

## ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh penurunan jumlah pelanggan yang menggunakan warung internet Chambers Semarang. Dari data yang di peroleh warung internet Chambers di tahun 2009 sampai 2011 selalu mengalami penurunan jumlah pelanggan. Hal ini berdampak langsung pada pendapatan perusahaan yang menurun seiring dengan menurunnya jumlah pelanggan. Apabila penurunan jumlah pelanggan ini terus berlangsung maka di khawatirkan akan membuat kinerja perusahaan menurun dan bisa berakibat pada diberhentikannya operasional perusahaan atau perusahaan akan gulung tikar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung internet Chambers dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan warnet Chambers Semarang. Sample yang diambil diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier dan pengujian model penelitian (uji F, uji t, koefisien determinasi).

Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan warnet Chambers Semarang. Dengan pengaruh sebesar 55,9% sedangkan 44,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah *empathy, assurance, responsiveness, reliability* dan yang terakhir adalah *tangible*.

Kata-kata kunci: kepuasan pelanggan, *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*.