

**PERBAIKAN KUALITAS JASA TERHADAP  
PEMIRSA KABEL VISION SURABAYA**

**SKRIPSI**



No. INDUK	
TGL TERIMA	22.02.2007
<del>DISI</del>	FTI
NO BUKU	
KOP KE	

Oleh :

**AGNES LEORA**

**5303002035**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2007**

# LEMBAR PENGESAHAN

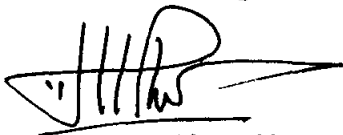
Skripsi dengan judul : “Perbaikan Kualitas Jasa Terhadap Pemirsa Kabel Vision Surabaya” yang disusun oleh mahasiswa :

Nama : Agnes Leora W.I.  
No Pokok : 5303002035  
Tanggal Ujian : 26 Mei 2007

Dinyatakan telah memenuhi sebagian persyaratan kurikulum Jurusan Teknik Industri guna memperoleh Sarjana Teknik bidang Teknik Industri.

Surabaya, 19 Juni 2007  
Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I



Suhartono, S.Si., M.Si  
(NIK. 321.LB.0189)



Anastasia L. M. ST., M.Sc., MMT  
(NIK. 531.03.0564)

## Dewan Penguji

Ketua



Dini Endah Setya Rahayu, ST., MT  
(NIK. 531.02.0539)

Sekretaris



Suhartono, S.Si., M.Si  
(NIK. 321.LB.0189)

Anggota



Martinus Edi Sianto, ST., MMT  
(NIK. 531.98.0305)

Anggota



Ir. Hadi Santosa, MM  
(NIK. 531.98.0343)

Mengetahui :

  
Dekan Fakultas Teknik  
  
Ir. Rasional Sitepu, MEng  
(NIK. 511.89.0154)

  
Kepala Jurusan Teknik Industri  
  
Julius Mulyono, ST., MT  
(NIK. 531.97.0299)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur dan terimakasih tak terhingga kepada Tuhan karena kasih dan penyertaannya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perancangan Strategi Pemasaran Jasa Pada Kabel Vision Surabaya” dengan baik.

Dalam penyelesaian Skripsi ini, penyusun telah menemui banyak kesulitan dan hambatan. Namun, atas bantuan dan dukungan dari banyak pihak, akhirnya penyusun dapat mengatasinya dengan baik. Untuk itu dengan segala kerendahan hati perkenankan penyusun menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Ir. Rasional Sitepu, M.Eng selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Widya Mandala yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penyusun untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan ini.
2. Bapak Julius Mulyana selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Widya Mandala yang telah memberikan kesempatan dan dorongan untuk menyelesaikan pendidikan ini.
3. Bapak Suhartono, S.Si., M.Si selaku pembimbing 1 yang dengan sabar membimbing, serta meluangkan waktu untuk memberikan nasehat, saran, ide, kritik, dan pengetahuan selama penyusunan Skripsi.
4. Ibu Anastasia Lidya Maukar, ST, M.Sc selaku pembimbing 2 yang dengan sabar telah memberikan waktu, bimbingan, dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Doni sebagai Manajer Pemasaran Kabel Vision Surabaya yang telah meluangkan waktu untuk memberikan data-data dan informasi yang diperlukan untuk penyelesaian Skripsi.
6. Bapak Roy selaku Marketing Communication yang telah memberikan akses dan waktu untuk dapat melakukan penelitian di Kabel Vision Surabaya.
7. Papa, Mama, Adek, Riza, dan Gilang yang tiada henti memberikan kasih, doa dan semangat untuk keberhasilan penyusun.

8. Nugi yang telah memberikan perhatian, cinta, doa dan semangat. Penyelesaian skripsi ini bukti kesiapan melanjutkan ke jenjang pernikahan.
9. Mely yang selalu memberikan petuah, sindiran, semangat dan doa untuk keberhasilan penyusun.
10. Lia, William, Ifan, Siska, Angela, Icha, Vita, dan teman-teman “gank kantin” yang telah mendukung dengan hiburan dan sindiran yang semakin memotivasi dan selalu memberikan kesegaran serta keceriaan di tengah penatnya menyusun skripsi.
11. Tito yang sudah memberikan waktu saat siding. Terimakasih atas perhatiannya.
12. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Teknik Industri yang telah memberikan ilmunya.
13. Responden (para pelanggan Kabel Vision) di wilayah Surabaya Timur Surabaya yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini sehingga kegiatan penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik akan diterima dengan senang hati demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, penyusun berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan menambah wawasan keilmuan.

Surabaya, Juni 2007

Penulis

## ABSTRAK

Jasa merupakan unsur penting pada banyak industri, sehingga suatu perusahaan perlu memberikan kualitas layanan maksimal bagi pelanggan. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, yaitu jasa komunikasi visualisasi adalah Kabel Vision. Kualitas pelayanan yang diberikan Kabel Vision cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari penanganan layanan yang tidak lebih dari 1 jam dan adanya keragaman *channel* televisi, serta adanya layanan internet juga memberikan nilai lebih bagi Kabel Vision di mata pelanggan. Selain itu, adanya *independent control* membantu untuk memberikan peringatan apabila terdapat area yang tidak berfungsi. Sayangnya, area pelayanan yang disediakan sangat terbatas, yakni Kabel Vision tidak dapat melakukan pelayanan jika tidak ada pelanggan yang telah menggunakan jasa TV kabel terlebih dulu dalam area tersebut. Hal ini menjadi salah satu kelemahan di mata pelanggan. Selain itu, menurut perusahaan yang menjadi kendala terbesar adalah harga yang kurang bersaing karena penggunaan teknologi jaringan kabel dalam penyediaan layanan TV kabel, yang berbeda dengan penyedia jasa lainnya. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, khususnya kualitas pelayanan dan harga produk, maka pihak perusahaan harus menetapkan strategi pemasaran yang tepat. Strategi yang perlu dipertimbangkan oleh Kabel Vision dalam menghadapi persaingan ini adalah dengan menganalisis bauran pemasaran jasa di mata pelanggan. Dari bauran pemasaran jasa ini, perusahaan mendapatkan umpan balik dari pelanggan mengenai area-area pelayanan yang perlu dibenahi sehingga perusahaan dapat mengambil solusi terbaik.

Kata kunci : kualitas pelayanan, penyediaan dan penanganan layanan, area pelayanan, bauran pemasaran jasa, kelebihan dan kelemahan perusahaan, perbaikan atau pembenahan layanan.

## **DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PRAKATA.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Perumusan Masalah.....	4
I.3. Batasan Masalah.....	4
I.4. Tujuan Penelitian.....	5
I.5. Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
II.1 Pengertian Jasa.....	7
II.2 Pengertian Pemasaran.....	8
II.2.1 Pemasaran Pada Industri Jasa.....	10
II.2.2 Bauran Pemasaran.....	12
II.3 Pengertian Kualitas.....	17
II.3.1 Kualitas Jasa.....	18
II.4 Kepuasan Pelanggan.....	18
II.5 Riset Pemasaran.....	19
II.5.1 Definisi Riset Pemasaran.....	19
II.5.2 Prosedur Riset Pemasaran.....	20
II.6 Mendesain Kuesioner.....	21
II.7 Penentuan Sampel.....	22

II.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	23
II.8.1 Uji Validitas .....	23
II.8.2 Uji Reliabilitas .....	24
II.9 Analisis Ketergantungan ( <i>Crosstab</i> ).....	25
II.10 Analisis Kuadran.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	30
III.1 Identifikasi Masalah.....	30
III.2 Penetapan Tujuan Penelitian.....	31
III.3 Penetapan Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
III.4 Penentuan Variabel Kuesioner dan Skala Yang Digunakan.....	32
III.5 Pengumpulan Data.....	42
III.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
III.7 Pengolahan dan Analisis Data .....	44
III.8 Perbaikan Kualitas Jasa Secara Keseluruhan.....	45
III.9 Kesimpulan dan Saran .....	45
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	46
IV.1 Tinjauan Umum Perusahaan.....	46
IV.2 Pengumpulan Data.....	47
IV.3 Pengolahan Data.....	48
IV.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pre Sampling</i> .....	48
IV.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Sampling</i> .....	51
IV.4 Hasil Pengumpulan Data .....	55
IV.4.1 <i>Pre Sampling</i> .....	55
IV.4.1.1 Profil dan Perilaku Pelanggan .....	55
IV.4.1.2 Tingkat Kepentingan Pelanggan.....	58
IV.4.1.3 Tingkat Kepuasan Pelanggan .....	59
IV.4.1.4 Penilaian Pelanggan Terhadap	

<i>Channel dan Sub Channel Yang Disediakan</i>	
Kabel Vision .....	61
IV.4.2 <i>Sampling</i> .....	62
IV.4.2.1 Profil dan Perilaku Pelanggan .....	62
IV.4.2.2 Tingkat Kepentingan Pelanggan.....	65
IV.4.2.3 Tingkat Kepuasan Pelanggan .....	68
IV.4.2.4 Penilaian Pelanggan Terhadap	
<i>Channel dan Sub Channel Yang</i>	
Disediakan Kabel Vision .....	72
IV.5 <i>Expose Pelanggan Baru</i> .....	82
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	86
V.1 Analisis Deskriptif .....	86
V.1.1 Analisis Deskriptif Profil Pelanggan .....	86
V.1.2 Analisis Deskriptif <i>Channel dan Sub</i>	
<i>Channelnya</i> .....	88
V.1.3 Analisis Deskriptif Tingkat Kepentingan	
Pelanggan .....	93
V.1.4 Analisis Deskriptif Tingkat Kepuasan	
Pelanggan .....	94
V.2 Analisis Kuadran .....	95
V.3 Analisis <i>Gap</i> .....	98
V.4 Analisis <i>Crosstab</i> Antara Profil Pelanggan dan	
Tingkat Kepuasan.....	101
V.5 Analisis Kekuatan dan Kelemahan .....	107
BAB VI PENUTUP .....	113
VI.1 Kesimpulan .....	113
VI.2 Saran .....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel kontigensi.....	26
Tabel 3.1	Indikator yang berkaitan dengan bauran pemasaran jasa menggunakan 8P.....	33
Tabel 3.2	Daftar <i>premium channel</i> beserta harga berlangganan.....	37
Tabel 3.3	Penjabaran pertanyaan dari indikator- indikator dalam 8P .....	39
Tabel 4.1	Uji validitas dan reliabilitas <i>pre sampling</i> mengenai variabel tingkat kepentingan pelanggan Kabel Vision .....	49
Tabel 4.2	Uji validitas dan reliabilitas <i>pre sampling</i> mengenai variabel tingkat kepuasan pelanggan Kabel Vision .....	50
Tabel 4.3	Uji validitas dan reliabilitas <i>sampling</i> mengenai variabel tingkat kepentingan pelanggan Kabel Vision .....	51
Tabel 4.4	Uji validitas dan reliabilitas <i>sampling</i> mengenai variabel tingkat kepuasan pelanggan Kabel Vision .....	53
Tabel 4.5	Hasil wawancara mengenai profil dan perilaku pelanggan pada kuesioner <i>pre sampling</i> .....	55
Tabel 4.6	Hasil wawancara mengenai profil dan perilaku pelanggan pada kuesioner <i>sampling</i> .....	62
Tabel 4.7	Pengolahan mengenai tingkat kepentingan pelanggan Kabel Vision ( <i>sampling</i> ) .....	65
Tabel 4.8	Hasil kuesioner mengenai variabel tingkat kepentingan .....	67

Tabel 4.9	Pengolahan mengenai tingkat kepuasan pelanggan Kabel Vision ( <i>sampling</i> ).....	69
Tabel 4.10	Hasil kuesioner mengenai variabel tingkat kepuasan .....	70
Tabel 4.11	Alasan pelanggan menggunakan jasa Kabel Vision .....	73
Tabel 4.12	Kelebihan Kabel Vision (berdasarkan pertanyaan terbuka) .....	75
Tabel 4.13	Kelemahan Kabel Vision (berdasarkan pertanyaan terbuka) .....	76
Tabel 4.14	Kriteria penilaian jasa <i>broadband</i> .....	81
Tabel 4.15	Hasil penilaian peringkat jasa <i>broadband</i> terbaik.....	81
Tabel 4.16	Alasan pelanggan baru menggunakan jasa Kabel Vision.....	83
Tabel 4.17	Kelebihan Kabel Vision berdasarkan pertanyaan terbuka kepada pelanggan baru.....	84
Tabel 4.18	Kelemahan Kabel Vision berdasarkan pertanyaan terbuka kepada pelanggan baru.....	84
Tabel 5.1	Hasil analisa deskriptif terhadap <i>channel</i> dan <i>sub channel</i> yang ditayangkan Kabel Vision .....	89
Tabel 5.2	Perhitungan rata-rata tingkat kepuasan dan kepentingan pelanggan.....	95
Tabel 5.3	Hasil uji <i>gap</i> antara profil pelanggan dengan tingkat kepuasan .....	98
Tabel 5.4	Hasil awal analisis <i>crossstab</i> antara profil pelanggan dengan tingkat kepuasan .....	101

Tabel 5.5	Pilihan-pilihan jawaban sebelum dan sesudah penggabungan .....	105
Tabel 5.6	Hasil analisis <i>crossstab</i> antara profil pelanggan dengan tingkat kepuasan setelah dilakukan penggabungan .....	106
Tabel 5.7	Kelebihan dan kelemahan provider TV berbayar di Indonesia .....	109

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran.....	8
Gambar 2.2 Rantai Profit Jasa .....	19
Gambar 2.3 Diagram Kartesius Untuk Analisis Kuadran.....	28
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian .....	30
Gambar 4.1 Skema Pengumpulan Data Primer.....	47
Gambar 4.2 Diagram Batang Alasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kabel Vision.....	74
Gambar 4.3 Diagram Batang Kelebihan Kabel Vision (berdasarkan pertanyaan terbuka).....	75
Gambar 4.4 Diagram Batang Kelemahan Kabel Vision (berdasarkan pertanyaan terbuka) .....	77
Gambar 5.1 Plot Analisis Kuadran .....	96

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran A. Kuesioner Penelitian**
- Lampiran B. Uji Validitas dan Reliabilitas**
- Lampiran C. Analisis Deskriptif**
- Lampiran D. Analisis *Gap***
- Lampiran E. Analisis *Crosstab***
- Lampiran F. Hasil Kuesioner Perusahaan**
- Lampiran G. Tabel Pengumpulan dan Pengolahan Data**
- Lampiran H. Gambar**
- Lampiran I. Rekapitulasi Hasil Kuesioner**