Evaluasi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Produk Dan Layanan PT Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Batu Jawa Timur

INTISARI

PT Kusuma Satria Dinasari Wisatajaya atau biasa disebut dengan Kusuma Agrowisata merupakan salah satu pioner perusahaan yang bergerak dibidang agrowisata. Pada akhir tahun 2012 perusahaan mengalami penurunan jumlah konsumen sebesar 19 % dari tahun sebelumnya, oleh karena itu, perlu dilakukan survei konsumen agar dapat diketahui faktor faktor penyebab penurunan tersebut. Evaluasi konsumen dapat dilakukan dengan menggunakan metode analisa SWOT berdasarkan identifikasi kualitas produk dan layanan Kusuma Agrowisata.

Dimensi kualitas produk dan layanan yang digunakan adalah Berwujud, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Random Sampling* dengan menyebarkan 100 kuesioner kepada konsumen. Kuesioner tersebut kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Dari data kuesioner yang telah dikumpulkan dapat dilihat nilai kesenjangan sehingga dari data tersebut dapat dirumuskan strategi pemasaran dengan menggunakan Analisa SWOT untuk mengevaluasi produk dan layanan kusuma Agrowisata.

 Berdasarkan penelitian konsumen tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen sudah puas terhadap kualitas layanan Kusuma Agrowisata, dengan nilai kepuasan tertinggi ada pada dimensi ketanggapan, yakni 3,91. Sedangkan pada nilai rata-rata kesenjangan dapat diketahui bahwa nilai kesenjangan tertinggi ada pada dimensi Berwujud dengan rata-rata nilai sebesar -0,470. Upaya perusahaan untuk mengurangi kesenjangan dapat dilakukan dengan menerapkan 9 strategi berdasarkan pendekatan analisa SWOT dari faktor internal dan faktor eksternal, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Agrowisata, evaluasi konsumen, analisa SWOT.

*Evaluation Of Consumer Satisfaction Towards Quality Products And Services In PT Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya , Batu, East Java*

*ABSTRACT*

*PT Satria Kusuma Dinasari WisataJaya or referred to Kusuma Agrowisata is one of the pioneer companies in the field of agro-tourism . At the end of 2012 the company visitors decrease 19 % from the previous year , therefore, Kusuma Agrowisata needs consumer surveys in order to know the factors causing a decrease in the number of visitors. Consumer evaluations can be done by using the SWOT analysis method based on the identification of quality Kusuma Agrowisata’s products and services.*

*Dimensions of service quality are Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy . The sampling technique used is random sampling by distributing 100 questionnaires to consumers . The questionnaire was tested for validity and reliability. The result data obtained can be formulated marketing strategy by using SWOT analysis to evaluate the provision of products and services.*

*The results of the consumer research can be seen that the most of visitors are already satisfied with the quality of products and services, and the highest satisfaction score is responsiveness dimension, which is 3,91 closer to be satisfied score. While the average value of the gap can be seen that the highest value of the gap existing is Tangible dimension with an average value of −0.470 so the company using the 9 strategies based on the SWOT analysis to reduce the gap and get the provide services to increase the consumer satisfied.*

*Keywords : Agro-tourism , Consumer Evaluation , SWOT Analysis .*