



**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DAN
TINGKAT KEPENTINGAN KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN JASA PADA SMILE INTERNET
ZONE JEMBER**

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

oleh

**Ike Yermia Chrisnawati
030810201140**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2007**

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan jasa internet yang dikelola oleh Smile Internet Zone Jember dan mengetahui kesesuaian antara tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja serta posisi kualitas pelayanan jasa Smile Internet Zone Jember yang berlokasi di Jl.Kalimantan no 12 Jember.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menyelidikannya untuk mengetahui fenomena sosial tertentu. Informasi dikumpulkan dari jawaban-jawaban responden yang dijadikan objek penelitian dengan memberikan kuosioner. Jenis data adalah data primer dan sekunder yang dikumpulkan dengan cara wawancara dan penyebaran kuesioner. Metode analisis data menggunakan metode *Customer Satisfaction* dan Diagram Kartesius.

Hasil perhitungan *Customer Satisfaction* menunjukkan bahwa rata-rata kinerja perusahaan (performance) sebesar 3,611 sedangkan harapan (expectation) pelanggan adalah sebesar 3,857 sehingga terdapat gap (kesenjangan) sebesar -0,246. Untuk tingkat kesesuaian didapatkan hasil perhitungan untuk empat indikator (no 1,3,5,7) nilainya diatas 100% dan indikator yang lainnya (no 2,4,6,8,9,10) nilainya di bawah 100%. Sedangkan diagram kartesius menunjukkan bahwa indikator no 10 berada pada kuadran 1 (prioritas utama), indikator no. 2,4,6,8,9 berada pada kuadran 2 (pertahankan prestasi) , indikator no.1,3,5,7 ada pada kuadran 3 (prioritas rendah), sedangkan untuk kuadran 4 tidak ada indikator yang termasuk di dalamnya karena menurut pelanggan tidak ada indikator yang pelayanannya berlebihan.

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat ditarik simpulan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berada pada tingkat tidak/kurang puas karena gap rata-rata antara kualitas layanan yang dirasakan dan harapan pelanggan Smile Internet bernilai negatif. Dan indikator yang menurut para pelanggan perlu ditingkatkan lagi adalah kebersihan dan kerapian operator serta penataan interior dan eksterior ruangan yang baik (10)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Konsep Pemasaran	5
2.2.2 Pengertian Jasa	5
2.1.3 Karakteristik Jasa	6
2.1.4 Kualitas Jasa	6
2.1.5 Kualitas Pelayanan dan Gap Kualitas Pelayanan	7
2.1.6 Kepuasan Pelanggan dan Pengukurannya	11
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	13
2.3 Kerangka Konseptual	14

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	15
3.2 Populasi dan Sampel	15
3.3 Jenis dan Sumber Data`	16
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	16
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	17
3.5.1 Definisi Operasional Variabel.....	17
3.5.2 Pengukuran Variabel.....	18
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel.....	19
3.6.1 Uji Validitas	19
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	19
3.7 Metode Analisis Kualitas Data	20
3.7.1 Metode <i>Customer Satisfaction</i>	20
3.7.2 Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	21
3.7.3 Kerangka Pemecahan Masalah.....	25

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	27
4.1.1 Sejarah singkat perusahaan	27
4.1.2 Lokasi	27
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	27
4.1.4 Personalia.....	28
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28
4.3 Karakteristik Responden.....	30
4.4 Data Penelitian	32
4.4.1 Harapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	32
4.4.2 Kepentingan Responden terhadap Kualitas Pelayan	34
4.4.3 Kinerja Layanan	35
4.5 Analisis Data dan Pembahasan	36
4.5.1 Analisis Tingkat Kepuasan	36
4.5.2 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kualitas Pelayanan	38

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan 43

5.2 Saran 45

DAFTAR PUSTAKA 46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hubungan antara jumlah butir pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen.....	20
Tabel 4.1	Validitas Instrumen Pertanyaan	29
Tabel 4.2	Reliabilitas Instrumen Pertanyaan.....	30
Tabel 4.3	Jumlah Responden menurut Jenis Kelamin	30
Tabel 4.4	Jumlah Responden menurut Umur Responden	31
Tabel 4.5	Jumlah Responden menurut Jenis Pekerjaan Responden	31
Tabel 4.6	Jumlah responden dalam satu bulan	32
Tabel 4.7	Skor Harapan Responden Terhadap Kualitas Layanan	33
Tabel 4.8	Interval Skor Harapan.....	33
Tabel 4.9	Skor Tingkat Kepentingan	34
Tabel 4.10	Interval Skor Tingkat Kepentingan	34
Tabel 4.11	Skor Kinerja	35
Tabel 4.12	Interval Skor Kinerja	35
Tabel 4.13	Rata-rata Skor Dimensi Kualitas Layanan dan Harapan serta Gap Kualitas Layanan dan Harapan	36
Tabel 4.14	Rata-rata Indikator tiap Dimensi dan Gap Kinerja dan Harapan	37
Tabel 4.15	Tingkat Kesesuaian Pelanggan	39
Tabel 4.16	Rata-rata Dimensi <i>Performance</i> dan <i>Importance</i>	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kualitas Jasa (Gap Model).....	10
Gambar 2.2 Model Kepuasan atau Ketidakpuasan Pelanggan.....	11
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	14
Gambar 3.2 Diagram Kartesius	23
Gambar 3.3 Kerangka Pemecahan Masalah.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Smile Internet Zone Jember	27
Gambar 4.2 Diagram Kartesius	41

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Kuesioner
- Lampiran 2 Uji Reliabilitas dan Validitas x_1
- Lampiran 3 Uji Reliabilitas dan Validitas x_2
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas dan Validitas x_3
- Lampiran 5 Uji Reliabilitas dan Validitas x_4
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas dan Validitas x_5
- Lampiran 7 Tabulasi Data Responden Harapan (Expectation)
- Lampiran 8 Tabulasi Data Responden Kepentingan (Importance)
- Lampiran 9 Tabulasi Data Responden Kinerja (Performance)
- Lampiran 10 Tabulasi Data Responden Gap Kinerja-Harapan

