

ABSTRAK

“ ANALISA PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TRAINING CENTER PT. XYZ “

Di tengah persaingan pada sektor industri saat ini, mengharuskan para pelakunya untuk terus meningkatkan daya saing, salah satunya adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Untuk meningkatkan kualitas SDM, PT. XYZ mendirikan sebuah Training Center yang berdiri di bawah naungan Departement HR&GA. Training Center merupakan pusat pendidikan dan pelatihan yang bergerak dibidang teknik manufaktur. Selain itu juga menjadi pusat orientasi karyawan baru PT. XYZ, agar bisa mempertahankan kualitas dan mampu meningkatkan lagi kualitas yang ingin dicapai, maka Training Center PT. XYZ perlu memperhatikan aspek dari kepuasan pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada setiap pelaksanaan pelatihan. Dimensi kepuasan pelanggan yang diukur adalah Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangibles.

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survey yaitu dengan menyebarkan kuisioner kepada pelanggan. Populasi dari peserta pelatihan sebanyak 163 orang pelanggan. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara accidental sampling, maka diperoleh besarnya jumlah sampel sebanyak 45 responden.

Hasil penelitian kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas Dimensi assurance dengan nilai kesenjangan -0.46, dan nilai tingkat kepuasan 89,76%, Dimensi reliability dengan nilai kesenjangan -0.41, dan nilai tingkat kepuasan 90,72%. Dimensi responsiveness dengan nilai kesenjangan -0.38, dan nilai tingkat kepuasan 91,24%. Dimensi tangibles dengan nilai kesenjangan -0.34, dan nilai tingkat kepuasan 91,94%. Dimensi assurance dengan nilai kesenjangan -0.19, dan nilai tingkat kepuasan 95,48%.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, kualitas pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles)

ABSTRACT

“ANALYSIS OF COSTUMER SATISFACTION MEASUREMENT IN TRAINING CENTER OF PT. XYZ”

In the midst of competition in the industrial sector today, requires the perpetrator to continue to improve the competitiveness, one of which is to improve the quality of human resources. To improve the quality of human resources, PT. XYZ established a Training Center established under the auspices of the Department of HR & GA. Training Center is a central of education and training in the field of manufacturing engineering. It also became the center of a new employee PT. XYZ orientation, in order to maintain the quality and to increase the quality to be achieved, then the Training Center PT. XYZ needs to pay attention to aspects of customer satisfaction.

The purpose of this study is to measuring costumer satisfaction on every training. Dimensions of costumer satisfaction are reability, responsiveness, assurane, emphaty and tangibles.

The research method used is a survey method. It spreads some quisioners to costumers. Populations from the costumers are 163 costumer by using accidental sampling technique 45 respondents are founded.

The result of costumer satisfaction research show that the quality of assurance dimension is -0.46 gap value, and the value of 89.76% satisfaction rate, reliability dimension with a value of -0.41 gap, and the value of 90.72% satisfaction rate. The dimensions of responsiveness to the value gap -0.38, and the value of 91.24% satisfaction rate. Tangibles dimension with a value of -0.34 gap, and the value of 91.94% satisfaction rate. Assurance dimension with a value of -0.19 gap, and the value of 95.48% satisfaction rate.

Keyword : Customer satisfaction, Quality of service (Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles).