

BAB V PEMBAHASAN

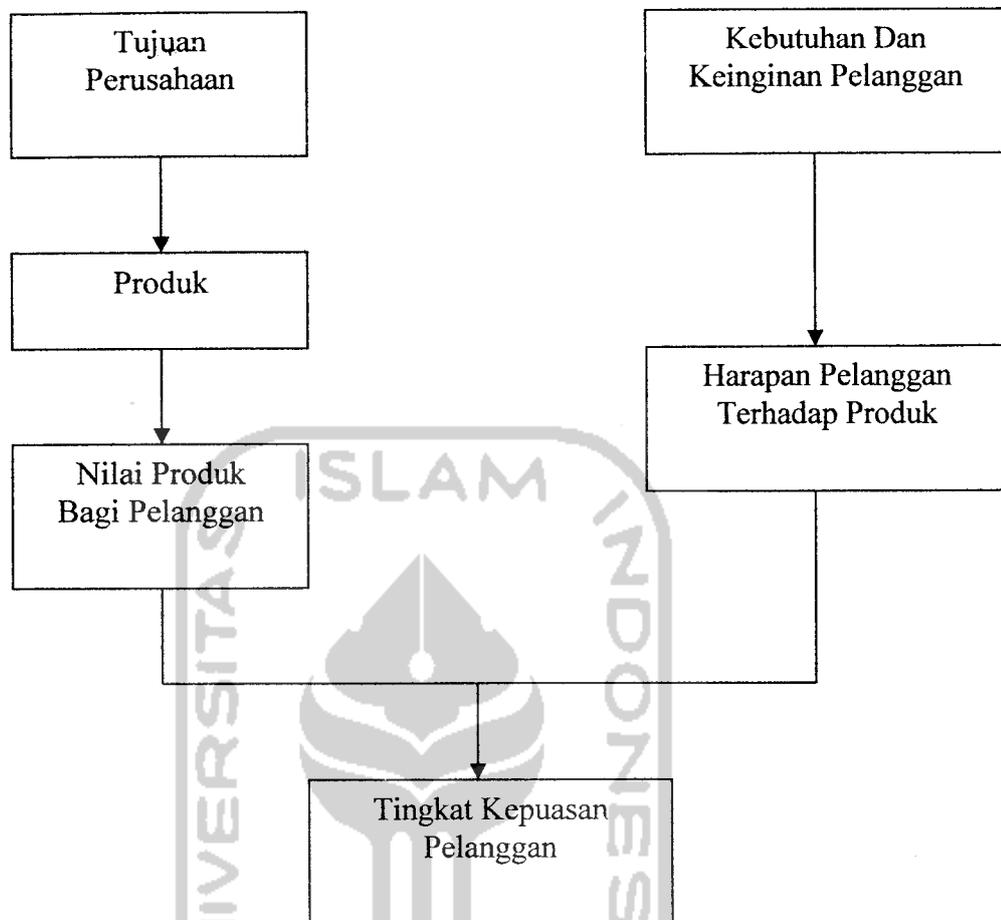
Bab ini menyajikan analisis dan interpretasi terhadap hasil penelitian Reliability, Tangibles, Responsiveness, Assurance, dan Emphathy terhadap kepuasan konsumen.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan yang diperoleh dari seluruh langkah penelitian dan saran-saran yang berdasarkan hasil yang didapatkan kepada pihak perusahaan dimana dilakukan penelitian.



- b *Owned goods service*, produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan untuk kerjanya, atau dirawat perusahaan jasa, misalnya jasa reparasi, pencucian mobil, dan pencucian pakaian.
 - c *Nongoods service*, jasa personal bersifat intangible ditawarkan kepada para pelanggan. Misalnya supir, dosen, dan ahli kecantikan.
3. Ketrampilan penyedia jasa
- a *Profesional service*, misalnya konsultan manajemen, pajak, atau dokter.
 - b *Nonprofesional service*, misalnya supir taksi dan penjaga malam
4. Tujuan organisasi jasa
- a *Profit service*, misalnya jasa layanan transportasi dan perbankan.
 - b *Nonprofit service*, misalnya yayasan, perpustakaan, dan museum.
5. Regulasi
- a *Regulated service*, misalnya pialang dan perbankan.
 - b *Nonregulated service*, misalnya usaha catering.
6. Tingkat intensitas karyawan
- a *Equipment based service*, seperti ATM.
 - b *People based service*, seperti pelatih olahraga.
7. Tingkat kontak penyedia jasa dengan pelanggan



Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Tjiptono (2001)

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan (Tjiptono, 2001) :

1. Mengidentifikasi siapa pelanggannya.
2. Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas.
3. Memahami strategi kualitas layanan pelanggan.
4. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

melakukan perbandingan berpasangan, maka akan terdapat n jawaban untuk setiap pasangan. Untuk mendapatkan suatu nilai tertentu dari semua nilai tersebut, masing-masing nilai harus dikalikan satu sama lain, kemudian hasil perkalian dipangkatkan dengan $1/n$. Adapun rumus dari Geometrik Mean tersebut adalah

(Saaty, 1993) :
$$GM = (x_1 \cdot x_2 \cdot x_3 \cdots x_n)^{1/n}$$

Dimana: GM : Geometrik Mean

$x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$: bobot penilaian ke 1,2,3,.....,n



$$E = Z \alpha / 2 \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

dimana :

P : proporsi sampel

$Z \alpha / 2$: nilai Z yang berhubungan dengan derajat keyakinan yang dipilih

E : kesalahan maksimum yang diperbolehkan dan dapat ditolerir (error).

n : jumlah sampel

Karena besarnya proporsi sampel p tidak diketahui, maka $p(1-p)$ juga tidak diketahui. P selalu diantara 0 sampai 1, dengan P maksimum, maka :

$$f(p) = p - p^2$$

$$df(p) / d(p) = 1 - 2p$$

$$df(p) / d(p) \text{ maksimal jika } df(p) / d(p) = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$p = 0,5$$

Harga maksimal dari $f(p)$ adalah $p(1-p) = 0,5(1-0,5) = 0,25$. Jadi besarnya sampel jika digunakan tingkat kepercayaan 90 %, $E = 10$ %, $\alpha = 10$ %, maka

didapat $Z \alpha / 2 = 1,64$ adalah :

$$n = \frac{(Z \alpha / 2)^2 p(1-p)}{E^2}$$

$$= \frac{(1,64)^2 (0,25)}{0,1^2}$$

$= 67,24 \approx 68$ sampel, jadi besarnya sampel minimal adalah 68 sampel.