

ABSTRAK

Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di P.T. Pelnas Jaya Utama Bengkulu (Studi Pada Konsumen dan P.T. Pelnas Jaya Utama Di Bengkulu)

Marni Susanti

Penelitian ini bertujuan untuk melihat tingkat kepuasan konsumen dan strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen di P.T. Pelnas Jaya Utama Bengkulu. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk melihat tingkat kepuasan konsumen. Peneliti menggunakan satu skala, yaitu skala tingkat kepuasan konsumen yang terdiri dari 72 aitem. Subyek penelitian kuantitatif ini adalah 110 konsumen yang pernah menggunakan jasa pelayaran P.T. Pelnas Jaya Utama. Pengujian validitas dilakukan dengan professional judgement dan uji reliabilitasnya dengan Alpha Cronbach. Skala tersebut memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,963.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif statistik. Hasil penelitian menyatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen adalah sangat tinggi. Dalam tingkatan kepuasan yang sedang ini, aspek biaya dan usaha sebelum pembelian lebih dominan yang ditunjukkan dengan mean sebesar 52,2909, jika dibandingkan dengan aspek manfaat keuntungan sosial dengan mean sebesar 51,9000 dan aspek ciri khas dan tampilan produk dengan mean sebesar 49,9455.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mencari strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen di P.T. Pelnas Jaya Utama. Untuk penelitian kualitatif dilakukan dengan wawancara dan observasi dengan melihat kredibilitas, dependability, dan triangulasi data. Subyek penelitian kualitatif ini ada tujuh subyek. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, diperoleh informasi tentang strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen: pelayanan prima, biaya rendah/pembedaan terintegrasi, pemasaran, dan keunggulan biaya. Strategi pelayanan prima merupakan strategi yang paling sering diterapkan P.T. Pelnas Jaya Utama. Hal ini tercermin dari jawaban subyek yang mengarah pada pelayanan prima.

Kata kunci: tingkat kepuasan konsumen, strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

The Level of Consumer's Satisfactions and the strategies to improve the consumer's satisfaction by P.T. Pelnas Jaya Utama Bengkalis (Study on the Consumers and P.T. Pelnas Jaya Utama in Bengkalis)

Marni Susanti

This research was conducted to analyse the level of consumer's satisfactions and the strategies to improve the consumer's satisfaction by P.T. Pelnas Jaya Utama Bengkalis. There were two kinds of methods used here: quantitative and qualitative methods. Quantitative methods intends to analyse the level of consumer's satisfaction. The researcher used one scale, which was the scale of the level of consumer's satisfactions which consisted of 72 items. The subjects of this research were 110 consumers who ever used the shipping service of P.T. Pelnas Jaya Utama. The validity test was conducted with professional judgment and reliability test with Alpha Cronbach. The scale has reliability coefficient 0,963.

The method used in this research was statistics descriptive. The result shows that the level of consumer's satisfactions was very high. In this level, the aspect of cost and pre-buying effort was dominant which was shown with mean 52, 2909, compared to the aspect of social usefulness with mean 51, 9000 and the aspect of special features and product appearance with mean 49, 9455.

Qualitative methods aims to find out the strategies to improve the consumer's satisfaction applied by P.T. Pelnas Jaya Utama. The methods used were interview and observation by analyzing the credibility, dependability and data triangulation. There were seven subjects in this research. The interview results showed that the strategies to improve the consumer's satisfaction used were costumer care, low cost/integrated differences, marketing, special cost. Costumer care was the most frequently used strategy implemented by P.T. Pelnas Jaya Utama. It was reflected from the answers given by the subjects who led to that strategy.

Keywords: the level of consumer's satisfactions, the strategies to improve the consumer's satisfaction.