

ABSTRAK

Buku ini milik
PERPUSTAKAAN UMB
Harap dijaga keutuhannya

Semakin meningkatnya persaingan yang terjadi antar perusahaan, baik besar maupun kecil, baik di bidang barang maupun jasa, menjadi pertimbangan untuk menciptakan keunggulan kualitas produk dan pelayanan yang baik di setiap perusahaan.

Dalam Tugas Akhir ini, penulis melakukan penelitian dengan mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang telah diberikan oleh PT. GLOBAL NIAGA PERSADA kepada pelanggan yang datang untuk berbelanja. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengajukan kuisioner kepada pelanggan yang berbelanja di Mini Market Ceriamart yang kemudian diolah untuk mengetahui nilai kepuasan dan nilai kepentingan serta nilai service quality (Gap Score) antara kepuasan dan kepentingan tersebut.

Hasil penelitian tersebut kemudian dianalisa untuk mengetahui atribut-atribut mana saja yang menjadi prioritas perhatian untuk peningkatan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan belum memenuhi tingkat kepuasan, hal ini dapat terlihat dari nilai Gap Score keseluruhan (-0,44). Berdasarkan ranking peratribut, yang perlu diprioritaskan dalam melakukan perbaikan dan peningkatan adalah atribut 6 dan 11 dengan nilai Gap Score (-1,24) dan (-0,88). Sedangkan bila dilihat berdasarkan ranking perdimensi maka yang perlu diprioritaskan dalam perbaikan dan peningkatan secara berurutan adalah : Responsiveness (-1,24), Tangibles (-0,88), Assurance (-0,64), Empathy (-0,36), Reliability (-0,30).

Kata Kunci : *Kepuasan, Pelanggan, Kuisioner, Metode Service Quality*

ABSTRACT

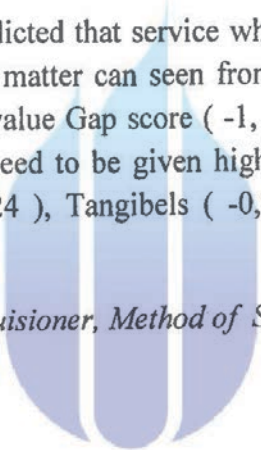
Growing of emulation that happening among company, even small or big, even for goods area and service, becoming consideration to create excellent of product quality and best service in each company.

In this final duty, writer doing research by measure mount satisfaction of customer which have been given PT. GLOBAL NIAGA PERSADA to customer who's go to shopping. This research is doing by making quisioner to customer who's shopping at Ceriamart Mini Market which has been processed to know satisfaction value and importance value and service quality (Gap Score) between importance and satisfaction.

That research result then we analysed to know where tribute which become attention priority for improvement and repair the quality of service which have been given.

Conclusion of this research indicted that service which have been given to customer not yet fulfilled level of satisfaction, this matter can seen from overall value (-044). Pursuant to ranking per attribute 6 and 11 with value Gap score (-1, 24) and (-0,88). If we seen by the ranking per dimension then which need to be given high priority in improvement and repair alternately is : Responsiveness (-1,24), Tangibels (-0,88), Assurance (-0,64), Emphaty (-0,36), and Reliability (-0,30).

Keywords : *Satisfaction, Customer, Quisioner, Method of Service Quality.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA