

ABSTRAK

Kualitas pelayanan jasa adalah tanggapan konsumen terhadap pelayanan jasa yang dikonsumsi. Baik buruknya kualitas pelayanan jasa tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Apabila diterapkan dengan baik, kualitas pelayanan jasa akan menciptakan kepuasan konsumen terhadap jasa tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lima dimensi dari kualitas jasa yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa. Penelitian ini mengambil obyek penelitian di PT. Fatimah Zahra Semarang dengan data primer dalam kurun waktu dari tahun 2010-2012. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil dari analisis regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu $Y = 0,243X_1 + 0,367X_2 + 0,157X_3 + 0,221X_4 + 0,182X_5$. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel responsiveness (0,367) diikuti oleh variabel reliability (0,243), kemudian variabel empathy (0,221), lalu variabel tangibles (0,182) dan terakhir adalah variabel assurance (0,157). Hasil uji t membuktikan bahwa semua variabel independen (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Dan koefisien determinasi (adjusted R^2) yang diperoleh sebesar 0,731. Hal ini berarti 73,1% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Dan sisanya yaitu 26,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, variabel dependen dan variabel independen