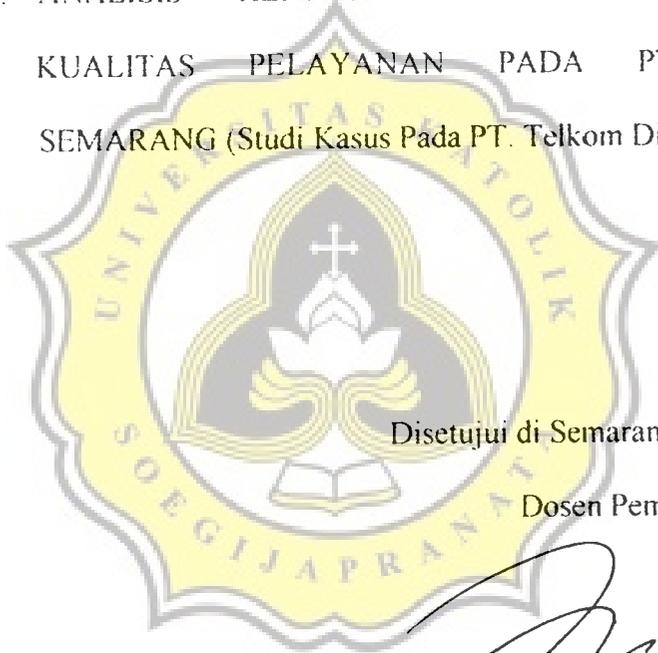


HALAMAN PERSETUJUAN

NAMA : ANDREAS FAJAR CAHYA. N.
NIM : 96.30.2902
NIRM : 96.6.111.02016.50289
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN PADA PT. TELKOM
SEMARANG (Studi Kasus Pada PT. Telkom Distel Semarang)



Disetujui di Semarang, April 2003

Dosen Pembimbing

Ben. Karno, SE, MM.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. TELKOM SEMARANG (Studi Kasus Pada PT. Telkom Distel Semarang)

Disusun oleh :

NAMA : ANDREAS FAJAR CAHYA N.

NIM : 96.30.2902

NIRM : 96.6.111.02016.50289

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan dewan penguji dalam sidang yang diselenggarakan pada

Hari : Jum'at

Tanggal : 25 April 2003

Semarang, Mei 2003

Dekan Fakultas Ekonomi



(Vincent Didiek WA. PhD)

Koordinator Penguji Skripsi



(Dra. Retno Yustini M.St.)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“ Bukalah hatimu sebelum engkau membuka matamu, dan
bukalah kedua matamu sebelum engkau membuka bibirmu “*

*Karya ini kupersembahkan untuk :
Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya,
yang tercinta Alm. Bapak, Ibu, Kakak, Adik serta Tanti “Istriku tercinta”
yang selalu memberikan doa, cinta dan kasih sayangnya.*



ABSTRAKSI

Berkembangnya berbagai macam strategi pemasaran di masa lalu untuk memenangkan persaingan terkadang berakibat perusahaan-perusahaan sangat mudah untuk memberikan janji-janji kepada konsumen, tetapi dalam kenyataannya perusahaan sulit untuk mewujudkan janji-janji tersebut sehingga berakibat konsumen tidak merasa puas terhadap pelayanan perusahaan. Masyarakat semakin memberikan perhatian yang besar terhadap kepuasan dan ketidakpuasan pelayanan yang diberikan perusahaan. Hal ini tampak dari semakin banyaknya pihak yang menaruh perhatian pada kualitas pelayanan yang mempunyai dampak terhadap kepuasan konsumen. Saat ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai lebih dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. *Customer satisfaction* (kepuasan konsumen) bukan hal yang mudah dan bukan hanya masalah bagi bagian pemasaran saja tetapi membutuhkan dukungan dari seluruh bagian dalam organisasi yang bersangkutan. Sikap mental dan kinerja karyawan serta proses bisnis yang harus diatur kembali dan mungkin juga filosofi perusahaan akan menjadi kunci sukses keberhasilan program *customer satisfaction*. Saat ini banyak perusahaan yang menyadari begitu pentingnya *customer satisfaction* dan hal itu telah menjadi tuntutan dari konsumen sehingga perusahaan mau tidak mau harus memberikannya dengan berbagai macam strategi agar dapat mempertahankan konsumen.

PT. Telkom Semarang adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan telekomunikasi. Tiap tahunnya di PT. Telkom Semarang menerima banyak sekali kunjungan dari pelanggan. Hal ini membuat perusahaan harus berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap Kualitas Pelayanan yang diharapkan pada PT. Telkom Semarang ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap Kualitas Pelayanan yang diterima pada PT. Telkom Semarang ?

Sementara tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan tingkat kepuasan konsumen terhadap Kualitas Pelayanan yang diharapkan pada PT. Telkom Semarang.
2. Untuk mendeskripsikan tingkat kepuasan konsumen terhadap Kualitas Pelayanan yang diterima pada PT. Telkom Semarang.

Didalam penelitian ini, penulis menggunakan populasi dan sampel yaitu pelanggan PT. Telkom Semarang sebagai subjek penelitian. Sedangkan metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah metode wawancara (tanya jawab secara sepihak yang dilakukan oleh peneliti kepada pihak yang berkepentingan), kuesioner (mengajukan daftar pertanyaan kepada responden dengan beberapa alternatif jawaban yang telah tersedia) dan studi pustaka.

Selanjutnya kuesioner dalam penelitian ini menggunakan lima alternatif jawaban yaitu (Sangat Setuju, Setuju, Kurang Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju), yang digunakan sebagai data dalam analisis dan pengujian hipotesa. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan alat analisis, maka data yang telah didapat tersebut diuji dahulu kevalidan dan kereliabilitasnya dengan menggunakan alat uji validitas (*Korelasi Product Moment Pearson*) dan uji reliabilitas dengan menggunakan *Koefisien Alpha Cronbach*. Sementara alat untuk menganalisa data menggunakan *Analisis Customer Gap*.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dengan metode analisis deskriptif, maka diperoleh hasil analisa dan perhitungan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden mengenai *pelayanan jasa yang diharapkan* pada PT. Telkom Semarang mempunyai skor sebesar 6426 dengan rata-rata sebesar 64,26 yang diperoleh dari jumlah skor dibagi dengan jumlah responden (100). Sementara tanggapan responden mengenai *pelayanan jasa yang diterima* dari PT. Telkom Semarang mempunyai skor sebesar 6299 dengan rata-rata sebesar 62,99 yang diperoleh dari jumlah skor dibagi dengan jumlah responden (100). Dari hasil ini maka diketahui bahwa antara *pelayanan yang diharapkan* dengan *pelayanan yang diterima* oleh responden PT. Telkom mempunyai gap sebesar 1,27. Artinya secara keseluruhan (apabila dilihat dari lima dimensi pelayanan), pelanggan PT. Telkom **tidak puas** terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan karena *pelayanan yang diterima* lebih kecil dari *pelayanan yang diharapkan* oleh pelanggan, dengan kata lain PT. Telkom belum dapat memenuhi apa yang menjadi harapan pelanggan mengenai pelayanan yang harus diberikan.

2. Dimensi Bukti Fisik

Skor *pelayanan yang diharapkan* untuk dimensi Bukti Fisik mempunyai nilai rata-rata 4,3. Skor tertinggi harapan pelanggan terletak pada item No. 2 (433 dengan rata-rata 4.33), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai harapan yang besar supaya karyawan mempunyai kemampuan kerja yang baik dalam melayani pelanggan. Skor terendah harapan pelanggan terletak pada item No. 3 (428 dengan rata-rata 4,28), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai harapan yang kecil supaya perusahaan memberikan kelengkapan alat-alat kerja pada karyawan dalam melakukan pekerjaan.

Sementara itu skor *pelayanan yang diterima* untuk dimensi yang sama mempunyai nilai rata-rata 4,27. Skor tertinggi penerimaan responden terletak pada item No. 3 (431 dengan rata-rata 4.31), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai anggapan bahwa perusahaan telah memberikan kelengkapan alat-alat kerja kepada karyawannya dalam melakukan pekerjaan. Skor terendah penerimaan responden terletak pada item No. 2 (423 dengan rata-rata 4.23), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai anggapan bahwa karyawan mempunyai kemampuan yang kurang baik dalam melayani pelanggan.

Dari hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa pelayanan yang ditampilkan oleh PT. Telkom mengenai karyawan mempunyai kemampuan yang baik dalam melayani pelanggan tidak dapat memenuhi harapan pelanggan dengan gap sebesar 0,10. Secara keseluruhan dapat disimpulkan

bahwa pelanggan **tidak puas** atas Bukti Fisik yang diberikan oleh PT. Telkom (rata-rata pelayanan yang diterima < rata-rata pelayanan yang diharapkan).

3. Dimensi Keandalan

Skor *pelayanan yang diharapkan* untuk dimensi Keandalan mempunyai nilai rata-rata 4,3. Skor tertinggi harapan pelanggan terletak pada item No. 5 (431 dengan rata-rata 4,31), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai harapan yang besar supaya karyawan mempunyai kemampuan untuk memperbaiki kerusakan yang terjadi. Skor terendah harapan pelanggan terletak pada item No. 4 (429 dengan rata-rata 4,29), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai harapan yang kecil supaya karyawan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.

Sementara itu skor *pelayanan yang diterima* untuk dimensi yang sama mempunyai nilai rata-rata 4,10. Skor tertinggi penerimaan responden terletak pada item No. 6 (419 dengan rata-rata 4,19), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai anggapan bahwa karyawan mampu untuk melayani apa yang menjadi keluhan pelanggan. Skor terendah penerimaan responden terletak pada item No. 5 (397 dengan rata-rata 3,97), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai anggapan bahwa karyawan mempunyai kemampuan yang kurang baik dalam memperbaiki kerusakan yang terjadi.

Dari hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa pelayanan yang ditampilkan oleh PT. Telkom mengenai karyawan mempunyai kemampuan untuk memperbaiki kerusakan yang terjadi tidak dapat memenuhi harapan pelanggan dengan gap sebesar 0,34. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pelanggan **tidak puas** atas Keandalan yang ditampilkan oleh karyawan PT. Telkom (rata-rata pelayanan yang diterima < rata-rata pelayanan yang diharapkan).

4. Dimensi Daya Tanggap

Skor *pelayanan yang diharapkan* untuk dimensi Daya Tanggap mempunyai nilai rata-rata 4,27. Skor tertinggi harapan pelanggan terletak pada item No. 9 (431 dengan rata-rata 4,31), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai harapan yang besar supaya karyawan mempunyai kecepatan untuk menanggapi keluhan pelanggan. Skor terendah harapan pelanggan terletak pada item No. 8 (425 dengan rata-rata 4,25), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai harapan yang kecil supaya karyawan berkomunikasi dengan baik dalam menanggapi keluhan pelanggan.

Sementara itu skor *pelayanan yang diterima* untuk dimensi yang sama mempunyai nilai rata-rata 4,15. Skor tertinggi penerimaan responden terletak pada item No. 8 (422 dengan rata-rata 4,22), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai anggapan bahwa karyawan mampu untuk berkomunikasi dengan baik dalam menanggapi keluhan pelanggan. Skor terendah penerimaan responden terletak pada item No. 9 (407 dengan rata-rata 4,07), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai anggapan bahwa karyawan tidak mempunyai kecepatan untuk menanggapi keluhan pelanggan.

Dari hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa pelayanan yang ditampilkan oleh PT. Telkom mengenai karyawan mempunyai kecepatan untuk menanggapi keluhan konsumen tidak dapat memenuhi harapan

pelanggan dengan gap sebesar 0,24. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pelanggan **tidak puas** atas Daya Tanggap yang ditampilkan oleh karyawan PT. Telkom (rata-rata pelayanan yang diterima < rata-rata pelayanan yang diharapkan).

5. Dimensi Jaminan

Skor *pelayanan yang diharapkan* untuk dimensi Jaminan mempunyai nilai rata-rata 4,32. Skor tertinggi harapan pelanggan terletak pada item No. 12 (440 dengan rata-rata 4,40), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai harapan yang besar supaya karyawan mampu untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan atas pekerjaan yang telah dilakukan. Skor terendah harapan pelanggan terletak pada item No. 10 (428 dengan rata-rata 4,28), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai harapan yang kecil supaya perusahaan menjamin pekerjaan yang telah dilakukan oleh karyawannya.

Sementara itu skor *pelayanan yang diterima* untuk dimensi yang sama mempunyai nilai rata-rata 4,17. Skor tertinggi penerimaan responden terletak pada item No. 11 (424 dengan rata-rata 4,24), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai anggapan bahwa perusahaan menjamin atas perbaikan yang telah dilakukan oleh karyawannya. Skor terendah penerimaan responden terletak pada item No. 12 (414 dengan rata-rata 4,14), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai anggapan bahwa karyawan tidak mampu untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan atas pekerjaan yang telah dilakukan.

Dari hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa pelayanan yang ditampilkan oleh PT. Telkom mengenai karyawan mampu untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan atas pekerjaan yang telah dilakukan tidak dapat memenuhi harapan pelanggan dengan gap sebesar 0,26. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pelanggan **tidak puas** atas Jaminan yang ditampilkan oleh karyawan PT. Telkom (rata-rata pelayanan yang diterima < rata-rata pelayanan yang diharapkan).

6. Dimensi Empati

Skor *pelayanan yang diharapkan* untuk dimensi Empati mempunyai nilai rata-rata 4,21. Skor tertinggi harapan pelanggan terletak pada item No. 13 (428 dengan rata-rata 4,28), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai harapan yang besar supaya karyawan mampu untuk menjelaskan berbagai solusi atas masalah yang dihadapi pelanggan. Skor terendah harapan pelanggan terletak pada item No. 15 (417 dengan rata-rata 4,17), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai harapan yang kecil supaya karyawan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi.

Sementara itu skor *pelayanan yang diterima* untuk dimensi yang sama mempunyai nilai rata-rata 4,30. Skor tertinggi penerimaan responden terletak pada item No. 15 (431 dengan rata-rata 4,31), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai anggapan bahwa karyawan mampu memberikan solusi atas masalah yang dihadapi pelanggan. Skor terendah penerimaan responden terletak pada item No. 14 (429 dengan rata-rata 4,29), hal ini berarti bahwa pelanggan mempunyai anggapan bahwa karyawan mempunyai kemampuan yang baik untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

Dari hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa pelayanan yang ditampilkan oleh PT. Telkom mengenai karyawan mampu untuk menjelaskan berbagai solusi atas masalah yang dihadapi pelanggan dapat memenuhi harapan pelanggan dengan gap sebesar 0,02. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pelanggan **puas** atas Empati yang ditampilkan oleh karyawan PT. Telkom (rata-rata pelayanan yang diterima > rata-rata pelayanan yang diharapkan).

Dari hasil analisis data tersebut maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis pada bab sebelumnya maka dapat dikatakan bahwa pelanggan atau konsumen PT. Telkom Semarang **tidak puas** terhadap item No.1 (kerapian penampilan karyawan) dan item No. 2 (karyawan mempunyai kemampuan kerja yang baik) pada dimensi Bukti Fisik.
2. Pelanggan atau konsumen PT. Telkom Semarang **tidak puas** terhadap item No. 4 (memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan), item No. 5 (karyawan mampu memperbaiki kerusakan) dan item No. 6 (karyawan mampu melayani keluhan pelanggan) pada dimensi Keandalan.
3. Pelanggan atau konsumen PT. Telkom Semarang **tidak puas** terhadap item No. 7 (memberi tanggapan atas keluhan), item No. 8 (karyawan berkomunikasi dengan baik) dan item No. 9 (karyawan cepat menanggapi keluhan pelanggan) pada dimensi Daya Tanggap.
4. Pelanggan atau konsumen PT. Telkom Semarang **tidak puas** terhadap item No. 10 (perusahaan menjamin hasil pekerjaan karyawannya), item No. 11 (perusahaan menjamin perbaikan yang telah dilakukan) dan item No. 12 (karyawan mampu memberikan kepercayaan pada pelanggan) pada dimensi Jaminan.
5. Pelanggan atau konsumen PT. Telkom Semarang **puas** terhadap item No. 13 (karyawan menjelaskan solusi), item No. 14 (karyawan berkomunikasi dengan baik pada pelanggan) dan item No. 15 (karyawan mampu memberikan solusi) pada dimensi Empati.
6. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pelanggan **tidak puas** terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan PT. Telkom Semarang (jumlah rata-rata *pelayanan yang diterima* oleh pelanggan < jumlah rata-rata *pelayanan yang diharapkan* oleh pelanggan). Hal ini jelas terlihat dari banyaknya jumlah kunjungan pelanggan kepada PT. Telkom Semarang selama tahun 2002.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, berkat, dan hidayahNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul : **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN (Studi Kasus Pada Distrik Telekomunikasi Semarang).**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari telah banyak mendapat bimbingan dan bantuan, saran-saran serta masukan yang sangat bermanfaat dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Vincent Didiek WA, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak, Ben. Karno, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan perhatian dan bimbingan serta mengarahkan dan membantu penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dosen dan Staf Pengajaran Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Bapak Imam Wahyudi, selaku Manager Dukungan SDM Kantor Distrik Telekomunikasi Semarang yang telah memberikan ijin bagi penulis untuk melakukan penelitian.
5. Keluargaku tercinta, Alm. Bapak, Ibu, Mbak Ita, Alex, atas semua dukungan, kasih sayang, cinta, dan doanya.
6. Tanti, istri tercinta atas semua dukungan, dorongan dan doanya.
7. Priyo “Jumbo”, Mas Yoseph, Nusworo, Jendoz, Bedhor dan seluruh kru Tembalang.

8. Seluruh teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu hingga selesainya penulisan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk lebih memperbaiki dan menyempurnakan penulisan selanjutnya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.



Semarang, April 2003

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.3.1. Tujuan Penelitian	4
1.3.2. Kegunaan Penelitian	4
1.4. Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Definisi Kualitas Jasa / Pelayanan	7
2.1.2. Dimensi Kualitas Jasa / Pelayanan	9

2.1.3. Kepuasan Konsumen	11
2.1.4. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	13
2.2. Kerangka Pemikiran	15
2.3. Definisi Operasional	16

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian	18
3.2. Populasi dan Sampel	18
3.2.1. Populasi	18
3.2.2. Sampel	18
3.3. Jenis dan Sumber Data	19
3.4. Metode Pengumpulan Data	20
3.5. Metode Pengujian Data	21
a. Uji Validitas	21
b. Uji Reliabilitas	23
3.6. Metode Analisis	25
3.6.1. Analisis Data Kualitatif	25
a. Customer Gap	26

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	28
4.1.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	28
4.1.2. Sekilas Kadistel Semarang	29
4.1.3. Kegiatan Usaha	32
4.1.4. Produk Usaha	32

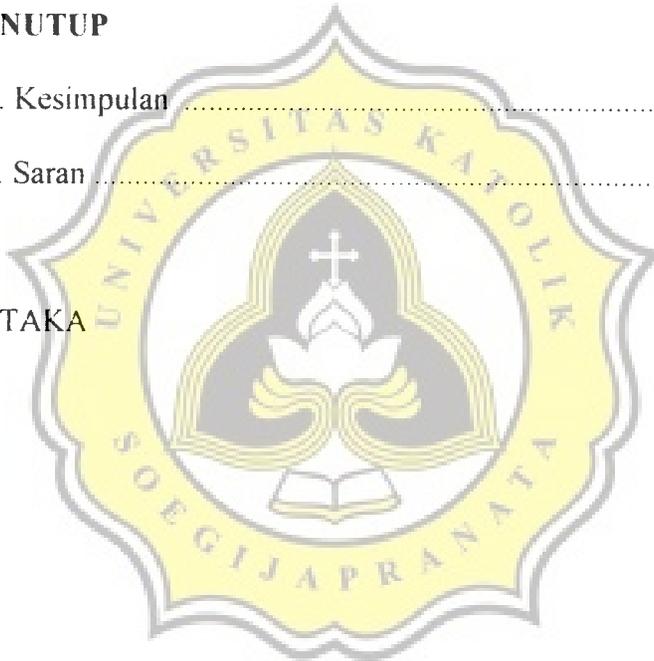
4.1.5. Saluran Penjualan	33
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	35
4.2.1. Gambaran Umum Responden	35
4.1.1.1 Responden menurut Umur	35
4.1.1.2 Responden menurut Jenis Kelamin	36
4.1.1.3 Responden menurut Pekerjaan	36
4.1.1.4 Responden menurut Pendidikan	37
4.2.2. Analisis Deskriptif	39

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	49
5.2. Saran	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laporan Kunjungan Pelanggan PT. Telkom Semarang tahun 2002
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Variabel X
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Y
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y
Tabel 4.1	Umur Responden
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden
Tabel 4.3	Jenis Pekerjaan Responden
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan



DAFTAR GAMBAR

- GAMBAR 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen
- GAMBAR 2.2 Kerangka Pemikiran
- GAMBAR 4.1 Struktur Organisasi

