

ABSTRAK

Setiap perusahaan pasti menginginkan pelayanan yang terbaik bagi seluruh pelanggannya. Oleh sebab itu perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah pelanggan merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan PT PTI dan Apakah kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh PT PTI sudah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Untuk mengatasi permasalahan diatas dalam penelitian ini dilakukan perancangan kuesioner menurut empat dimensi servqual, yaitu, assurance, tangibles, empathy, dan responsiveness, menentukan jumlah sample minimum kuesioner, uji validitas, uji reliabilitas, dan perhitungan nilai servqual. Dalam pembuatan laporan ini metode yang digunakan untuk merumuskan kebutuhan pelanggan adalah analisis service quality (ServQual).

Kesimpulan yang didapat berdasarkan analisis service quality adalah gap skor antara kebutuhan pelanggan dengan performa perusahaan. Lalu dipetakan kedalam diagram Cartesius, sehingga didapat klasifikasi atribut yang menjadi prioritas perbaikan pelayanan perusahaan. Berdasarkan analisa Servqual, 15,73% pelanggan menyatakan sangat puas dan 43,96% pelanggan puas terhadap pelayanan. Berdasarkan Matriks Performance dan Kepentingan, atribut Promo dan Aktif Melayani Konsumen, berada pada kuadran I pelayanan yang diberikan dinilai masih rendah sehingga atribut ini kedepannya diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan. Sedangkan Atribut Kualitas Produk, Invoice, Hadiah, Stand By di Counter dan Mendengarkan Konsumen berada pada kuadran 2 pelayanan yang diberikan tinggi sehingga atribut ini perlu dipertahankan kualitasnya

Kata kunci : Dimensi Servqual, Gap Skor, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

Every company would want the best service for all customers. Therefore, the formulation of the problem in this research is Is customer satisfaction with the services provided by PT PTI and Is the quality of service rendered by PT PTI has met the needs and expectations of customers. For overcome the above problems in this research, questionnaire design according to four dimensions servqual, ie, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness, determine the minimum amount of questionnaire sample, test validity, test reliability, and value calculation servqual. In making this report the methods used to formulate the needs of customers is the analysis of service quality (ServQual).

The conclusion is based on the analysis of service quality is the score gap between the needs of the customer with the performance of the company. Then mapped into a Cartesian diagram, in order to get a classification attribute priority repair service company. Based on the analysis Servqual, 15.73% stated very satisfied customers and 43.96% customers are satisfied with the service. Based on the Matrix Performance and interests, attributes Promo and Active Serve Consumers, located in quadrant I care is still considered low given that these attributes are prioritized to do repairs in the future. While Product Quality Attributes, Invoice, Gift, Stand By, and Listening to Consumers in counters are in quadrant 2 so that the service provided high quality attributes need to be

Keywords : Dimensions of SERVQUAL, Gap Score, Quality of Service