

ABSTRAK SKRIPSI

Sejalan dengan kemajuan teknologi di segala bidang, menyebabkan terjadinya perubahan dalam lingkungan ekonomi, sosial dan budaya yang mengakibatkan berubahnya pola hidup dalam masyarakat. Masyarakat dewasa ini sangat memerlukan alat-alat bantu yang dapat mendukung daya kerjanya agar semakin optimal. Salah satu dari alat bantu tersebut adalah komputer. Hal ini sangat disadari oleh para produsen komputer dan merupakan peluang bisnis yang menguntungkan. Dengan banyaknya merek yang menawarkan produknya maka persaingan pun sangat ketat.

Dengan adanya persaingan dalam memasarkan produk yang dihasilkan timbullah ungkapan sebagai motto yang dilakukan untuk memuaskan keinginan konsumen yaitu "pembeli adalah raja". Pandangan ini dikembangkan dalam rangka untuk dapat mencapai sasaran pemasaran yaitu keuntungan badan usaha jangka panjang melalui pembinaan pelanggan dengan memberikan kepuasan bagi keinginan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut, kepuasan pelanggan kini menjadi trend penentu kesuksesan pemasar. Badan usaha harus mengupayakan pemasaran yang terkoordinasi yang berfokus pada pasar dan berorientasi kepada pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Dalam persaingan suatu kemenangan akan jatuh ke tangan yang paling berhasil membaca keinginan serta menyediakan nilai kepuasan yang tertinggi bagi konsumen. Dengan demikian seorang pemasar tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk dengan kualitas yang baik tetapi mutlak diperlukan suatu pelayanan yang baik kepada konsumen.

Dengan puasnya konsumen atau pelanggan maka diharapkan calon pembeli dapat diusahakan menjadi pembeli atau konsumen tetap, yaitu sebagai pelanggan. Usaha ini dapat meningkatkan jumlah pelanggan, dan sekaligus diharapkan meningkatnya market share dan volume penjualan badan usaha.

Penilaian konsumen terhadap kualitas layanan yang menyertai suatu produk utama tertentu dapat berbeda-beda. Ada konsumen yang mengatakan bahwa kualitas layanan itu baik, tetapi ada juga yang mengatakan bahwa kualitas layanan itu tidak baik.

Dengan adanya perbedaan dalam menentukan kualitas layanan tersebut mendorong penulis untuk mengetahui apakah kualitas layanan yang dilakukan oleh PT Texascom Hitek System sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis membatasi pembahasan mengenai kualitas layanan hanya ditinjau dari lima tingkatan produk yang meliputi Core Benefit (manfaat inti), Generic Product (produk berwujud), Expected Product (produk yang diharapkan), Augmented Product (produk tambahan) dan Potential Product (produk potensial).

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan (kuesioner) kepada sejumlah responden. Teknik sampling yang digunakan adalah Random Sampling dimana responden yang dipilih adalah konsumen yang telah membeli produk komputer di PT Texascom Hitek System di Surabaya. Jumlah responden yang dipilih dari populasi adalah sebanyak 30 orang. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal, sedangkan alat pengukurannya menggunakan skala Likert. Metode pengolahan data dilakukan dengan menggunakan uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov dua sisi untuk mengetahui apakah kualitas layanan PT Texascom Hitek System sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Disamping itu digunakan pula statistik deskriptif yang meliputi median, inter kuartil dan deviasi kuartil, yang kesemuanya ditinjau dari keseluruhan atribut produk dan masing-masing atribut produk, yaitu: Core Benefit, Generic Product, Expected Product, Augmented Product dan Potential Product.

Dari pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa ditinjau dari keseluruhan atribut produk, kualitas layanan PT Texascom Hitek System sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Sedangkan ditinjau dari masing-masing atribut produk, yaitu: aspek Core Benefit, kualitas layanan PT Texascom Hitek System sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Ditinjau dari aspek Generic Product, kualitas layanan PT Texascom Hitek System sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Ditinjau dari aspek Expected Product, kualitas layanan PT Texascom Hitek System sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen, ditinjau dari aspek Augmented Product, kualitas layanan PT Texascom Hitek System sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Sedangkan dari aspek Potential Product, kualitas layanan PT Texascom Hitek System belum sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

PT Texascom Hitek System diharapkan tidak terlalu berpuas diri akan hasil yang dicapai tetapi perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang

sudah baik terutama pada atribut yang dianggap konsumen kurang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. PT Texascom Hitek System juga perlu meneliti kembali atas masalah yang dijumpai pada atribut Potential Product dan mengambil jalan keluar untuk meningkatkan kualitas layanan pada atribut tersebut.

Surabaya, 28 Maret 1995

Penulis



(Oktavia Ekawati)



MENGETAHUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

(Drs.ec. Zaenal Kholik, Ak)



(Drs.ec. Johny Rusdiyanto)