

Analisis pengaruh persepsi kualitas jasa terhadap kepuasan/ketidakpuasan pelanggan: studi kasus pada perusahaan jasa operator pergudangan

Krisaji Eko Wicaksono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109519&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan/ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan, sebagai tindak lanjut dari pelayanan yang diberikan. Persepsi kualitas jasa dianalisis dengan menggunakan dimensi kualitas jasa yang diukur berdasarkan 7 dimensi, yaitu access, reliabilty, competence, understanding, courtesy, communication, dan responsiveness.

Dengan menggunakan analisis regresi berganda, maka hasil penelitian menemukan adanya hubungan yang signifikan antara persepsi kualitas jasa terhadap kepuasan/ketidakpuasan pelanggan dengan. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas jasa yang didapat dari hasil diskonfirmasi masing-masing dimensi kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan/ketidakpuasan pelanggan secara bersama-sama.

Dari 7 dimensi yang dianalisis tersebut diketahui, bahwa variabel dimensi kualitas jasa yang signifikan adalah variabel access, reliability, courtesy, dan responsiveness. Sedangkan variabel competence, understanding, dan communication tidak signifikan.

Kemudian dengan melakukan score terhadap variabel dari dimensi kualitas yang signifikan, maka hasil penelitian ini menemukan, bahwa variabel dimensi kualitas yang dipersepsikan paling penting menurut pelanggan adalah variabel reliability, responsiveness, courtesy, dan access.