

## ABSTRAKSI

Dhiyaa'Ulhaq Gadis Gusnanya, 152140052, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Yogyakarta. Judul penelitian SIKAP KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA KURIR (STUDI PADA PERUSAHAAN TIKI JL. WAHID HASYIM YOGYAKARTA), 2019. Pembimbing Suptika Kancana dan Indro Herry Mulyanto.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana sikap pelanggan terhadap kualitas jasa perusahaan TIKI Cabang Wahid Hasyim Yogyakarta serta dapat memberikan solusi yang tepat agar masalah yang terjadi dialam perusahaan TIKI Cabang Wahid Hasyim Yogyakarta dapat terselesaikan dan menjadi semangat baru bagi perusahaan TIKI Cabang Wahid Hasyim Yogyakarta.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana sikap pelanggan terhadap kualitas jasa perusahaan TIKI Cabang Wahid Hasyim Yogyakarta ?. Dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan yang pernah menggunakan jasa TIKI Cabang Wahid Hasyim Yogyakarta sebanyak 90 orang. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Teknik Deskriptif dengan Multiatribut Fishbein.

Berdasarkan hasil analisis data dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen bersikap positif terhadap kedua bentuk evaluasi, dibuktikan dengan hasil perhitungan nilai rata-rata indeks sikap pelanggan sebesar 3,92 dapat dikatakan Positif karena nilai terbesar ada pada Dimensi *Reliability* (Kehandalan) dengan rata-rata sebesar 4,20, urutan kedua Dimensi *Tangible* (Berwujud) dengan rata-rata sebesar 4,16, urutan ketiga Dimensi *Assurance* (Jaminan) dengan rata-rata sebesar 3,91, urutan keempat Dimensi *Responsiveness* (Ketanggapan) dengan rata-rata sebesar 3,80 dan urutan kelima Dimensi *Empathy* (Empati) dengan rata-rata sebesar 3,13. Nilai rata-rata sebesar 3,92 menunjukkan bahwa sikap pelanggan terhadap pelayanan di kantor TIKI Cabang Wahid Hasyim Yogyakarta adalah Positif. Dalam bentuk keyakinan berarti sikap konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan TIKI adalah positif dengan skor 276,61. Hal ini terlihat dari besarnya indeks sikap tersebut berada pada range antara 261,8 sampai 343,3. Sedangkan sikap konsumen terhadap atribut-atribut kualitas pelayanan jasa TIKI yaitu: pada item REL1 yaitu pengiriman sesuai jadwal dengan rata-rata ei sebesar 18,58. Selanjutnya diikuti oleh meja dalam keadaan baik (17,77), kantor yang bersih (17,71), computer dalam keadaan baik (17,59), pemberian jaminan berupa nomor resi pengiriman (17,45), peralatan kantor tersusun rapi (17,43), karyawan mengirim dengan rapi (17,22), pengiriman dengan aman (16,92), tanggap membantu pembungkusan paket (16,91), timbangan dalam keadaan baik dan bersih (16,81), kursi yang bersih dan layak digunakan (16,69), pemberian solusi untuk paket yang tepat (16,61), karyawan mengirim dengan cepat (16,56), adanya pemberian garansi (14,36), tempat yang nyaman untuk menunggu (13,73), menyediakan minuman dan permen (12,71), dan atribut terendah adalah menyediakan koran, majalah dan bahan bacaan (3,82). Kesimpulan dari penelitian ini adalah pelanggan bersifat positif, sikap pelanggan terhadap atribut kualitas pelayanan yang di tawarkan kantor TIKI, dengan indeks sikap tertinggi berada pada dimensi *reliability*, sedangkan dimensi *empathy* menempati urutan terendah. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasakan kepuasan terhadap pelayanan karena TIKI telah handal dalam memberikan pelayanan secara SOP, cepat dan memuaskan. Untuk itu pihak manajemen TIKI diharapkan dapat mempertahankan dan selalu meningkatkan dimensi *reliability* tersebut. Selain itu, dimensi *empathy* masih disikapi rendah, untuk itu pihak kantor TIKI diharapkan mempertimbangkan kembali dimensi *empathy* dengan meningkatkan kenyamanan ruang tunggu, menyediakan majalah, permen dan minuman kepada pelanggan yang menunggu dilayani. Dengan demikian sikap pelanggan akan semakin baik terhadap pelayanan kantor TIKI, dan dapat berdampak pada keunggulan dalam bersaing dengan perusahaan jasa pengiriman yang lain.

Saran penelitian ini adalah lebih meningkatkan pelayanan di dimensi *emphaty* yang lebih mengedepankan kenyamanan pelanggan yang sedang menggunakan jasa TIKI Cabang Wahid Hasyim Yogyakarta.

Kata Kunci : Sikap Konsumen, Kualitas Jasa