

## Intisari

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan berpengaruh pada perilaku konsumen selanjutnya. Untuk dapat mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen, perusahaan harus melakukan berbagai macam penelitian.

Penelitian yang berjudul “**Analisis Kepuasan Konsumen Jasa Kontraktor Pameran PT. Intermedia Promosindo Yogyakarta**” ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan klien terhadap pelayanan jasa kontraktor pameran baik kepuasan total maupun kepuasan pada setiap dimensi jasa PT. Intermedia Promosindo, dan mengidentifikasi atribut yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei pada 102 perusahaan klien PT. Intermedia Promosindo Yogyakarta, cara memperoleh informasi ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang berasal dari buku Parasuraman et al, yang berisi 22 pertanyaan yang sebelumnya telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Untuk mengetahui kepuasan klien pada setiap dimensi jasa digunakan Metode *Servqual*, diperoleh dari mengukur kesenjangan antara harapan klien dan kinerja perusahaan. *Weighted Servqual* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan total klien dengan memasukkan unsur tingkat kepentingan pada perhitungan. Sedangkan tingkat prioritas setiap butir dapat diketahui melalui analisis *Importance-Performance*.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa nilai Indeks Kepuasan total klien PT. Intermedia Promosindo berada pada klasifikasi yang kurang memuaskan. Analisis *Servqual* menghasilkan nilai negatif untuk seluruh dimensi kecuali dimensi wujud (*tangibles*) butir ke-3 (Karyawan terlihat menarik & rapi), dimensi ini memberikan kontribusi tertinggi pada kepuasan klien, diikuti keandalan (*reliability*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*). Analisis *Importance-Performance* menghasilkan Kuadran I: butir 3, 6, 7, 8, 11, 12, 14, 15, dan 17. Kuadran II: butir 9, 13, 16, dan 21. Kuadran III: butir 2, 10, 18, 19, 20, dan 22. Kuadran IV: butir 1, 4, dan 5.

Kata kunci: Kepuasan, Dimensi Jasa, Kesenjangan, Kinerja, Harapan, Kepentingan.

## Abstract

Customer satisfaction represents the very important issue, which must be pay attention by a company, because customer satisfaction or dissatisfaction toward goods or service will have an effect to customer behavior. To be able to know how far the level of customer satisfaction, company have to conduct some researches.

The title of this research is **“The Analysis of Customer Satisfaction Contractor Service Exhibition of PT. Intermedia Promosindo Yogyakarta,”** and the objective of this study is to know the level of customer satisfaction toward contractor service activities in each service dimension of PT. Intermedia Promosindo Yogyakarta, by using questionnaire from Parasuraman et al, book, containing 22 questions that have been tested by validity and reliability test. To know customer satisfaction in each service dimension, researcher used Servqual Method, obtained from measuring the gap between customer expectation and company’s performance. Weighted Servqual was use to know the level of customer total satisfaction by putting the element of significance level to the calculation, while priority level of each item can be identified through the analysis Importance-Performance.

From analysis result, the Values of Customer Total Satisfaction Index of PT. Intermedia Promosindo are in less-Satisfaction classification. Servqual Analysis showed the negative value to all dimension except tangibles dimension in third item (Employee are attractive and natty), this dimension gave the highest contribution to the customer satisfaction, followed by the reliability, empathy, responsiveness, and assurance. Importance-Performance analysis creates Quadrant I: item number 3, 6, 7, 8, 11, 12, 14, 15, and 17. Quadrant II: item number 9, 13, 16, and 21. Quadrant III: item number 2, 10, 18, 19, 20, and 22. Quadrant IV: item number 1, 4, and 5.

Keyword: Satisfaction, Service Dimension, Gap, Performance, Expectation, Importance.