UNIVERSITAS MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi
Jurusan *Marketing Communication*

Ghita Hayyati (4430411 – 023)

Kepuasan Siswa- Siswi LBPP LIA Kalimalang terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh LBPP LIA Kalimalang

82 halaman, 1 website, 1 suratkabar, 26 buku

ABSTRAKSI

Dipilihnya LIA Kalimalang dikarenakan LIA Kalimalang adalah salah satu cabang terbesar LIA dengan fasilitas gedung sendiri sehingga sangat mungkin untuk lebih leluasa berkembang nantinya. Namun jumlah siswa di LIA Kalimalang terus menurun dalam satu tahun belakangan ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan LBPP LIA Kalimalang yang diberikan kepada siswa – siswinya dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan mereka sebagai pelanggan

Prinsip dasar yang melandasi pentingnya pengukuran kepuasan konsumen adalah "*doing best what matters most to the customers*". Menurut Hill, Brierly & Macdugall (1999), kepuasan konsumen merupakan ukuran kinerja produk total sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan konsumen (customer satisfaction). Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan konsumen. Seperti yang dijelaskan oleh Leonard Berry dan Valarie Zeithaml dalam bukunya *Delivering Quality Service* (1990) bahwa konsep untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah melalui RATER- *Reliability, Assurance,Tangible, Emphaty, Tangible dan Responsiveness.* Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian didapat melalui penyebaran kuesioner, kemudian dimanifestasikan dalam angka-angka dan tabel yang terukur. Populasi yang dilakukan penulis dalam penelitian adalah siswa-siswi LBPP LIA Kalimalang tahun pelajaran 2009. Penulis memilih siswa – siswi LBPP LIA Kalimalang yang sekarang sedang belajar pada level High Intermediate 2, High Intermediate 3, dan High Intermediate 4.

Khususnya untuk elemen *responsiveness*, hendaknya dicari solusi yang baik untuk meningkatkan pelayanan pada elemen ini. Bagaimanapun juga, di era sekarang ini dimana persaingan bisnis semakin ketat, sikap cepat tanggap terhadap konsumen juga menjadi sangan penting, karena kekecewaan mereka atas respon yang lambat dapat menjadi catatan yan kurang baik dikemudian hari.