

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di *Melsa Office* Bandung. Pemilihan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 orang. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan penelitian deskriptif dengan metode survey.

Alat ukur yang digunakan merupakan modifikasi dari alat ukur Servqual yang dikembangkan oleh **Zeithaml (2006)**. Alat ukur terdiri dari 52 item mengenai lima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari dua bagian yaitu *expected service* dan *perceive service*. Data yang diperoleh diolah menggunakan uji korelasi **Rank Spearman** dengan program SPSS 15.00.

Berdasarkan pengolahan data secara spesifik, maka didapat 76 % konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan, 23,5 % merasa puas dan 0,5 % konsumen merasa cukup puas terhadap kualitas pelayanan di *Melsa Office* Bandung.

Kesimpulan yang diperoleh adalah konsumen yang tidak puas terhadap kualitas pelayanan di *melsa office* merasakan ketidakpuasan terhadap dimensi *tangibility*, *assurance*, *reliability*, *responsiveness* dan *empathy*.

Peneliti mengajukan saran agar pihak *Melsa office* memberikan pelatihan kerja sebelum petugas *service center* mulai bekerja. Selain itu juga petugas *service center* sebaiknya diberikan training mengenai bagaimana cara melayani konsumen dengan baik agar kepuasan konsumen dapat tercapai.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN	

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2	Identifikasi Masalah.....	8
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
	1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
	1.3.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.4	Kegunaan Penelitian.....	9
	1.4.1 Kegunaan Ilmiah.....	9
	1.4.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.5	Kerangka Pemikiran.....	10
1.6	Asumsi.....	22

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Teori Tentang Jasa.....	23
	2.1.1 Pengertian Jasa	23
	2.1.2 Karakteristik Jasa	24
	2.1.3 Kualitas jasa.....	25

2.1.3.1	Perceived Service	25
2.1.3.2	Expected Service.....	26
2.1.4	Model Kualitas Jasa	28
2.2	Persepsi	31
2.2.1	Definisi dan pengertian persepsi.....	32
2.2.2	Proses terjadinya persepsi.....	33
2.2.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi.....	34
2.3	Kepuasan konsumen.....	36
2.3.1	Pengertian kepuasan konsumen.....	36
2.3.2	Metode pengukuran kepuasan konsumen.....	39
2.4	Teori Kebutuhan.....	42
2.5	Penyelenggara jasa internet.....	44
2.6	Sejarah singkat perusahaan.....	45
2.6.1	Sejarah Perusahaan.....	45
2.6.2	PT. Melvar Lintas Nusa saat ini.....	46
2.6.3	PT. Melvar Lintas Nusa dalam memandang konsumen.....	47
2.6.4	Pelayanan dari PT. Melvar Lintas Nusa.....	48
2.6.5	Melsa Kabel ADSL Personal.....	49

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Rancangan Penelitian	52
-----	----------------------------	----

3.1.1	Definisi Operasional.....	53
3.2	Sampel sasaran dan teknik sampling.....	57
3.2.1	Sampel penelitian.....	57
3.2.2	Teknik Sampling.....	58
3.2.3	Karakteristik sampel.....	58
3.3	Alat Ukur	58
3.3.1	Data Penunjang.....	62
3.4	Validitas dan Reliabilitas alat ukur.....	62
3.4.1	Validitas Alat Ukur	62
3.4.2	Reliabilitas Aat Ukur	64
3.5	Teknik Analisis	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	67
4.1.1	Gambaran responden berdasarkan rentang usia.....	67
4.1.2	Tingkat kepuasan konsumen.....	68
4.2	Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada tiap-tiap dimensi	68
4.2.1	Tingkat kepuasan konsumen pada dimensi tangibility.....	68
4.2.2	Tingkat kepuasan konsumen pada dimensi assurance.....	69
4.2.3	Tingkat kepuasan konsumen pada dimensi reliability.....	69
4.2.5	Tingkat kepuasan konsumen pada dimensi empathy.....	70
4.3	Pemabahasan hasil penelitian.....	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	80

5.2.1	Saran Teoritis	80
5.2.2	Saran Praktis	81

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Alat Ukur

Lampiran 2. Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 2.1 Validitas Alat Ukur

Lampiran 2.2 Reliabilitas Alat Ukur

Lampiran 3. *Data Expected Service* dan *Perceived Service*

Lampiran 3.1 *Data Expected Service* dan *Perceived Service* pada Dimensi *Tangibility*

Lampiran 3.2 *Data Expected Service* dan *Perceived Service* pada Dimensi *Assurance*

Lampiran 3.3 *Data Expected Service* dan *Perceived Service* pada Dimensi *Reliability*

Lampiran 3.4 *Data Expected Service* dan *Perceived Service* pada Dimensi *Responsiveness*

Lampiran 3.5 *Data Expected Service* dan *Perceived Service* pada Dimensi *Emphaty*

Lampiran 4 Tabulasi silang antara dimensi dengan tingkat kepuasan

Lampiran 4.1 Tabulasi Silang antara Dimensi *Tangibility* dengan tingkat kepuasan

Lampiran 4.2 Tabulasi Silang antara Dimensi *Assurance* dengan tingkat kepuasan

Lampiran 4.3 Tabulasi Silang antara Dimensi *Reliability* dengan tingkat kepuasan

Lampiran 4.4 Tabulasi Silang antara Dimensi *Responsiveness* dengan tingkat kepuasan

Lampiran 4.5 Tabulasi Silang antara Dimensi *Emphaty* dengan tingkat kepuasan

Lampiran 5. Tabulasi Silang Total Skor Kepuasan dengan data Penunjang