

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA KARTU GSM
DI FAKULTAS EKONOMI UMS**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

RM. RIO SATRIO .K

B 100 060 037

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Era globalisasi di abad 21 ini, persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat baik dipasar domestik maupun internasional. Untuk memenuhi kepuasan konsumen pada industri jasa, kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen (Lovelock, 1998).

Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen (Kotler, 1997). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas yang baik dilihat dari persepsi konsumen bukan dari persepsi produsen. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian total atas keunggulan suatu produk yang dapat berupa barang ataupun jasa.

Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum membeli produk yang akan dijadikan standart dalam menilai kinerja produk tersebut. Harapan konsumen dibentuk dari pengalaman masa lampau, dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi konsumen dan promosi perusahaan (Parasuraman et.al., 1993). Harapan merupakan tuntunan atau keinginan konsumen yang seharusnya dipenuhi oleh penyedia jasa. Sedangkan sikap merupakan orientasi yang relatif berpengaruh terus menerus dalam jangka waktu yang lama terhadap produk, proses (Parasuraman et.al., 1998). Para peneliti mengetahui bahwa ukuran persepsi konsumen atas kualitas pelayanan sesuai dengan

paradigma perbedaan antara harapan dengan persepsi terhadap kinerja, tetapi mereka juga beranggapan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan merupakan konsep yang berbeda (Bitner, 1990; Bolton & Drew, 1991).

Sebagai provider jasa komunikasi, indosat dan telkomsel tidak hanya dituntut untuk memenuhi pelayanannya terhadap konsumen dengan baik, akan tetapi juga harus mampu bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Tuntutan ini mutlak agar tercipta sebuah loyalitas konsumen yang kelak akan menjadi asset yang berharga dimasa depan nanti. Oleh karena itu, diperlukan suatu konsep berwawasan pelanggan di mana indosat dan telkomsel memusatkan perhatian penuh terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.

Usaha-usaha yang dilakukan guna mencapai kualitas pelayanan yang baik belum tentu sesuai dengan harapan-harapan yang diinginkan konsumen. Karena kenyataannya, konsumen belum tentu mendapatkan kepuasan sesuai dengan harapan konsumen. Saat ini tingkat persaingan sangat tinggi. Agar instansi jasa komunikasi dapat bertahan dan berkembang, pihak instansi terkait harus proaktif dan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Dengan cara memahami persepsi konsumen mengenai pelayanan jasa komunikasi serta menerapkan sesuai apa yang diinginkan konsumen agar mampu bertahan dan unggul dalam persaingan di era globalisasi saat ini (Martila et.al., 1999).

Pengukuran kualitas pelayanan oleh Parasuraman, Zeithamal dan Berry (1985: 404) menjelaskan tentang kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan

didefinisikan sebagai derajat ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan pada kinerja pelayanan yang diterima. Dari penelitian tersebut diperoleh alat analisis *SERVQUAL* dengan membagi lima dimensi pelayanan.

Pada awal tahun 1990an, *SERVQUAL* atau *service quality* adalah model yang mempengaruhi seluruh orang pemasaran di semua dunia dalam menilai kualitas pelayanan (Kertajaya, 2003: 83). *SERVQUAL* adalah suatu alat untuk mengukur perbandingan antara seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan tingkat harapan konsumen (Brown, Churchill dan Peter, 1993: 127). Zeithmal, Parasuraman dan Berry mengatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh lima dimensi *service quality* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* (Parasuraman et al., dalam Durvasula, Lysonski dan Mehta, 1999: 134), yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Reliability* (keandalan/kemampuan untuk mewujudkan janji)

Yaitu kemampuan dari penyedia jasa untuk memberikan *service* yang telah dijanjikan secara akurat, dapat dipercaya dan dapat diandalkan.

2. *Responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan pelayanan)

Yaitu, kesediaan penyedia jasa terutama sifatnya untuk membantu konsumen serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan konsumen.

3. *Assurance* (keyakinan/kemampuan untuk memberikan jaminan)

Yaitu, kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa terutama pegawainya mampu memenuhi kebutuhan konsumennya.

4. *Empathy* (Perhatian)

Yaitu perhatian secara individual terhadap pelanggan seperti kemudahan untuk berkomunikasi dengan para karyawan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

5. *Tangibles* (tampilan fisik pelayanan)

Yaitu, penampilan fisik penyedia jasa seperti gedung, tata peralatan, interior dan eksterior serta penampilan fisik dan personil penyedia jasa.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul :

“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Kartu GSM Di Fakultas Ekonomi UMS”

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah dimensi *reliability* pada kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu GSM di Fakultas Ekonomi UMS?

2. Apakah dimensi *responsiveness* pada kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu GSM di Fakultas Ekonomi UMS?
3. Apakah dimensi *assurance* pada kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu GSM di Fakultas Ekonomi UMS?
4. Apakah dimensi *emphaty* pada kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu GSM di Fakultas Ekonomi UMS?
5. Apakah dimensi *tangibles* pada kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu GSM di Fakultas Ekonomi UMS?
6. Dari dimensi kualitas jasa, variabel apa yang paling kuat pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna kartu GSM di Fakultas Ekonomi UMS?

C. PEMBATAAN MASALAH

1. Dalam penelitian ini melihat apakah dimensi kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangibles*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna kartu GSM IM3.
2. Di dalam penelitian ini dilakukan terfokus pada pengguna kartu GSM IM3 di Fakultas Ekonomi UMS.

D. TUJUAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *reliability* (kemampuan untuk mewujudkan janji) terhadap kepuasan pengguna kartu GSM.
- b. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan pelayanan) terhadap kepuasan pengguna kartu GSM.
- c. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *assurance* (kemampuan untuk memberikan jaminan) terhadap kepuasan pengguna kartu GSM.
- d. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *empathy* (kemampuan untuk memberikan perhatian kepada konsumen) terhadap kepuasan pengguna kartu GSM.
- e. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *tangibles* (tampilan fisik pelayanan) terhadap kepuasan pengguna kartu GSM.
- f. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna kartu GSM.

2. Tujuan Fungsional

Agar penelitian ini nantinya akan bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang memerlukan, baik bagi pembaca pada umumnya dan Fakultas Ekonomi UMS pada khususnya dalam memberikan masukan maupun pertimbangan.

3. Tujuan Individual

Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

E. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1 Bagi Penulis

Melatih ketajaman analisis dan meningkatkan khasanah ilmu pengetahuan terhadap kondisi riil dilapangan yang terkait dengan disiplin ilmu manajemen pemasaran jasa yaitu tentang kepuasan pengguna kartu GSM di Fakultas Ekonomi UMS.

2 Bagi Akademik

Dapat digunakan sebagai sumber informasi atau dapat dipakai sebagai data sekunder bagi peneliti berikutnya yang ingin mengembangkan penelitian tentang kualitas pelayanan.

F. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang latar belakang masalah dari penelitian, yang kemudian ditarik secara eksplisit dalam perumusan masalah dan pembatasan masalah. Sebagian acuan dari keseluruhan

penelitian ini akan ditegaskan dengan tujuan penelitian secara final agar lebih jelas dan terarah serta manfaat dari penelitian itu sendiri baik secara akademis maupun praktis.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan menguraikan tentang pengertian dan arti penting jasa, pengertian kualitas pelayanan, model kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, pengertian kepuasan pelanggan.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan difokuskan pada pembahasan teknis metodologi penelitian yang memuat kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, deskripsi operasional, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV. ANALISA DATA DAN PEMBAHASANNYA

Dalam bab ini terdiri dari gambaran umum perusahaan, data yang diperoleh, hasil analisis dan pembahasannya serta pembuktian atas hipotesis yang dibuat (jawaban sementara) sebelumnya.

BAB V. PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran.

LAMPIRAN