

ABSTRAKSI

ELIZABETH CHANDRA – 1995-11-099

HUBUNGAN ANTARA TINGKAT PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. PURI ASTRINATA TOURS & TRAVEL (STUDI KASUS JASA PAKET TOUR LUAR NEGERI (OUTBOUND))

Skripsi Jurusan Manajemen FE Universitas Indonusa Esa Unggul, Jakarta, 2002

Secara umum, semua perusahaan termasuk PT. Puri Astrinata memiliki sasaran yang sama yang dijadikan sebagai tolak ukur apakah perusahaan akan berhasil atau tidaknya dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut. Upaya pencapaian tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah pelayanan. Hal ini tergantung kemampuan perusahaan melihat bagaimana peluang-peluang pasar yang akan dihadapi perusahaan.

Pelayanan merupakan salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan loyalitas konsumen agar perusahaan dapat mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada dan pada saat sekarang. Sebagian besar konsumen lebih kritis terhadap berbagai macam hal termasuk cara perusahaan melayani konsumen. Selain itu konsumen dalam berbelanja bukan hanya mementingkan harga suatu produk melainkan juga pelayanan maksimal.

Penelitian dilakukan oleh penulis dalam rangka meninjau apakah pelayanan yang telah diterapkan oleh perusahaan, mampu memberikan kepuasan kepada konsumen.

Apabila demikian, maka dapat diberi nilai secara keseluruhan seberapa baik dan seberapa puas konsumen atas pelayanan yang diberikan PT. Puri Astrinata.

Melalui daftar kuesioner yang diberikan kepada 50 responden berkaitan dengan tingkat pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen, menunjukkan hasil cukup memuaskan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Pelayanan merupakan salah satu bentuk lain yang dapat dilakukan oleh PT. Puri Astrinata disamping unsure lain yaitu produk, harga, personil dan citra. Unsur - unsur tersebut harus dilaksanakan dengan seimbang sehingga PT. Puri Astrinata mendapatkan citra yang baik di mata konsumen karena melalui pelayanan konsumen dapat merasa puas dan dihargai sehingga timbul rasa kesetiaan terhadap perusahaan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan sudah cukup baik walaupun kurang mencapai target perusahaan dengan hasil nilai kepuasan yang di peroleh cukup memuaskan konsumen yang di tujukan dari sejumlah 50 responden.