

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Flexy Center “X” Bandung. Pemilihan sampel menggunakan metode accidental sampling dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 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 (2003). 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 dan Alpha Cronbach dengan program SPSS 11.00. Menurut hasil uji validitas diperoleh hasil 45 item yang diterima, dengan validitas berkisar antara 0,044 sampai 0,945 dan reliabilitas sebesar 0,980 untuk perceived service dan 0,984 untuk expected service.

Berdasarkan pengolahan data secara spesifik, maka didapat 55% konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan, 35% merasa cukup puas dan 10% konsumen merasa puas terhadap kualitas pelayanan di Flexy Center “X” Bandung. Kesimpulan yang diperoleh adalah konsumen yang tidak puas terhadap kualitas pelayanan di Flexy Center “X” merasakan ketidakpuasan terhadap dimensi tangibility, assurance, reliability, responsiveness dan empathy.

Peneliti mengajukan saran agar pihak Flexy Center “X” 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	vii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Maksud dan tujuan penelitian.....	8
1.3.1 Maksud penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan penelitian.....	9
1.4. Kegunaan penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan ilmiah.....	9
1.4.2 Kegunaan praktis.....	9
1.5. Kerangka pemikiran.....	10
1.6. Asumsi.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Teori Kebutuhan.....	23
2.2 Teori Tentang Jasa.....	24
2.2.1 Pengertian Jasa.....	24
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	25

2.2.3	Bentuk Jasa.....	26
2.2.4	Kualitas Jasa.....	27
2.2.5	Model Kualitas Jasa.....	30
2.2.6	Kualitas Jasa.....	32
	2.2.6.1 Pengertian Kualitas Jasa.....	32
	2.2.6.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	35
2.3	Kepuasan Konsumen.....	37
	2.3.1 Kepuasan Konsumen.....	37
	2.3.2 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Rancangan penelitian.....	43
3.2	Variabel dan definisi operasional.....	44
	3.2.1 Variabel penelitian.....	44
	3.2.2 Definisi Operasional.....	44
3.3	Alat ukur.....	46
	3.3.1 Spesifikasi alat ukur.....	46
	3.3.2 Skala penilaian tingkat kualitas pelayanan.....	51
	3.3.3 Validitas alat ukur.....	51
	3.3.4 Reliabilitas alat ukur.....	53
	3.3.5 Data penunjang.....	55
3.4	Subjek penelitian dan teknik sampling.....	56
	3.4.1 Subjek penelitian.....	56
	3.4.2 Karakteristik sampel.....	56
	3.4.3 Teknik sampling.....	57
3.5	Teknik analisis.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran responden.....	59
4.2	Hasil penelitian.....	59
4.3	Pembahasan hasil penelitian.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	73
5.2.1 Saran teoritis.....	73
5.2.2 Saran praktis.....	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir.....	21
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian.....	43

DAFTAR TABEL

3.1 Tabel kisi-kisi alat ukur.....	47
3.2 Tabel skala penilaian.....	51
4.1.1 Tabel gambaran responden berdasarkan rentang usia.....	59
4.2.1 Tabel tingkat kepuasan konsumen.....	60
4.2.2.1 Tabel tingkat kepuasan dimensi <i>tangibility</i>	60
4.2.2.2 Tabel tingkat kepuasan dimensi <i>assurance</i>	61
4.2.2.3 Tabel tingkat kepuasan dimensi <i>reliability</i>	61
4.2.2.4 Tabel tingkat kepuasan dimensi <i>responsiveness</i>	62
4.2.2.5 Tabel tingkat kepuasan dimensi <i>empathy</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Alat Ukur

Lampiran 2. Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 2.2 Validitas alat ukur

Lampiran 2.3 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 *empathy*

Lampiran 3.6 Data total skor

Lampiran 3.7 Data skor tingkat kepentingan konsumen terhadap dimensi-dimensi pelayanan

Lampiran 4. Tabulasi silang antara dimensi dengan item-itemnya

Lampiran 4.1 Tabulasi silang antara dimensi *tangibility* dengan item-itemnya

Lampiran 4.2 Tabulasi silang antara dimensi *assurance* dengan item-itemnya

Lampiran 4.3 Tabulasi silang antara dimensi *reliability* dengan item-itemnya

Lampiran 4.4 Tabulasi silang antara dimensi *responsiveness* dengan item-itemnya

Lampiran 4.5 Tabulasi silang antara dimensi *empathy* dengan item-itemnya

Lampiran 5. Tabulasi silang total skor kepuasan dengan data penunjang

Lampiran 6. Distribusi frekuensi tingkat kepentingan konsumen terhadap dimensi pelayanan

Lampiran 7. Deskripsi *Flexy Center "X"* Bandung