



UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

SKRIPSI

**KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN
PT.ALBATROSS DIVE CENTRE DI BALI**

DIAJUKAN OLEH :

NAMA : MEGAWATI

NIM : 115070405

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT – SYARAT

GUNA MENCAPAI GELAR

SARJANA EKONOMI

2012

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKIRPSI

NAMA : MEGAWATI

NIM : 115070405

PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANEJEMEN

MATA KULIAH POKOK : MANAJEMEN PEMASARAN

**JUDUL SKRIPSI :KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS
PELAYANAN PT.ALBATROSS DIVE CENTRE
DI BALI**

Jakarta, Januari 2012

Dosen Pembimbing

(Elvi Anggraeni Tjandra, SE, MM)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
SETELAH LULUS UJIAN KOMPREHENSIF / SKRIPSI

NAMA : MEGAWATI
NIM : 115070405
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
MATA KULIAH POKOK : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS
PELAYANAN PT.ALBATROSS DIVE CENTRE
DI BALI

TANGGAL : JANUARI 2012

KETUA PENGUJI :

(DRS. Mukti Rahardjp, MM)

TANGGAL : JANUARI 2012

ANGGOTA PENGUJI :

(Elvi Anggraeni Tjandra, SE, MM)

TANGGAL : JANUARI 2012

ANGGOTA PENGUJI :

(DRS. Azmi Rozali Safuan)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) MEGAWATI (115070405)
- (B) KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN
PT. ALBATROSS DIVE CENTRE DI BALI
- (C) Xiv + 85 halaman , 2012 ,tabel 11, gambar 10 ; lampiran 28
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap PT. ALBATROSS DIVE CENTRE di Bali dan untuk mengetahui berbagai permasalahan yang di hadapi dalam mencapai kepuasan konsumen atas pelayanan PT. ALBATROSS DIVE CENTRE. Metode penarikan sample menggunakan convenient sampling. Kuesioner menggunakan pertanyaan tertutup. Analisis dilakukan dengan Skala Likert, Importance Performance Analysis dan GAP Analysis. Hasil penelitian, secara umum dilihat dari hasil penelitian konsumen merasa puas atas hasil kinerja yang diberikan oleh PT. ALBATROSS DIVE CENTRE di Bali, hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang menggunakan GAP Analysis yang menunjukkan perbandingan antara harapan konsumen dan kinerja dari dimensi kualitas pelayanan menunjukan bahwa dari 15 pertanyaan 12 diantaranya menghasilkan GAP positif yang berarti hasil kinerja sudah dapat memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas
- (F) Daftar acuan 12 (1988 – 2007)

(G) Elvi Anggraeni Tjandra, SE, MM

I relized I am not the best

So ,just do my best and prepare for the worst

And, let god the rest

Because,he knows the best things for my life

Karya ini saya persembahkan untuk :

yang tercinta papa, mama,

dua kakak, satu adik dan teman teman sekalian.

KATA PENGANTAR

A.

B. Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat dan bimbingan-Nya yang senantiasa menyertai saya dalam rangka pembuatan skripsi ini, untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan S1 Manajemen Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, nasehat, dan doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya, yaitu kepada yang terhormat:

1. Ibu Elvi Anggraeni Tjandra, SE, MM., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan petunjuk, bimbingan dan pengarahan yang sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sukrisno Agoes, Ak., MM., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Segenap Dosen dan Staf Pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada saya selama masa perkuliahan.

5. Kedua orang tua tercinta, dua kakak dan satu adik yang telah memberikan doa, dorongan, semangat dan dukungannya baik secara moril maupun materiil sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Pimpinan dan seluruh konsumen PT.Albatross Dive Centre di Bali yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan keterangan dan penjelasan yang dibutuhkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Teman seperjuangan (KoriViony, Puspa, Novi, Fina, Meryska) yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat untuk saya dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bagong, Febby, Ade, Karina, Dona serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik isi, tatabahasa, maupun dari segi penyusunan, mengingat keterbatasan kemampuan saya. Karena nya saya dengan tangan terbuka bersedia menerima kritik dan saran guna melengkapi skripsi ini agar menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Januari 2012

Penulis,

(Megawati)

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

DAFTAR LAMPIRAN	xiv
-----------------------	-----

BAB I PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Identifikasi Masalah.....	3
3. Pembatasan Masalah	4
4. Perumusan Masalah	5
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5

BAB II LANDASAN TEORI

A. Definisi Variabel	6
B. Kerangka Teori	7
C. Penelitian yang Relevan	11
D. Kerangka Pemikiran	12

BAB III METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Metode Pemilihan Sampel	14
B. Operasionalisasi Variabel	14
C. Metode Pengumpulan Data	17
D. Teknik Uji Validitas dan Reliabilitas	18

E. Teknik Analisis Data	19
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Uji Validitas dan Reliabilitas	22
B. Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian	26
1. Subjek Penelitian	26
2. Objek penelitian	29
C. Hasil Analisis Data	30
D. Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	53
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	57
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	85

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 3.1. Indikator Variabel Penelitian.....	1
6	
Tabel 3.2. Skala Likert untuk Seluruh Variabel.....	1
7	
Tabel 4.1. Hasil Pengujian Validitas Harapan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan.....	

23

Tabel 4.2. Hasil Pengujian Validitas Kinerja Terhadap Kualitas Pelayanan

.....

24

Tabel 4.3. Hasil Pengujian Reliabilitas Harapan Konsumen atas Kualitas

Pelayanan.....

2

5

Tabel 4.4. Hasil Pengujian reliabilitas Kinerja atas Kualitas

Pelayanan.....

2

6

Tabel 4.5. Analisis Mean dari Tingkat Harapan Atribut-Atribut Kualitas

Pelayanan..... 36

Tabel 4.6. Analisis Mean dari Tingkat Kinerja Atribut- Atribut Kualitas

Pelayanan.....

3

9

Tabel 4.7. Mean dari Tingkat Kinerja dan Kepentingan..... 43

Tabel 4.8. Pengelompokan Atribut kualitas Pelayanan menurut Kuadrannya

.....

4

5

Tabel 4.9. GAP Analysis 49

DAFTAR GAMBAR

HALAMAN

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	13
Gambar 3.1. <i>Importance Performance Analysis</i>	20
Gambar 4.1. Struktur Perusahaan	28
Gambar 4.2. Jenis Kelamin	30
Gambar 4.3. Usia	31
Gambar 4.4. Status Pernikahan	32
Gambar 4.5. Pendidikan	33
Gambar 4.6. Pekerjaan	34
Gambar 4.7. Lamanya Konsumen Berkunjung.....	35
Gambar 4.8. <i>An Importance Performance Analysis</i> dengan sumbu Relatif	

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner	57
Lampiran 2.	Input Karakteristik Responden	61
Lampiran 3.	Input Harapan	64
Lampiran 4	Input Kinerja	67
Lampiran 5	Uji Validitas dan Reliabilitas Harapan	70
Lampiran 6	Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang

Intensitas persaingan berskala global menuntut pergeseran dalam dunia bisnis. Permasalahan yang dihadapi perusahaan tidak hanya bagaimana perusahaan tersebut memproduksi dan memasarkan produknya saja, akan tetapi adalah bagaimana pandangan suatu perusahaan tentang konsumen.

Misi dari suatu perusahaan tidak lagi berupa laba, melainkan penciptaan dan penambahan nilai bagi konsumen. Laba merupakan konsekuensi vital dari proses penciptaan dan penambahan nilai. Dengan demikian laba merupakan hasil atau akibat dari tujuan. Sementara itu, penambahan nilai mengandung arti penciptaan konsumen yang pas, karyawan yang loyal dan lebih besar. Nilai sebagai pemikiran konsumen atas seluruh kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhannya.

Industri jasa saat ini telah berkembang tidak hanya pada jenisnya, akan tetapi semakin dominan dan beragamnya kebutuhan akan jasa tersebut. Dalam industri ini kualitas sangat penting karena kualitas jasa berpengaruh besar atau berhubungan dengan kepuasan konsumen.

Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan sangat erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjamin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan itu memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan atau meningkatkan pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kepuasan yang dirasakan tergantung dari persepsi mereka terhadap harapan dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Apabila harapan pelanggan lebih besar dari tingkat layanan yang diterima, maka konsumen tidak puas. Demikian pula sebaliknya, apabila harapan sama atau lebih kecil dari tingkat layanan yang diterima, maka konsumen akan puas. Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks, dikarenakan dampak *bad word of mouth*. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya.

Salah satu industri jasa yang berkembang saat ini adalah jasa pelatihan dan pemandu penyelaman. Keberadaan industri jasa mendapat tempat tersendiri di kalangan masyarakat terutama para remaja yang menyukai alam bawah laut. Mereka mempunyai harapan bahwa setiap mengikuti pelatihan atau melakukan penyelamaan dapat menambah ilmu tentang budaya laut, kesenangan pada diri sendiri dan pengalaman akan keindahan laut secara langsung. Maka sebagai implikasinya, maka tingkat persaingan antar perusahaan sejenis akan semakin meningkat.

Salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini adalah banyak sedikitnya konsumen yang terjaring. Hal ini dipengaruhi oleh sejauh

mana perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kepuasan konsumennya. Apabila kinerja pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen maka kepuasan konsumen akan tercapai dan semakin banyak jumlah pelanggan yang terjaring.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Kalau kinerja sesuai harapan, konsumen akan sangat puas. Serta apabila kinerja melampaui harapan, konsumen akan sangat senang atau sangat puas.

Melihat penyelaman dalam laut merupakan industri jasa dimana kepuasan konsumen merupakan faktor yang terpenting, maka penelitian terhadap kualitas pelayanan dengan tujuan adanya peningkatan mutu layanan dan untuk jangka panjang mempertahankan konsumen.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

- Faktor – faktor yang menyebabkan konsumen puas akan kualitas pelayanan.
- Untuk dapat bertahan pada persaingan yang ketat perusahaan-perusahaan jasa penyelaman perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.

- Kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan penyelaman pada PT. ALBATROSS DIVE CENTRE di Bali.

3. Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan biaya, waktu, dan tenaga serta faktor-faktor yang ada, penulis membatasi objek penelitian ini yaitu pada kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan penyelaman, karena apabila konsumen puas terhadap kualitas pelayanan dapat menyebabkan konsumen loyal maka konsumen akan selalu menggunakan jasa pelayanan tersebut, konsumen akan membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan jasa pelayanan tersebut, dan konsumen akan mengajak orang lain untuk menggunakan jasa pelayanannya. Sedangkan subjek penelitian dibatasi pada konsumen PT. ALBATROSS DIVE CENTRE di Bali karena konsumen yang puas akan kualitas pelayanan yang diberikan akan membuat konsumen itu kembali lagi untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut dalam melakukan penyelamaan lagi. Oleh karena itu, penulis terdorong untuk melakukan analisis dari segi kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan PT. ALBATROSS DIVE CENTRE dengan judul “KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN PT. ALBATROSS DIVE CENTRE DI BALI”.

4. Perumusan masalah

Dari uraian diatas maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :
Apakah kualitas pelayanan dapat menimbulkan kepuasan konsumen pada PT. ALBATROSS DIVE CENTRE di Bali?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dapat menimbulkan kepuasan konsumen PT. ALBATROSS DIVE CENTRE di Bali.

2. Manfaat

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan perusahaan-perusahaan khususnya jasa penyelaman dapat mengetahui apakah kualitas pelayanan dapat menimbulkan kepuasan pelanggan.
- b. Dengan memberikan masukan kepada PT. ALBATROSS DIVE CENTRE sebagai objek penelitian untuk dapat mengetahui dan mengevaluasi hal-hal apa saja yang harus diperbaiki guna meningkatkan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen penyelaman.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi para peneliti di masa yang akan datang dalam meneliti masalah yang sama untuk mengenai kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis Slamet Wiyono dan M. Wahyuddin. (2005). “ *Studi Tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten* ”., Surakarta: Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Aritonang R., Lerbin R. 2007. *Riset pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Gustafsson, A., Johnson, M. D. and Roos, I. 2005. “ *The Effects of Customer Satisfaction, Relationship Commitment Dimensions, and Triggers on Customer Retention* ”., *Journal of Marketing*, 69 (October): 210-218
- Hayes, Bob. E. 2008, “*Measuring Customer Satisfaction and Loyalty* ”., Third Edition. ASQ Quality : Wisconsin
- Hill, Nigel and Alexander, Jim (2000), “ *Handbook of customer satisfaction and loyalty measurement* ”., England: Gower Publishing Limited
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2006), *Marketing management*. Upper Saddle River
- Matzler, K., Hinterhuber, H. H., Bailom, F., Renzl, B., Pichler, J., “ *The asymmetric relationship between attribute-level performance and overall customer satisfaction: a reconsideration of the importance–performance analysis* ”., *Industrial Marketing Management* 33 (2004): 271– 277
- Olorunniwo, Festus., and, Maxwell K. Hsu (2006), "A *typology analysis of service quality, customer satisfaction and behavioural intentions in mass services* "., *Managing Service Quality*, Vol. 16 No. 2 p. 106-113
- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry (1988), “ *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring perceptions of service quality* ”., *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40
- Purnama, Nursya'bani. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta

Steven A. Sinclair, Edward C. Stalling, (1990) “*Perceptual Mapping: a Tool for Industrial Marketing: a Case study*”, Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 5 Iss: 1, pp.55 – 66

Yamit, Zulian. (2005).*Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama, cetakan keempat, Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta