

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran kualitas jasa bengkel “X” menurut konsumennya. Penelitian ini menggunakan metode survei yang merupakan salah satu metode deskriptif.

Kuesioner dalam penelitian ini merupakan modifikasi yang dilakukan oleh peneliti dari alat ukur SERVQUAL yang dibuat oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1988. Kuesioner tersebut telah diujicobakan, dan memiliki nilai validitas kuesioner harapan yang berkisar antara 0.301 s/d 0.747, dan nilai validitas kuesioner kenyataan yang berkisar antara 0.311 s/d 0.796. Berdasarkan uji coba yang sama juga didapatkan nilai reliabilitas kuesioner harapan sebesar 0.912 dan nilai reliabilitas kuesioner kenyataan sebesar 0.897.

Sampel dalam penelitian ini adalah 52 konsumen bengkel “X” yang minimal memiliki usia 16 tahun, pernah menggunakan satu kali jasa perawatan dan satu kali jasa perbaikan. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik sampling aksidental, yang dilaksanakan pada tanggal 28 Maret 2010 s/d 4 April 2010.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa dari 52 konsumen yang menjadi sampel, 19 konsumen (36,5 %) menilai kualitas jasa bengkel “X” ideal, dan 33 konsumen (63,5 %) sisanya menilai bahwa kualitas jasa bengkel “X” buruk.

Peneliti mengajukan saran pada peneliti selanjutnya agar dilakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen secara menyeluruh pada perusahaan yang menawarkan produk utama berupa barang yang didukung oleh jasa pendukung. Selain itu juga dapat dilakukan penelitian mengenai faktor – faktor yang paling dominan dalam membentuk atau mempengaruhi harapan konsumen.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORSINALITAS LAPORAN PENELITIAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Kerangka Pemikiran	10

1.6 Asumsi	17
------------------	----

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Jasa	18
2.1.1 Definisi Jasa	18
2.1.2 Karakteristik Jasa	18
2.1.3 Perspektif Kualitas Jasa	19
2.1.4 Definisi Kualitas Jasa	21
2.1.5 Dimensi Kualitas Jasa	21
2.1.6 Harapan Konsumen	23
2.1.7 Persepsi Konsumen	27
2.1.7.1 <i>Service Encounter</i>	29
2.1.7.2 Bukti Jasa	29
2.1.7.2.1 Bauran Pemasaran	30
2.1.7.2.2 Bauran Pemasaran yang Diperluas Untuk Jasa	31
2.1.8 Model Gap Kualitas Jasa	33
2.2 Perilaku Konsumen Jasa	36
2.2.1 Kepuasan vs Kualitas Jasa	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	31
--------------------------------	----

3.2 Bagan Rancangan Penelitian	32
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
3.3.1 Variabel Penelitian	32
3.3.2 Definisi Operasional	32
3.4 Alat Ukur	44
3.4.1 Kuesioner Kualitas Jasa	44
3.4.2 Skoring	47
3.4.3 Data Pribadi dan Data Penunjang	49
3.4.4 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	50
3.4.4.1 Validitas Alat Ukur	50
3.4.4.2 Reliabilitas Alat Ukur	52
3.5 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	55
3.5.1 Populasi Sasaran	55
3.5.2 Karakteristik populasi	55
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel	55
3.6 Teknik Analisis Data	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Sampel	57
4.2 Hasil Penelitian	58
4.3 Pembahasan	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
5.2.1 Saran Penelitian Selanjutnya	70
5.2.2 Saran Guna Laksana	70
DAFTAR PUSTAKA	72
DAFTAR RUJUKAN	74

LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur
LAMPIRAN B	Alat Ukur
LAMPIRAN C	Data Mentah
LAMPIRAN D	Pengolahan Data
LAMPIRAN E	Data Penunjang
LAMPIRAN F	Bengkel “X”

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	56
Tabel 3.2 Indikator dan Nomor Item	58
Tabel 3.3 Skor Respon	61
Tabel 3.4 Kriteria Kualitas Jasa	62
Tabel 4.1 Tabulasi Silang Usia dan Frekuensi Menggunakan Jasa Perawatan	70
Tabel 4.2 Tabulasi Silang Usia dan Frekuensi Menggunakan Jasa Perbaikan	71
Tabel 4.3 Hasil Penelitian per Bukti Jasa dan Dimensi Kualitas Jasa	72
Tabel 4.4 Hasil Penelitian Keseluruhan	73

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran	17
Bagan 2.1 Harapan Konsumen	27
Bagan 2.2 Bukti Jasa	30
Bagan 2.3 Perilaku Konsumen Jasa	37
Bagan 2.4 Kepuasan vs Kualitas Jasa	40
Bagan 3.1 Bagan Rancangan Penelitian	55