

ABSTRAK

Di kota-kota industri seperti Bandung memiliki berbagai jenis industri seperti industri garmen, tekstil, bahan makanan dan produk industri lainnya. Ada banyak sekali perusahaan di Bandung yang bergerak dalam bidang distributor dalam pemasaran mesin tekstil dan *spare partnya* khususnya untuk *mesin spinning* yang juga melayani servis terhadap mesin yang rusak, salah satunya adalah PT. “TI”. PT. “TI” pada saat ini sedang mengalami masalah yaitu pada hal pelayanan servis mesin tetapi dari negara pengimpor mesin menginginkan kenaikan harga pada waktu dekat-ini. Dengan situasi seperti ini pelayanan servis PT. “TI” masih banyak belum diketahui secara jelas tingkat kepuasan konsumen maupun tingkat kepercayaan konsumen dari hasil pelayanan servis ini.

Untuk melakukan penelitian terhadap masalah yang dihadapi oleh PT. “TI” yaitu dalam bidang pelayanan servis, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan metoda SERVQUAL. Metode SERVQUAL meliputi lima dimensi jasa yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. Pengukuran yang dilakukan pada Metode SERVQUAL ini yaitu kesenjangan yang terjadi antara harapan dengan persepsi konsumen (Gap 5), kesenjangan yang terjadi antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen (Gap 1), kesenjangan yang terjadi antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas jasa (Gap 2), kesenjangan yang terjadi antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa (Gap 3), dan kesenjangan yang terjadi antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal (Gap 4). Pengumpulan data dengan metode SERVQUAL ini dilakukan dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen PT. “TI” yang ada di Bandung dan Jakarta, penyebaran kuesioner kepada pihak manajemen PT. “TI” dan penyebaran kuesioner kepada karyawan PT. “TI” yang sering berinteraksi dengan konsumen.

Hasil pengolahan dan analisis data terhadap penelitian ini nilai TSQ adalah -0.486 dan masing-masing nilai $\overline{SQI}$ pada tiap dimensi bernilai negatif. Ini berarti konsumen masih merasa belum puas terhadap pelayanan servis yang diberikan sehingga perlu dicari penyebab kesenjangan yang terjadi di PT. “TI”.

Dari hasil pengolahan dan analisis data tersebut, dilakukan analisis prioritas penanganan dengan metode *IPA*, sehingga usulan-usulan yang diberikan kepada PT. “TI” lebih kepada prioritas penanganan dan juga usulan diberikan terhadap kesenjangan pada Gap 1 hingga Gap 4 yaitu perbaikan standar yang ada sekarang ini, lebih aktif dalam berkomunikasi dan berinteraksi kepada karyawan, pemberian *training* secara rutin kepada karyawan, para karyawan diharapkan lebih dapat bertanggung disiplin terhadap tugasnya dan dapat saling bekerja sama dalam kelompok.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1 – 1
1.2. Identifikasi Masalah	1 – 2
1.3. Pembatasan Masalah.....	1 – 3
1.4. Perumusan Masalah.....	1 – 4
1.5. Tujuan Penelitian.....	1 – 4
1.6. Sistematika Penelitian.....	1 – 5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Jasa.....	2 – 1
2.1.1. Konsep dan Definisi Jasa.....	2 – 1
2.1.2. Klasifikasi Jasa.....	2 – 3
2.1.3. Karakteristik Jasa	2 – 5
2.2 Kualitas Jasa.....	2 – 8
2.2.1. Pengertian Kualitas.....	2 – 8
2.2.2. Kosep Kualitas Jasa.....	2 – 9
2.2.3. Definisi Kualitas Jasa.....	2 – 10
2.2.4. Dimensi Kualitas Jasa.....	2 – 13
2.2.5. Prinsip Kualitas Jasa.....	2 – 15
2.2.6. Model Kualitas Jasa.....	2 – 16
2.2.7. Pengukuran Kualitas Jasa.....	2 – 22
2.3 Variabel Penelitian.....	2 – 25

2.3.1. Pengertian	2 – 25
2.3.2. Macam-Macam Variabel.....	2 – 25
2.4. Teknik Pengumpulan Data.....	2 – 26
2.4.1. Wawancara (Interview).....	2 – 27
2.4.2. Kuesioner (Angket).....	2 – 27
2.4.3. Obeservasi.....	2 – 28
2.5. Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2 – 29
2.5.1. Macam-macam Skala Pengukuran.....	2 – 30
2.5.2. Tipe Skala Pengukuran.....	2 – 31
2.6. Populasi dan Sampel.....	2 – 33
2.6.1 Populasi	2 – 33
2.6.2 Sampel.....	2 – 33
2.6.3 Teknik Sampling.....	2 – 34
2.7. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2 – 37
2.7.1. Pengujian Validitas.....	2 – 37
2.7.2. Pengujian Reliabelitas.....	2 – 38
2.8. Uji Hipotesis Menyangkut Dua Rataan.....	2 – 40

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penelitian Pendahuluan.....	3 – 4
3.2. Identifikasi Masalah.....	3 – 4
3.3. Pembatasan Masalah.....	3 – 5
3.4. Perumusan Masalah	3 – 6
3.5. Tujuan Penelitian.....	3 – 6
3.6. Penentuan Populasi.....	3 – 6
3.7. Penentuan Variabel Penelitian Yang Diukur.....	3 – 7
3.7.1. Variabel Penelitian Gap 5.....	3 – 7
3.7.2. Variabel Penelitian Gap 1.....	3 – 8
3.7.3. Variabel Penelitian Gap 2.....	3 – 8
3.7.4. Variabel Penelitian Gap 3.....	3 – 11
3.7.5. Variabel Penelitian Gap 4.....	3 – 12

3.8. Penyusunan Kuesioner.....	3 – 13
3.9. Penyusunan Bagian 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 Karyawan.....	3 – 16
3.10. Mengujian Validitas Konstruksi.....	3 – 16
3.11 Menentukan Teknik Sampling.....	3 – 16
3.12 Kuesioner Awal Disebarkan dan Dikumpulkan Kembali.....	3 – 17
3.13 Pengujian Validitas Item.....	3 – 17
3.14 Pengujian Reliabelitas Item.....	3 – 18
3.15 Kuesioner Lanjutan Disebarkan dan Dikumpulkan Kembali.....	3 – 18
3.16 Pemeriksaan Data Kuesioner Lanjutan.....	3 – 19
3.17 Pengolahan Data dan Analisis Data.....	3 – 19
3.17.1 Pengolahan Data dan Analisis Data dengan Menggunakan Uji Hipotesis.....	3 – 19
3.17.2 Pengolahan Data dan Analisis Data dengan Menggunakan Metoda SERVQUAL.....	3 – 21
3.17.3 Pengolahan Data dan Analisis Data dengan Menggunakan Metoda <i>IPA</i>	3 – 21
3.18. Pengembangan Usulan.....	3 – 22
3.19 Kesimpulan dan Saran.....	3 – 22

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data objek Pengamatan.....	4 – 1
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	4 – 1
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	4 – 3
4.1.3. Deskripsi Pekerjaan.....	4 – 4
4.2. Pengumpulan Data Pendahuluan.....	4 – 6
4.3. Pengumpulan Data Pendahuluan.....	4 – 7
4.4. Pengumpulan Data Awal.....	4 – 7
4.5. Penentuan Teknik Sampling dan Jumlah Ukuran Sampel.....	4 – 8

4.6. Pengumpulan Data Lanjutan.....	4 – 8
4.6.1. Kuesioner Untuk Konsumen.....	4 – 9
4.6.2. Kuesioner Untuk Pihak Manajemen.....	4 – 9
4.6.3. Kuesioner Untuk Karyawan.....	4 – 10
 BAB 5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA	
5.1 Pengolahan Data.....	5 – 1
5.1.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	5 – 1
5.1.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	5 – 3
5.2 Pengolahan data dan Analisis Pengolahan Data Gap 5.....	5 – 4
5.2.1 Pengolahan Gap 5 dengan Menggunakan Metode SERVQUAL....	5 – 5
5.2.2 Pengolahan Gap 5 dengan Menggunakan Uji Hipotesis.....	5 – 6
5.2.2.1 Pengujian Hipotesis Gap 5 Untuk Semua Dimensi.....	5 – 6
5.2.2.2 Pengujian Hipotesis Gap 5 Untuk Setiap Item.....	5 – 8
5.2.3 Analisis Data Gap 5.....	5 – 9
5.3 Pengolahan data dan Analisis Pengolahan Data Gap 1.....	5 – 15
5.3.1 Pengolahan Data Untuk Gap 1 Dengan Menggunakan Metode SERVQUAL.....	5 – 16
5.3.2 Pengolahan Gap 1 dengan Menggunakan Uji Hipotesis.....	5 – 17
5.3.2.1 Pengujian Hipotesis Gap 1 Untuk Semua Dimensi.....	5 – 17
5.3.2.2 Pengujian Hipotesis Gap 1 Untuk Semua Item.....	5 – 18
5.3.3 Penyebab Gap 1.....	5 – 19
5.3.4 Analisis Data Gap 1.....	5 – 25
5.4 Pengolahan Data dan Analisis Pengolahan Data Gap 2.....	5 – 27
5.4.1 Pengolahan Data Gap 2 Untuk Semua Dimensi.....	5 – 27
5.4.2 Pengolahan Data Gap 2 Untuk Semua Item.....	5 – 29
5.4.3 Penyebab Gap 2.....	5 – 31
5.4.4 Analisis Data Gap 2.....	5 – 34
5.5 Pengolahan Data dan Analisis Data Gap 3.....	5 – 41
5.5.1 Pengolahan Data Gap 3 Untuk Semua Dimensi.....	5 – 41
5.5.2 Pengolahan Data Gap 3 Untuk Semua Item.....	5 – 43

5.5.3 Pengolahan Data Gap 3 Dengan Menggunakan Uji Hipotesis	5 – 45
5.5.4 Penyebab Gap 3.....	5 – 47
5.5.5 Analisis Data Gap 3.....	5 – 52
5.6 Pengolahan Data dan Analisis Pengolahan Data Gap 4.....	5 – 59
5.6.1 Pengolahan Data Gap 4.....	5 – 59
5.6.2 Pengolahan Data Gap 4 Dengan Menggunakan Uji Hipotesis.....	5 – 59
5.6.3 Penyebab Gap 4.....	5 – 61
5.6.4 Analisis Penyebab Data Gap 4.....	5 – 62
5.7. Analisis Keterkaitan Gap.....	5 – 63
5.8. <i>Importance – Performance Analysis (IPA)</i>	5 – 72
5.9. Pengembangan Usulan.....	5 – 74
5.9.1 Usulan Berdasarkan <i>IPA</i>	5 – 74
5.9.1.1 Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Kuadran <i>Underact</i>	5 – 75
5.9.1.2 Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Kuadran <i>Maintain</i>	5 – 75
5.9.2 Usulan Berdasarkan Gap.....	5 – 77
 BAB 6 PENUTUP	
6.1 Kesimpulan.....	6 – 1
6.2 Saran.....	6 – 2
6.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	6 – 2
6.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	6 – 2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFATAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Variabel Penelitian Gap 5	3 - 8
3.2	Penyebab Variabel Penelitian Gap 1	3 - 9
3.3	Penyebab Variabel Penelitian Gap 2	3 - 10
3.4	Penyebab Variabel Penelitian Gap 3	3 - 11
3.5	Penyebab Variabel Penelitian Gap 4	3 - 12
5.1	Hasil Perbaikan Item Pernyataan	5 - 1
5.2	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Untuk Kuesioner Awal Persepsi Konsumen	5 - 2
5.3	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Untuk Kuesioner Awal Harapan Konsumen	5 - 3
5.4	Hasil Perhitungan Rata-Rata SERVQUAL Untuk Gap 5	5 - 5
5.5	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 5 (Dimensi)	5 - 7
5.6	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 5 Untuk Setiap Item	5 - 8
5.7	Hasil Perhitungan Rata-Rata SERVQUAL Untuk Gap 1	5 - 16
5.8	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 1 (Dimensi)	5 - 18
5.9	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 1 (Item)	5 - 19
5.10	Hasil Skor Penyebab Gap 1	5 - 20
5.11	Perbandingan Persepsi Manajemen dan Performansi Standar (Dimensi)	5 - 27
5.12	Perbandingan Persepsi Manajemen dan Performansi Standar (Item)	5 - 30
5.13	Hasil Skor Penyebab Gap 2	5 - 31
5.14	Perbandingan Performansi Standar dan Penyampaian Jasa (Dimensi)	5 - 42
5.15	Hasil Perhitungan Gap 3 (Item)	5 - 44
5.16	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 3	5 - 46
5.17	Hasil Skor Penyebab Gap 3	5 - 47
5.18	Hasil Perhitungan Gap 4	5 - 59
5.19	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 4	5 - 61
5.20	Hasil Skor Penyebab Gap 4	5 - 61
5.21	Keterkaitan Gap 1 hingga Gap 5	5 - 66
5.22	IPA (<i>Importance – Performance Analysis</i>)	5 - 73

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Konseptual SERVQUAL	2 - 20
2.2	Model Konseptual SERVQUAL yang Dikemabngkan	2 - 21
2.3	Teknik Sampling	2 - 34
3.1	Metodologi Penelitian	3 - 1
4.1	Struktur Organisasi PT. “TI” Bandung	4 - 3
5.1	Rata-rata SERVQUAL Untuk Gap 5	5 - 5
5.2	Rata-rata SERVQUAL Untuk Gap 1	5 - 16
5.3	Perbandingan Performansi Standar dan Persepsi Manajemn	5 - 29
5.4	Perbandingan Penyampaian Jasa dan Performansi Standar	5 - 43
5.5	Model Konseptual Kualitas Jasa	5 - 64
5.6	Keterkaitan Gap	5 - 65
5.7	<i>Importance – Performance Analysis (IPA)</i>	5 - 72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian Untuk Konsumen	L1 - 1
2	Kuesioner Penelitian Untuk Pihak Manajemen	L2 - 1
3	Kuesioner Penelitian Untuk Pihak Karyawan	L3 - 1
4	Jawaban Kuesioner Awal Konsumen	L4 - 1
5	Jawaban Kuesioner Lanjutan Konsumen	L5 - 1
6	Jawaban Kuesioner Pihak Manajemen	L6 - 1
7	Jawaban Kuesioner Karyawan	L7 - 1
8	Perhitungan Pengolahan Data Gap 5	L8 - 1
9	Hasil Pengujian SPSS	L9 - 1
10	Tabel-Tabel	L10 - 1