

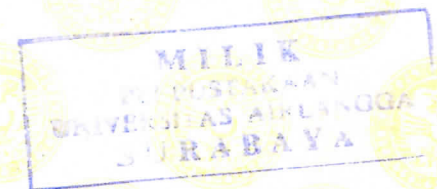
CONSUMER SATISFACTION

KIK
B 103/01
Afr
a

**ANALISIS PERSEPSI DAN HARAPAN KONSUMEN
SEGMENT KELUARGA TERHADAP ATRIBUT
PELAYANAN PERSEWAAN MOBIL IIN
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



Diajukan Oleh :

DEVIE AFRIANTO

No. Pokok : 049611155 E

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2001**

SKRIPSI

**ANALISIS PERSEPSI DAN HARAPAN KONSUMEN
SEGMENT KELUARGA TERHADAP ATRIBUT
PELAYANAN PERSEWAAN MOBIL IIN
DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

DEVIE AFRIANTO

No. Pokok : 049611155 E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

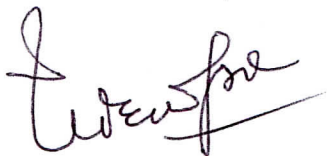
DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. SRI WAHYUNI ASTUTI, MS

TANGGAL 13-9-2001.

KETUA PROGRAM STUDI,



Dra. Ec. Hj. SOEDEWI SOEDOROWERDI, MS

TANGGAL 19/9-2001

ABSTRAKSI

Teori kepuasan konsumen merupakan salah satu konsep penting dalam studi pemasaran. Dikatakan bahwa konsumen dengan tingkat kepuasan yang tinggi akan mempunyai ikatan emosional terhadap suatu produk atau jasa sehingga mereka menjadi lebih setia dan tidak mudah berubah pikiran meski ada penawaran produk lain yang lebih menarik.

Kepuasan akan terjadi apabila persepsi konsumen terhadap produk atau pelayanan yang telah dirasakan telah terbukti sesuai dengan harapan konsumen. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat dua hal yang dapat menentukan tingkat kepuasan seorang konsumen yaitu persepsi yang diterima dan harapan yang diinginkan konsumen tersebut.

Persewaan mobil Iin Surabaya selaku pengelola jasa persewaan mobil harus selalu berupaya untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanannya terutama kepada pelanggan segmen keluarga. Dalam hal ini segmen keluarga merupakan segmen terbesar dari persewaan mobil Iin. Agar jumlah yang besar tersebut dapat memberikan keuntungan bagi persewaan mobil Iin maka persewaan mobil Iin harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan. Persewaan mobil Iin harus terus mengantisipasi dan memperhatikan berbagai harapan pelanggan yang selama ini belum dapat dipenuhi, karena pelanggan yang tidak atau belum terpenuhi harapannya akan merasa tidak puas.

Oleh karena kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi yang diterima dengan harapan yang diinginkannya, maka persewaan mobil Iin selayaknya terus memantau apakah persepsi yang diterima konsumen mengenai pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan konsumen tersebut. Dari latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah:

“Apakah persepsi konsumen segmen keluarga terhadap atribut pelayanan yang diberikan persewaan mobil Iin Surabaya telah sesuai dengan harapan konsumen tersebut?”

Dengan menggunakan alat uji statistik rangking bertanda Wilcoxon untuk data berpasangan dan penggunaan tingkat signifikansi sebesar 5% maka dapat diketahui bahwa hanya atribut kebersihan armada dan ketepatan waktu tiba ditempat tujuan yang masih belum dapat memenuhi harapan pelanggan, sedangkan atribut-atribut yang lain telah dapat memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian tersebut maka dapat dikatakan bahwa hipotesis yang penulis ajukan dalam penelitian ini terbukti tepat. Karena persepsi pelanggan terhadap atribut pelayanan yang diberikan oleh persewaan mobil Iin Surabaya secara umum telah sesuai dengan harapan pelanggan atau dengan kata lain tidak ada kesenjangan antara pelayanan yang diterima pelanggan (persepsi) dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan (harapan).