

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus Konsumen Kartu *simPATI* di SMA Batik 1 Surakarta)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

RIZAL FAISAL

B 100 040 120

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media komunikasi yang bermutu tinggi dan mampu mengakomodasikan setiap bentuk kegiatan usaha maupun pribadi menjadi sebuah kebutuhan primer pada era globalisasi ini. Informasi datang dari segala penjuru dunia masuk deras tanpa dibendung ditengah iklim persaingan bebas. Berbagai macam media komunikasi dengan teknologi canggih yang diciptakan menjadi jembatan informasi dunia. Adapun salah satu media informasi yang menjadi peran penting adalah komunikasi langsung melalui telepon.

Sistem telepon bergerak seluler (STBS) merupakan salah satu alat komunikasi yang mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 1986. Sistem ini dikenal sebagai telepon seluler atau ponsel yang peminatnya cukup banyak. Harga perunit dari STBS yang sangat mahal menyebabkan STBS hanya digunakan oleh kalangan atas saja.

Kini telah berkembang teknologi STBS terbaru yang dikenal dengan *System for Mobile Telecommunication* atau GSM. Sebelumnya pelayanan seluler GSM menggunakan sistem analog yang dapat disadap atau digandakan. Dengan semakin berkembangnya jaman, sekarang telepon seluler GSM memiliki berbagai keunggulan diantaranya anti sadap dan anti penggandaan dan yang paling penting harga dari telepon seluler GSM dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

Saat ini ada beberapa perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang telekomunikasi dengan mengeluarkan SIM *card* diantaranya adalah PT. Telkomsel. PT. Telkomsel dengan perusahaan-perusahaan komunikasi lainnya bersaing untuk memenuhi kebutuhan dari para konsumennya dengan memberikan berbagai fasilitas agar dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Unsur penting yang sangat diperhatikan oleh perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan dan jasa seluler (ponsel) adalah daya jangkauan yang luas, kapasitas yang memadai, biaya atau tarif yang sesuai, mutu yang selalu ditingkatkan atau jasa nilai tambahan.

Konsumen merupakan sosok individu atau kelompok yang mempunyai peranan *urgent* bagi operasional perusahaan. Hal ini disebabkan keberadaan konsumen mempunyai akses terhadap eksistensi produk di pasaran sehingga semua kegiatan perusahaan akan diupayakan untuk bisa memposisikan produk agar dapat diterima oleh konsumen.

Berbagai ragam fasilitas dan keunggulan yang ditawarkan oleh perusahaan menjadi dasar bagi konsumen untuk melakukan tindakan pemilihan atas tersedianya berbagai alternatif produk. Tindakan konsumen itu merupakan suatu refleksi dari rangkaian proses tahapan pembelian dimana implikasi atas tindakannya tersebut akan mengantarkan pada suatu penilaian bahwa produk dapat diterima oleh pasar atau justru terjadi penolakan oleh pasar. Keberadaan berbagai macam alat pemuas kebutuhan di pasar telah menyebabkan konsumen menjadi selektif terhadap keberadaan produk relevansinya dengan pemilihan suatu merek produk untuk pemuasan kebutuhan.

Kualitas pelayanan merupakan pengukuran terhadap tingkat layanan yang diberikan atau yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan. Penilaian kualitas pelayanan yang banyak digunakan oleh para peneliti industri jasa adalah skala pengukuran SERVQUAL, yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk (1985) Murwanti dan Nursiam, 2004: 96), yang mengidentifikasi lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, yaitu bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Adanya kesesuaian antara kualitas pelayanan dengan harapan ini akan memunculkan kepuasan pada diri konsumen. Berdasarkan hal itu dilakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Konsumen Kartu *simPATI* di SMA Batik 1 Surakarta)”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Manakah diantara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dilaksanakan adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui diantara variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan diperoleh beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini penting karena implikasi strategis yang dihasilkan dari temuan dapat mengidentifikasi berbagai faktor kritikal yang perlu diperhatikan dalam mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen *simPATI* di SMA Batik 1 Surakarta, sehingga dapat menerapkan strategi yang tepat untuk semakin meningkatkan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran untuk Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai prasyarat untuk menempuh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Surakarta dan harapan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh selama mengikuti proses perkuliahan, khususnya mengenai pendidikan pemasaran guna membentuk kepuasan konsumen.