; -0,12; dan -0,12. Selain itu, kesenjangan juga terjadi pada gap lainnya karena standar yang telah disusun belum dilaksanakan sepenuhnya oleh pihak manajemen dan karyawan.

Oleh karena itu, untuk mengurangi keluhan – keluhan dan kesenjangan yang terjadi, maka saran yang dapat diberikan kepada PT. Dakota Cargo diantaranya yaitu membuat sistem pengaman pada kontainer, training pengepakan, membuat standar ganti rugi yang tepat, membuat standar tentang penyusunan barang pada kontainer, dan memeriksa mobil sebelum berangkat. Saran yang diberikan sebagai masukan bagi PT. Dakota Cargo agar dapat mengurangi keluhan yang terjadi dan dapat memperbaiki kualitas pelayanannya kepada konsumen.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah	1-2
1.4 Perumusan Masalah.....	1-3
1.5 Maksud dan Tujuan Pengamatan.....	1-3
1.6 Manfaat Penelitian.....	1-3
1.7 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Jasa.....	2-1
2.1.1 Pengertian Jasa	2-1
2.1.2 Klasifikasi Jasa.....	2-2
2.1.3 Karakteristik Jasa.....	2-6
2.2 Kualitas Jasa.....	2-8
2.2.1 Definisi Kualitas Jasa	2-8
2.2.2 Perspektif Terhadap Kualitas.....	2-11
2.2.3 Produktivitas, Kualitas dan Profitabilitas	2-12
2.2.4 Dimensi Kualitas Jasa.....	2-13
2.2.5 Prinsip – Prinsip Kualitas Jasa	2-15
2.2.6 Model Kualitas Jasa.....	2-16
2.2.7 Pengukuran Kualitas Jasa.....	2-19
2.2.8 Kepuasan Pelanggan	2-20

2.3	Skala Pengukuran	2-23
2.3.1	Macam – macam Skala Pengukuran.....	2-23
2.3.2	Tipe Skala Pengukuran.....	2-24
2.4	Populasi Dan Sampel.....	2-25
2.4.1	Populasi	2-25
2.4.2	Sampel	2-26
2.5	Teknik Sampling.....	2-26
2.5.1	Probability Sampling.....	2-26
2.5.2	Nonprobability Sampling.....	2-27
2.6	Validitas Dan Reliabilitas Instrumen.....	2-28
2.6.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-28
2.6.1.1	Pengujian Validitas Konstruksi.....	2-28
2.6.1.2	Pengujian Validitas Isi.....	2-29
2.6.1.3	Pengujian Validitas Eksternal.....	2-30
2.6.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-30
2.6.2.1	Test – Retest.....	2-30
2.6.2.2	Membuat Dua Instrumen Yang Ekuivalen.....	2-30
2.6.2.3	Gabungan	2-30
2.7	Metode Pengumpulan Data	2-31
2.7.1	Pengamatan (Observasi).....	2-31
2.7.2	Survei.....	2-32
2.7.3	Wawancara	2-32
2.7.4	Kuesioner (Angket)	2-34
2.7.5	Metode Dokumenter.....	2-34
2.8	Kargo	2-34
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Studi Pendahuluan	3-3
3.2	Identifikasi Masalah.....	3-5
3.3	Pembatasan Masalah.....	3-6
3.4	Perumusan Masalah.....	3-6
3.5	Tujuan dan Maksud Pengamatan.....	3-6

3.6	Identifikasi Variabel Penelitian	3-6
3.7	Penentuan Teknik Sampling.....	3-8
3.8	Penetapan Jumlah Sampel	3-8
3.9	Penyusunan Kuesioner Awal	3-9
3.9.1	Kuesioner Konsumen.....	3-10
3.9.2	Kuesioner Manajemen	3-11
3.9.3	Kuesioner Karyawan	3-12
3.10	Uji Validitas Konstruksi	3-14
3.11	Penyebaran Kuesioner Awal	3-14
3.12	Uji Validitas dan Reliabilitas	3-14
3.13	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Lanjutan.....	3-15
3.14	Pengolahan Data dan Analisis	3-15
3.15	Kesimpulan dan Saran	3-15
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		
4.1	Data Obyek Pengamatan.....	4-1
4.1.1	Sejarah Perusahaan	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi.....	4-2
4.1.3	Job Description	4-2
4.2	Pengumpulan Data Pendahuluan	4-5
4.3	Pengumpulan Data Penelitian	4-6
4.3.1	Pengumpulan Data Awal.....	4-6
4.3.2	Pengumpulan Data Lanjutan.....	4-7
4.3.2.1	Kuesioner Konsumen	4-7
4.3.2.2	Kuesioner Manajemen.....	4-8
4.3.2.3	Kuesioner Karyawan	4-8
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS		
5.1	Pengolahan Data Pendahuluan.....	5-1
5.1.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	5-1
5.1.1.1	Validitas Konstruksi	5-1
5.1.1.2	Validitas Eksternal	5-1
5.1.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	5-4

5.2	Pengolahan Gap 5.....	5-4
5.2.1	Pengolahan Gap 5 Dengan Metode Servqual	5-5
5.2.2	Pengolahan Gap 5 Dengan Menggunakan Uji Hipotesis Untuk Setiap Dimensi	5-6
5.2.3	Pengolahan Gap 5 Dengan Menggunakan Uji Hipotesis Untuk Setiap Item Pertanyaan.....	5-7
5.2.4	Analisis Pengolahan Data Gap 5 Dengan Menggunakan Metode Servqual	5-10
5.2.5	Peta IPA Gap 5 Dan Analisis.....	5-14
5.2.6	Prioritas Dalam Usulan Perbaikan Kualitas Jasa.....	5-19
5.3	Pengolahan Gap 1.....	5-20
5.3.1	Pengolahan Gap 1 Untuk Setiap Dimensi.....	5-20
5.3.2	Pengolahan Gap 1 Untuk Setiap Item Pertanyaan.....	5-21
5.3.3	Analisis Pengolahan Data Gap 1.....	5-22
5.4	Pengolahan Gap 2.....	5-25
5.4.1	Pengolahan Data Gap 2 Untuk Setiap Dimensi.....	5-25
5.4.2	Pengolahan Gap 2 Untuk Setiap Item Pertanyaan.....	5-27
5.4.3	Analisis Pengolahan Data Gap 2.....	5-28
5.5	Pengolahan Gap 3.....	5-29
5.5.1	Pengolahan Data Gap 3 Untuk Setiap Dimensi (Persepsi Manajemen dan Karyawan Terhadap Performansi Standar Yang Ada Di Perusahaan)	5-30
5.5.2	Pengolahan Data Gap 3 Untuk Setiap Item Pertanyaan (Persepsi Manajemen dan Karyawan Terhadap Performansi Standar Yang Ada Di Perusahaan)	5-31
5.5.3	Pengolahan Data Gap 3 Untuk Setiap Dimensi (Kemampuan Dalam Memenuhi Standar).....	5-32
5.5.4	Pengolahan Data Gap 3 Untuk Setiap Item Pertanyaan (Kemampuan Dalam Memenuhi Standar).....	5-33
5.5.5	Analisis Pengolahan Data Gap 3.....	5-34

5.6	Pengolahan Gap 4.....	5-35
5.6.1	Pengolahan Data Gap 4 Untuk Setiap Dimensi.....	5-35
5.6.2	Pengolahan Gap 4 Untuk Setiap Item Pertanyaan.....	5-36
5.6.3	Analisis Pengolahan Data Gap 4.....	5-38
5.7	Ringkasan Semua Gap Dan Usulan Perbaikan Kualitas Jasa.....	5-39
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.1.1	Faktor – Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Jasa Di PT. Dakota Cargo.....	6-1
6.1.2	Tingkat Kualitas Pelayanan PT. Dakota Cargo.....	6-2
6.1.3	Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan	6-4
6.2	Saran.....	6-7

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Variabel Penelitian	3-7
3.2	Data Konsumen PT. Dakota Cargo Tahun 2006	3-9
4.1	Struktur Organisasi	4-2
5.1	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Untuk Harapan Konsumen	5-2
5.2	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Untuk Persepsi Konsumen	5-3
5.3	Hasil Pengolahan Gap 5 Dengan Menggunakan Metode Servqual	5-5
5.4	Hasil Perhitungan Uji Hipotesis Gap 5 (Dimensi)	5-7
5.5	Hasil Perhitungan Uji Hipotesis Gap 5 (Item Pertanyaan)	5-9
5.6	Hasil Perbandingan Gap 5	5-14
5.7	Peta IPA Gap 5	5-16
5.8	Item Pertanyaan Menurut Tingkat Kepentingan Konsumen	5-19
5.9	Hasil Pengolahan Gap 1 (Dimensi)	5-20
5.10	Hasil Perhitungan Gap 1 (Item Pertanyaan)	5-21
5.11	Hasil Skor Penyebab Gap 1	5-24
5.12	Hasil Perhitungan Gap 2 (Dimensi)	5-25
5.13	Hasil Perhitungan Gap 2 (Item Pertanyaan)	5-27
5.14	Hasil Perhitungan Gap 3 (Dimensi)	5-30
5.15	Hasil Perhitungan Gap 3 (Item Pertanyaan)	5-31
5.16	Hasil Perhitungan Gap 3 (Dimensi)	5-32
5.17	Hasil Perhitungan Gap 3 (Item Pertanyaan)	5-33
5.18	Hasil Perhitungan Gap 4 (Dimensi)	5-36
5.19	Hasil Perhitungan Gap 4 (Item Pertanyaan)	5-37
5.20	Ringkasan Semua Gap (Item Pertanyaan)	5-39

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Kualitas Jasa	2-19
2.2	Konsep Kepuasan Pelanggan	2-21
5.1	Diagram Batang Gap 5	5-5
5.2	Wilayah Kritik Untuk Dimensi <i>Tangible</i>	5-7
5.3	Wilayah Kritik Untuk Setiap Item Pertanyaan	5-8
5.4	Diagram Batang Gap 1	5-11
5.5	Diagram Batang Gap 2	5-13
5.6	Diagram Batang Persepsi Manajemen dan Spesifikasi Standar	5-14
5.7	Diagram Batang Gap 3	5-19
5.8	Diagram Batang Gap 4	5-21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	L1-1
2	Data Mentah	L2-1
3	Hasil Pengujian SPSS	L3-1
4	Pengolahan Data	L4-1
5	Tabel - Tabel	L5-1