

Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Divisi Samsung Mobile Service center Malang

Oleh: MUHAMMAD ARIEF SATRIA (04810054)

Psychology

Dibuat: 2011-02-07 , dengan 7 file(s).

Keywords:

Kata Kunci : Persepsi, Kualitas Pelayanan, Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati.

ABSTRAKSI

Persepsi kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara harapan konsumen atas suatu pelayanan dengan kenyataan/pengalaman yang didapatkan konsumen atas pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga pelanggan pula yang menentukan baik/buruknya suatu kualitas pelayanan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui persepsi terhadap kualitas pelayanan Samsung Mobile Service Center Malang. Adapun pengukuran terhadap kualitas pelayanan itu sendiri didasarkan pada dimensi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 subjek. Teknik sampling yang dipakai adalah *accidentally sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala yaitu skala persepsi kualitas pelayanan. Selanjutnya metode analisa data yang digunakan adalah T-Score dan analisis presentase. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa 50% subjek memiliki persepsi positif terhadap kualitas pelayanan dan sebanyak 50% lainnya memiliki persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan Samsung Mobile Service Center Malang. Selanjutnya subjek memiliki persepsi positif terhadap kualitas pelayanan hanya pada dimensi empati, selebihnya subjek memiliki persepsi negatif terhadap bukti langsung, keandalan, daya tanggap, dan jaminan. Kualitas pelayanan Samsung Mobile Service Center Malang juga tidak sepenuhnya mampu memberikan kepuasan sebagaimana harapan pelanggan apabila dilihat dari karakteristik subjek.

ABSTRACT

Perceptions of service quality is a comparison between the expectations of consumers for a service with the reality/experience gained on the service consumer. Quality of care starts from customer needs and ends on customer perception. This means that image quality is not good based on the point of view or perception of service providers, but based on the customer's point of view or perception. Who consume and enjoy the customer service company, so that the customer is also a determining good/bad a quality service. This research is a quantitative descriptive research that aims to determine the perceptions of service quality Samsung Mobile Service Center Malang. The measurement of the quality of the

service itself is based on the dimensions of direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The sample in this research totalling 100 subjects. The sampling technique used was accidentally sampling. Methods of data collection in this study using the scale of service quality scale. Further data analysis method used is T-Score and percentage analysis.

The research concluded that the perception of good service quality is only shown on the dimensions of empathy, with the remaining subjects had a bad perception of the dimension of direct evidence, reliability, responsiveness, and assurance. Quality of service Samsung Mobile Service Center Malang is also not fully capable of giving satisfaction as customer expectations when seen from the characteristics of the subject In addition to these findings, the perception of service quality in general show that 50% of the subjects had positive perceptions (both) the quality of service and another 50% have a negative perception (poor) to service quality Samsung Mobile Service Center Malang.