

SKRIPSI

PENGUKURAN KEPUASAN KONSUMEN TELKOMSEL PASCA BAYAR DI SURABAYA



Disusun oleh :

SHINTA DEWI PURNAMA LIEM
5303099049

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2004

No. 1005	1496/05
2 Februari 2005	FTI
No. 1005	FTI lie 1-1
1 (satu)	

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang berjudul "Pengukuran Kepuasan Konsumen Telkomsel Pasca Bayar di Surabaya" telah diperiksa dan disetujui sebagai bukti bahwa mahasiswa :

Nama : Shinta Dewi Purnama Liem

NRP : 5303099049

Telah menyelesaikan sebagian persyaratan kurikulum jurusan Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik.

Surabaya, 23 Juli 2004

Pembimbing I,

(Anastasia Lidya, ST., MSc, MMT)
NIK : 531.03.0564

Pembimbing II,

(Dian Retno Sari Dewi, ST, MT)
NIK : 531.97.0298

Dewan Penguji

Ketua,

(Kwa See Yong, ST, MT) NIK. 531.97.0299

Anggota I,

(Joko Mulyono, STP, MT) NIK. 531.98. 0325

Anggota II,

(Martinus Edy S., ST, MT) NIK. 531.98.0305

Fakultas Teknik,

Dekan

(Ir. Nani Indraswati)

NIK : 521.86.0221

Jurusan Teknik Industri,

Ketua Jurusan,


(Dian Retno Sari Dewi, ST, MT)

NIK : 531.97.0298

ABSTRAK

Saat ini banyak sekali bermunculan telepon seluler baru yang ditawarkan pada masyarakat. Telepon seluler ini erat kaitannya dengan kartu telepon, dengan semakin majunya teknologi maka makin banyak pula fasilitas dan layanan yang mampu menarik minat konsumen. Kartu telepon seluler inilah yang akan dibahas terutama kartu telepon Telkomsel pasca bayar yang khusus di Surabaya.

Diantara sekian banyak layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh berbagai kartu telepon seluler, tidaklah mudah untuk mendapatkan fasilitas dan layanan yang bagus. Untuk itulah perlu diketahui tingkat kepuasan konsumen Telkomsel pasca bayar agar dapat melihat sampai mana layanan yang diberikan dan fasilitas apa saja yang perlu diperbaiki untuk perkembangan dikemudian hari.

Dengan analisa faktor variabel dibagi dalam 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Sedangkan pada analisa cluster dibagi pada 2 segmen yaitu atribut yang dipentingkan dan tidak dipentingkan. Untuk analisa gap dan kuadran terdapat kesenjangan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Dimana tingkat kepuasan konsumen masih kurang pada Telkomsel pasca bayar sehingga perlu dilakukan perbaikan pada beberapa fasilitas dan layanannya. Agar Telkomsel pasca bayar dapat memberikan *service quality* yang lebih baik dibandingkan pesaingnya.

Kata kunci: *Service Quality*, Analisa Faktor, Analisa Cluster, Analisa Diskriminan, dan Analisa Gap.

ABSTRACT

Recently, cellular industry has greatly developed and it brings great impact on cellular card industry. Telkomsel is one of the cellular phone brands in Indonesia. This paper discusses about the Telkomsel customer's satisfaction. It shows that customer's satisfaction is still low and it is needed to be improved. From factor analysis, it is found 2 variables called internal factor and external factor. While cluster analysis classifies Telkomsel's customer into 2 segments. From gap analysis, it proves that there is a gap between important level and satisfaction level.

Keywords: service quality, factor analysis, cluster analysis, discriminant analysis and gap analysis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala hikmat, rahmat dan karunianya sehingga skripsi dengan judul : “ Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Telkomsel Pasca Bayar di Surabaya” dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi program sarjana (S1) pada jurusan Teknik Industri Universitas Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik moril maupun materiil, baik dalam bentuk pengarahan, bimbingan dan fasilitas-fasilitas penunjang. Untuk itu, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ir. Nani Indraswati selaku Dekan Fakultas Teknik yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan skripsi.
2. Dian Retno Sari Dewi, S.T., M.T selaku Ketua Jurusan Teknik Industri dan dosen pembimbing yang telah membimbing selama pelaksanaan skripsi.
3. Anastasia Lidya Maukar, S.T., Msc selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis selama pelaksanaan skripsi.
4. Bapak Andi selaku pegawai Telkomsel, yang telah memberikan informasi dan bimbingan.
5. Papa dan mama yang telah memberikan semangat, dorongan dan doa.
6. Hermanto yang telah membantu dan memberikan dorongan dalam menyelesaikan skripsi.
7. Fony, atas informasi yang diberikan tentang Telkomsel pasca bayar.
8. Teman-teman Jurusan Teknik Industri yang telah memberikan dorongan dan bantuan serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis percaya bahwa segala bantuan yang telah diberikan akan mendapatkan balasan yang sebesar-besarnya dari Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis sadar bahwa penyusunan skripsi ini belum sempurna sepenuhnya, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan maupun kritikan dari para pembaca. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak.

Surabaya, Juli 2004

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Sistematika Penulisan	2
BAB II STUDI PUSTAKA	
2.1 Pengertian Produk Jasa	4
2.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Terciptanya Kepuasan Konsumen	6
2.1.2 Service Quality	7
2.2 Penentuan Sampel	8
2.3 Tipe Pertanyaan	9
2.4 Skala Likert	9
2.5 Reliabilitas dan Validitas Data	9
2.6 Analisa Faktor	11
2.7 Analisa Cluster	12
2.8 Analisa Diskriminan	13
2.9 Analisa Gap	15
2.10 Analisa Kuadran	16
BAB II METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Masalah	18
3.2 Penetapan Tujuan Penelitian	18
3.3 Studi Kepustakaan	18
3.4 Perancangan Riset Pasar	19
3.5 Kesimpulan dan Saran	20

BAB IV PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengambilan Sampel	22
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	23
4.3 Hasil Kuesioner	24
4.4 Analisa Faktor	27
4.5 Analisa Cluster	27
4.6 Analisa Diskriminan	28
4.7 Analisa Tabulasi Silang	29
4.8 Analisa Gap	30

BAB V ANALISA DAN INTERPRESTASI

5.1 Analisa Faktor	31
5.2 Analisa Cluster	37
5.3 Analisa Diskriminan	38
5.4 Analisa Tabulasi Silang	40
5.5 Analisa Gap	41
5.6 Analisa Kuadran	44
5.7 Analisa Perbaikan	46

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	48
6.2 Saran	49

DAFTAR PUSTAKA	51
----------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis Gap	17
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian	21
Gambar 5.1 Analisis Kuadran Konsumen Telkomsel Pasca Bayar	45

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Panduan penyebaran kuesioner	22
Tabel 4.2 Data Karakteristik Konsumen Telkomsel Pasca Bayar	24
Tabel 4.3 Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Pelanggan Telkomsel Pasca Bayar	25
Tabel 4.4 Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepuasan Pelanggan Telkomsel Pasca Bayar	26
Tabel 4.5 Hasil Faktor 1 dan Faktor 2	27
Tabel 4.6 Perbandingan Tingkat Kepentingan Variabel per Segmen	28
Tabel 4.7 Variabel yang Membedakan Segmen 1 dan Segmen 2	29
Tabel 4.8 Nilai <i>Asymp Sig.</i> Hasil <i>Chi Square</i>	29
Tabel 5.1 Perbandingan Tingkat Kepentingan per Segmen	38
Tabel 5.2 Variabel yang Membedakan Segmen 1 dan Segmen 2	39
Tabel 5.3 Karakteristik Segmen 1 dan Segmen 2	40
Tabel 5.4 Nilai <i>Asymp Sig.</i> Hasil Uji <i>Chi Square</i>	40
Tabel 5.5 Analisa Gap Konsumen Telkomsel Pasca Bayar	41
Tabel 5.6 Nilai Probabilitas Hasil Uji T-test	43
Tabel 5.7 Data Analisa Kuadran Pelanggan Telkomsel Pasca Bayar	44