

ABSTRAK

Semakin berkembangnya jaman, berpenampilan menarik pun menjadi sorotan paling utama untuk dilirik oleh orang-orang. Kota Bandung sendiri saat ini dikenal sebagai tempat wisata belanja, dimana tempat wisata tersebut adalah *factory outlet*. Persaingan pun menjadi lebih ketat antar *factory outlet* terutama di kota Bandung.

DeKosmo Paskal Hyper Square merupakan perusahaan jasa yang berupa *factory outlet* yang bergerak di bidang *fashion*. DeKosmo Paskal Hyper Square menjual berupa pakaian wanita dan pria dari dewasa sampai pakaian anak-anak. Selain itu juga untuk memperlengkap keragaman *fashion* yang dijual dalam *factory outlet* ini adalah tas, ikat pinggang, jam tangan, topi, dan dompet. Pada sekarang ini ada beberapa bentuk ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, antara lain variasi produk yang kurang bervariasi dan jumlah kamar pas yang kurang.

Untuk mengetahui dan mengukur kualitas pelayanan di deKosmo Paskal Hyper Square serta mencari tahu apakah terdapat kesenjangan yang terjadi didalamnya, maka diperlukan suatu alat ukur yang dapat mengukur kualitas pelayanan tersebut. Alat ukur yang digunakan dalam melakukan pengukuran tersebut adalah dengan metode SERVQUAL. Dimensi-dimensi yang digunakan dalam pengukuran SERVQUAL adalah *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*. Pengukuran kesenjangan ini diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diberikan kepada konsumen, pihak manajemen, dan karyawan deKosmo Paskal Hyper Square. Teknik sampling yang digunakan pada pembagian kuesioner konsumen adalah *Sampling Purposive* dan sampel yang diambil sebanyak 272 dari Tabel Krejci, Prof. Dr. Sugiyono, 2006.

Berdasarkan dari hasil pengukuran dan analisis data, nilai *Total Servqual Quality* (TSQ) yang didapatkan adalah sebesar -0.412. Hal tersebut berarti pelayanan di deKosmo Paskal Hyper Square masih belum memuaskan konsumen. Prioritas utama ditujukan pada variabel : kebersihan *factory outlet* dan ruang ganti, ketersediaan jumlah SPG yang mencukupi, kelengkapan jenis produk, penempatan produk yang menarik, ketersediaan jumlah ruang ganti yang mencukupi.

Penulis memberikan usulan-usulan kepada deKosmo Paskal Hyper Square untuk mengurangi kesenjangan-kesenjangan yang ada. Usulan tersebut ditujukan kepada pihak manajemen dan pihak karyawan guna untuk kemajuan kualitas pelayanan di deKosmo Paskal Hyper Square. Usulan-usulan yang diberikan antara lain adalah penambahan fasilitas fisik, penambahan jumlah SPG, pergantian standar yang ada menjadi standar tertulis dan sudah dikomunikasikan beserta peraturan-peraturannya, serta pelatihan untuk para pegawai.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-2
1.3.1 Pembatasan Masalah.....	1-2
1.3.2 Asumsi.....	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 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	2-4
2.2 Kualitas Jasa	2-5
2.2.1 Konsep Kualitas Jasa	2-5
2.2.2 Definisi Kualitas Jasa	2-6
2.2.3 Dimensi Kualitas Jasa	2-8
2.2.4 Model Kualitas Jasa.....	2-11
2.2.5 Pembelian Berulang (<i>Repeat Purchase</i>).....	2-16
2.2.6 Pengukuran Kualitas Jasa	2-16

2.3 Teknik Pengukuran Data.....	2-19
2.4 Populasi dan Sampel	2-23
2.5 Teknik Sampling	2-23
2.6 Skala Pengukuran.....	2-26
2.6.1 Macam-macam Skala Pengukuran	2-26
2.6.2 Tipe Skala Pengukuran	2-27
2.7 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-28
2.7.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-28
2.7.1.1 Pengujian Validitas.....	2-28
2.7.1.2 Pengujian Reliabilitas.....	2-29
2.8 Uji Hipotesis.....	2-31

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Studi Pendahuluan.....	3-4
3.2 Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.2.1 Identifikasi Masalah.....	3-4
3.2.2 Pembatasan Masalah.....	3-5
3.2.3 Perumusan Masalah.....	3-5
3.2.4 Tujuan Penelitian.....	3-6
3.3 Studi Literatur.....	3-6
3.4 Penentuan Variabel Penelitian.....	3-7
3.4.1 Gap 5.....	3-7
3.4.2 Gap 1.....	3-9
3.4.3 Gap 2.....	3-9
3.4.4 Gap 3.....	3-10
3.4.5 Gap 4.....	3-12
3.5 Penyusunan Kuesioner untuk Konsumen.....	3-12
3.6 Pengujian Validitas Konstruksi.....	3-14
3.7 Penentuan Teknik Sampling.....	3-16
3.8 Penyebaran Kuesioner Ujicoba.....	3-16
3.9 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	3-16
3.9.1 Pengujian Validitas.....	3-16

3.9.2 Pengujian Reliabilitas.....	3-17
3.10 Penentuan Ukuran Sampel	3-17
3.11 Penyebaran Kuesioner Lanjutan.....	3-17
3.12 Pengolahan Data GAP 5.....	3-17
3.13 Analisis Pengolahan Data GAP 5.....	3-19
3.14 Penyusunan Kuesioner untuk Pihak Manajemen dan Karyawan.....	3-19
3.14.1 Kuesioner untuk Pihak Manajemen.....	3-19
3.14.2 Kuesioner untuk Karyawan.....	3-21
3.14.2.1 Kuesioner untuk Kasir.....	3-22
3.14.2.2 Kuesioner untuk Staf Gudang, Staf Administrasi, Satpam dan <i>Customer Service</i>	3-22
3.15 Penentuan Jumlah Sampel.....	3-23
3.15.1 Pihak Manajemen.....	3-23
3.15.2 Pihak Karyawan.....	3-23
3.16 Penyebaran Kuesioner.....	3-23
3.16.1 Pengolahan Data GAP 1 sampai GAP 4.....	3-23
3.17 Analisis Data Gap 1 – Gap 4 dan Usulan.....	3-24
3.18 Kesimpulan dan Saran.....	3-25

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat deKosmo Paskal Hyper Square.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi.....	4-2
4.1.3 Deskripsi Pekerjaan.....	4-2
4.2 Pengumpulan Data Pendahuluan.....	4-4
4.3 Pengumpulan Data Penelitian.....	4-4
4.3.1 Pengumpulan Data Awal.....	4-4
4.3.1.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel.....	4-5
4.3.1.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	4-5
4.3.2 Pengumpulan Data Lanjutan.....	4-5
4.3.2.1 Kuesioner Untuk Konsumen.....	4-6
4.3.2.1.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel.....	4-6

4.3.2.1.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	4-6
4.3.2.2 Kuesioner Untuk Pihak Manajemen.....	4-6
4.3.2.2.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel.....	4-7
4.3.2.2.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	4-7
4.3.2.3 Kuesioner Untuk Pihak Karyawan.....	4-7
4.3.2.3.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel.....	4-8
4.3.2.3.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	4-9
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.....	5-1
5.1.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	5-6
5.2 Pengukuran Kesenjangan Pelayanan Serta Analisis Data.....	5-8
5.2.1 Pengolahan Data dan Analisis GAP 5.....	5-8
5.2.1.1 Pengolahan Data GAP 5 Dengan Metode Servqual.....	5-8
5.2.1.2 Pengolahan Data GAP 5 Dengan Pengujian Hipotesis.....	5-10
5.2.1.2.1 Pengujian Hipotesis GAP 5 Tiap Dimensi.....	5-10
5.2.1.2.2 Pengujian Hipotesis GAP 5 Tiap Item.....	5-11
5.2.1.3 Analisis GAP 5.....	5-15
5.2.2 Pengolahan Data dan Analisis GAP 1.....	5-24
5.2.2.1 Pengolahan Data GAP 1 Dengan Metode Servqual.....	5-24
5.2.2.2 Pengolahan Data GAP 1 Dengan Pengujian Hipotesis.....	5-25
5.2.2.2.1 Pengujian Hipotesis GAP 1 Tiap Dimensi.....	5-26
5.2.2.2.2 Pengujian Hipotesis GAP 1 Tiap Item.....	5-27
5.2.2.3 Analisis PenyebabGAP 1.....	5-31
5.2.2.4 Analisis GAP 1.....	5-32
5.2.3 Pengolahan Data dan Analisis GAP 2.....	5-32
5.2.3.1 Pengolahan Data GAP 2 Tiap Dimensi.....	5-32
5.2.3.2 Pengolahan Data GAP 2 Tiap Item.....	5-34
5.2.3.3 Analisis Penyebab GAP 2.....	5-37

5.2.3.4 Analisis GAP 2.....	5-39
5.2.4 Pengolahan Data dan Analisis GAP 3.....	5-44
5.2.4.1 Pengolahan Data GAP 3 Tiap Dimensi.....	5-45
5.2.4.2 Pengolahan Data GAP 3 Tiap Item.....	5-47
5.2.4.3 Analisis Penyebab GAP 3.....	5-50
5.2.4.4 Analisis GAP 3.....	5-52
5.2.5 Pengolahan Data dan Analisis GAP 4.....	5-56
5.2.5.1 Pengolahan Data GAP 4.....	5-56
5.2.5.2 Analisis Penyebab GAP 4.....	5-57
5.2.5.3 Analisis GAP 4.....	5-58
5.3 Keterkaitan GAP 5 dengan GAP 1 – 4 dan Usulan.....	5-58
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-3
6.2.1 Saran untuk deKosmo Paskal Hyper Square.....	6-3
6.2.2 Saran untuk Penelitian Lanjut.....	6-3
DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
LAMPIRAN.....	xviii
KOMENTAR DOSEN PENGUJI.....	xix
DATA PRIBADI	xx

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Variabel Penelitian Gap 5 Sebelum Perbaikan	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)	3-10
3.5	Variabel Penyebab Gap 4 (Untuk Karyawan)	3-12
3.6	Keterangan Kuesioner untuk Konsumen pada Bagian 1	3-13
3.7	Keterangan Kuesioner untuk Konsumen pada Bagian 2	3-13
3.8	Variabel Penelitian Gap 5 Setelah Perbaikan	3-14
3.9	Keterangan Kuesioner untuk Manajemen Bagian 1	3-20
3.10	Keterangan Kuesioner untuk Manajemen Bagian 5	3-21
3.11	Keterangan Kuesioner untuk Karyawan Bagian 1	3-22
3.12	Keterangan Kuesioner untuk Karyawan Bagian 2	3-22
3.13	Keterangan Kuesioner untuk Karyawan Bagian 1 (Satpam dan <i>Customer Service</i>)	3-22
5.1	Hasil Pengujian Validitas Persepsi untuk 35 Data Pertama	5-2
5.2	Hasil Pengujian Validitas Harapan untuk 35 Data Pertama	5-3
5.3	Hasil Pengujian Validitas Persepsi untuk 35 Data Kedua	5-4
5.4	Hasil Pengujian Validitas Harapan untuk 35 Data Kedua	5-5
5.5	Hasil Pengujian Reliabilitas Persepsi untuk 35 Data Pertama	5-7
5.6	Hasil Pengujian Reliabilitas Persepsi untuk 35 Data Kedua	5-7
5.7	Hasil Pengujian Reliabilitas Harapan untuk 35 Data Pertama	5-7
5.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Harapan untuk 35 Data Kedua	5-8
5.9	Perhitungan Rata-Rata Servqual untuk GAP 5	5-9
5.10	Pengujian Hipotesis Tiap Dimensi GAP 5	5-10

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.11	Pengujian Hipotesis Tiap Item GAP 5	5-11
5.12	Hasil Perhitungan Rata-rata Servqual GAP 1	5-24
5.13	Pengujian Hipotesis Tiap Dimensi GAP 1	5-26
5.14	Pengujian Hipotesis Tiap Item GAP 1	5-28
5.15	Hasil Pengumpulan Data Penyebab Gap 1	5-31
5.16	Hasil Perhitungan Rata-rata GAP 2	5-33
5.17	Hasil Pengolahan Pada Persepsi Manajemen – Standar yang Ada (Item)	5-35
5.18	Hasil Pengumpulan Data Penyebab Gap 2	5-37
5.19	Hasil Perhitungan Rata-rata GAP 3	5-45
5.20	Hasil Pengolahan Pada Standar yang Ada – Penyampaian Jasa (Item)	5-47
5.21	Hasil Pengumpulan Data Penyebab Gap 3	5-50
5.22	Hasil Perbandingan Penyampaian Jasa Dengan Persepsi Konsumen	5-56
5.23	Hasil Pengumpulan Data Penyebab Gap 4	5-57
5.24	Keterkaitan Gap 5 dengan Gap 1 – 4	5-59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Konseptual Kualitas Jasa	2-14
2.2	Model Gap Kualitas Jasa yang Disempurnakan	2-15
2.3	Teknik Sampling	2-23
3.1	Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Wilayah Kritis untuk Daerah Penerimaan (GAP 5)	3-19
3.3	Wilayah Kritis untuk Daerah Penerimaan (GAP 1)	3-24
4.1	Struktur Organisasi	4-2
5.1	Grafik Histogram Rata-rata Servqual untuk GAP 5	5-9
5.2	Wilayah Kritis <i>Tangible</i> (GAP 5)	5-11
5.3	Wilayah Kritis Pernyataan 1 (GAP 5)	5-14
5.4	Grafik Histogram Rata-rata GAP 1	5-24
5.5	Grafik Histogram Persepsi Manajemen – Harapan Konsumen	5-25
5.6	Wilayah Kritis <i>Tangible</i> (GAP 1)	5-27
5.7	Wilayah Kritis Pernyataan 1 (GAP 1)	5-30
5.8	Grafik Histogram Persepsi Manajemen – Standar yang Ada	5-34
5.9	Grafik Histogram Persepsi Manajemen – Standar yang Ada (Item)	5-36
5.10	Grafik Histogram Standar yang Ada – Penyampaian Jasa	5-46
5.11	Grafik Histogram Standar yang Ada – Penyampaian Jasa	5-49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman	
1	- Bentuk Kuesioner (Konsumen)	L1 – 1	
	- Bentuk Kuesioner (Manajemen)	L1 – 4	
	- Bentuk Kuesioner (Karyawan)	L1 – 13	
2	- Jawaban Kuesioner Awal Konsumen	L2 – 1	
3	- Hasil Pengujian SPSS (Validitas dan Reliabilitas)	L3 - 1	
4	- Jawaban Kuesioner Lanjutan Persepsi Konsumen	L4 – 1	
	- Jawaban Kuesioner Lanjutan Harapan Konsumen	L4 – 13	
	- Jawaban Kuesioner Lanjutan Bobot Dimensi Kualitas Jasa	L4 – 25	
	- Jawaban Kuesioner Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen	L4 – 31	
	- Jawaban Bobot Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Konsumen	L4 – 31	
	- Jawaban Kuesioner Perfomansi Standar Pelayanan	L4 – 32	
	- Jawaban Kuesioner Persepsi Manajemen terhadap deKosmo Paskal Hyper Square dan Operasinya	L4 – 33	
	- Jawaban Kuesioner Persepsi Karyawan terhadap deKosmo Paskal Hyper Square dan Operasinya	L4 – 34	
	- Jawaban Kuesioner Penilaian Seberapa Besar deKosmo Paskal Hyper Square dan Karyawan Memenuhi Janji untuk Memberikan Kualitas Pelayanan kepada Konsumen	L4 – 34	
	5	- Perhitungan Skor Servqual Gap 5	L5 – 1
		- Hasil Perhitungan Servqual Gap 5	L5 -37
		- Perhitungan Dimensi Rata-rata Persepsi Konsumen	L5 – 55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
5	- Perhitungan Dimensi Rata-rata Harapan Konsumen	L5 – 55
6	- Pengolahan GAP 1, GAP 2, GAP3	L6 - 1
7	- Tabel nilai-nilai r Product Moment - Tabel Krejci	L7 - 1