

ABSTRACT

With the increasingly fierce competition and advances in technology and communications is rapidly increasing, companies engaged in the service must be able to have special skills that can give a plus for his company on the other it is a service company should be able to implement strategies that can improve the quality of services provided to consumers. This is done solely to make the consumers who use the services of companies satisfied with the services provided by companies such services, if consumers feel satisfied with the services provided may be concluded that the wishes or expectations of consumers are met and will have an impact on corporate image will the better the eyes of society.

Any company will attempt to up quality of service with how to balance between the dimensions of service quality with consumer expectations. This is done in many companies, so that expectations and desires of consumers can match the quality of services provided by the company. From the results obtained by testing the hypothesis that there are known to influence the quality of service to the satisfaction of customer in the store variations GOLDEN MOTOR Bandung. Then the results of the calculation of the coefficient of determination shows the magnitude of the influence of service quality on customer satisfaction at 32.7%.
Key words: Quality of Service services, Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Dengan adanya persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi dan komunikasi yang semakin pesat, perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus dapat memiliki keterampilan khusus yang dapat memberikan nilai plus bagi perusahaannya dilain itu sebuah perusahaan jasa harus dapat menerapkan strategi yang dapat meningkatkan kualitas jasa yang diberikan kepada konsumennya. Hal ini dilakukan semata-mata untuk membuat konsumen yang menggunakan jasa perusahaan puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa tersebut, jika konsumen merasa puas akan pelayanan jasa yang diberikan dapat ditarik kesimpulan bahwa keinginan atau harapan konsumen tersebut terpenuhi dan akan berdampak pada citra perusahaan yang akan semakin baik dimata masyarakat.

Perusahaan manapun akan berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara menyeimbangkan antara dimensi kualitas pelayanan dengan harapan konsumen. Hal ini dilakukan banyak perusahaan, agar harapan serta keinginan konsumen dapat sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Dari hasil pengujian hipotesis yang diperoleh diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen di toko variasi GOLDEN MOTOR Bandung. Kemudian hasil dari perhitungan koefisien determinasi menunjukan besarnya pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen sebesar 32,7% .

Kata kunci: Kualitas Pelayanan jasa, Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	
KATA PENGANTAR	
ABSTRAK	
DAFTAR ISI	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
BAB I	PENDAHULUAN1
	1.1. Latar Belakang1
	1.2. Identifikasi Masalah5
	1.3. Tujuan Penelitian5
	1.4. Kegunaan Penelitian6
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA7
	2.1. Definisi Pemasaran7
	2.1.1. Manajemen Pemasaran8
	2.1.2. Bauran Pemasaran9
	2.2. Jasa9

2.2.1. Pengertian Jasa	9
2.2.2. Kategori-kategori Bauran Jasa.....	11
2.2.3. Karakteristik Jasa.....	12
2.2.4. Strategi Pemasaran perusahaan Jasa	14
2.2.5. Konsep Jasa.....	15
2.3. Kualitas jasa	17
2.3.1. Pengertian Kualitas Jasa	17
2.3.2. Dimensi Kualitas Jasa	18
2.3.3. Mengelola Kualitas Jasa	19
2.3.4. Manfaat Kualitas Jasa	20
2.3.5. Prinsip-prinsip Kualitas Jasa	20
2.3.6. Faktor-faktor Penyebab Kualitas Jasa yang Buruk.....	22
2.3.7. Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa	24
2.4. Kepuasan Konsumen	27
2.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	27
2.4.2. Mengukur Kepuasan Konsumen	30
2.4.3. Proses Kepuasan Konsumen.....	33
2.4.4. Strategi Kepuasan Konsumen.....	34
2.5. Hubungan antara Kualitas Jasa Terhadap Konsumen	38
2.6. Kerangka Pemikiran	39
2.7. Hipotesis Penelitian.....	41
 BAB III	
METODE PENELITIAN	42
3.1. Objek Penelitian	42

3.2. Sejarah Perusahaan	42	3.3.
Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan	42	
3.4. Lokasi Penelitian	46	
3.5. Metode penelitian	46	
3.5.1. Operasional Variable.....	46	
3.6. Populasi dan Sampel	51	
3.6.1. Metode Pengambilan Sampel	52	
3.6.2. Jumlah Sample.....	52	
3.7. Jenis dan Sumber Data.....	53	
3.7.1 Teknik Pengumpulan Data	53	
3.8. Uji Validitas.....	54	
3.9. Uji Reliabilitas.....	55	
3.10. Uji Pengaruh Variabel “X” pada variabel “Y”	56	
3.11. Pengujian Hipotesa.....	58	
 BAB IV		
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59	
4.1. Deskripsi Pembahasan	59	
4.2. Hasil Uji Validitas	84	
4.3. Hasil Uji Reliabilitas	87	
4.4. Uji Pengaruh Variabel “X” pada variabel “Y”.....	88	
4.5. Pengujian Hipotesa	91	

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	93
	5.1. Kesimpulan	93
	5.2. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Karakteristik Jasa	14
Gambar 2 Diagram Konsep Pemasaran Jasa.....	16
Gambar 3 Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan.....	28
Gambar 4 Diagram Diagram Proses Kepuasan Konsumen.....	34
Gambar 5 Diagram <i>Service Quality Spells Profit</i>	35
Gambar 6 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 7 Struktur Organisasi.....	43
Gambar 8 Hipotesis	92

DAFTAR TABEL

Tabel I Operasional Variabel.....	48
Tabel II Bobot Nilai.....	51
Tabel III Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Tabel VI Penilaian Responden Mengenai Tata Tetak Ruang Toko.....	62
Tabel VII Penilaian Responden Mengenai Kenyamanan Ruang Toko.....	62
Tabel VIII Penilaian Responden Mengenai Kerapihan Karyawan	63
Tabel VIV Penilaian Responden Mengenai Ketepatan Waktu Pengerjaan Jasa di Toko Variasi GOLDEN MOTOR.....	64
Tabel X Penilaian Responden Mengenai Kesungguhan Karyawan Dalam Membantu Memecahkan Masalah yang Dihadapi Pelanggan.....	65
Tabel XI Penilaian Responden Mengenai Pengetahuan dan Keterampilan Karyawan Toko Variasi GOLDEN MOTOR Baik dan Berpengalaman.....	66
Tabel XII Penilaian Responden Mengenai Ketepatan Waktu Dalam Memberikan Layanan.....	67
Tabel XIII Penilaian Responden Mengenai Pemberitahuan Kapan Layanan Akan Diberikan.....	68
Tabel XIV Penilaian Responden Mengenai Kecepatan Pemberian Layanan	69
Tabel XV Penilaian Responden Mengenai Ketersediaan dan Kemauan Toko Variasi GOLDEN MOTOR Dalam Membantu dan Melayani Konsumen.....	70

Tabel XVI Penilaian Responden Mengenai Toko Variasi GOLDEN MOTOR yang Tidak Pernah Terlalu Sibuk Merespon Permintaan Konsumen.....	71
Tabel XVII Penilaian Responden Mengenai Karyawan Toko Variasi GOLDEN MOTOR yang Selalu Dapat Dipercaya.....	72
Tabel XVIII Penilaian Responden Mengenai Keamanan Pengerjaan Jasa Terhadap Kendaraan Konsumen.....	73
Tabel XXIV Penilaian Responden Mengenai Karyawan Toko Variasi GOLDEN MOTOR Selalu Sopan Terhadap Konsumen.....	74
Tabel XX Penilaian Responden Mengenai Karyawan Selalu Dapat Menjawab Pertanyaan- Pertanyaan Konsumen.....	75
Tabel XXI Penilaian responden mengenai karyawan dapat memberikan penjelasan dan informasi secara baik dan benar kepada konsumen.....	76
Tabel XXII Penilaian Responden Mengenai Karyawan Dapat Memberikan Perhatian Terhadap Segala Keluhan dan Keinginan Konsumen.....	77
Tabel XXIII Penilaian Responden mengenai toko variasi GOLDEN MOTOR Selalu Mengutamakan Kepentingan Konsumen.....	78
Tabel XXIV Penilaian Responden Mengenai Toko Variasi Selalu Dapat Mengerti Kebutuhan Konsumen	79
Tabel XXV Penilaian Untuk Melihat Apakah Konsumen Akan Kembali Menggunakan jasa Toko Variasi GOLDEN MOTOR	80
Tabel XXVI Penilaian Untuk Melihat Apakah Konsumen Akan Merekomendasikan Toko variasi GOLDEN MOTOR Kepada Kerabat dan Saudara	81

Tabel XXVII Penilaian Untuk Melihat Konsumen Dalam Merekomendasikan Toko Variasi	
GOLDEN MOTOR Kepada Orang yang Menanyakan	
Pendapatnya.....	82
Tabel XXVIII Penilaian Untuk Melihat Apakah Konsumen Akan Memilih Toko Variasi	
GOLDEN MOTOR Sebagai Pilihan Utama	83
Tabel XXVIV KMO and Bartlett's Test	85
Tabel XXX Rotated Component Matrix(a)	86
Tabel XXXI Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Kuesioner	88
Tabel XXXII Model Summary	88
Table XXXIII ANOVA(b)	89
Tabel XXXIV Coefficients(a)	89