

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dari dimensi pada kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) di Auto2000 Pasteur Bandung dan menjelaskan faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen di Auto2000 Pasteur Bandung. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan pada dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Auto2000 Pasteur Bandung. Variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness* dan *empathy* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun *assurance* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Auto2000 Pasteur Bandung.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Auto2000.

ABSTRACT

This research aim to explain the influence from dimension of service quality to customer satisfaction in Auto2000 Pasteur Bandung and explain the most dominant factor influence the customer satisfaction in Auto2000 Pasteur Bandung. Result of this research is guest that service quality at dimension tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy by simultaneous have an effect on to customer satisfaction in Auto2000 Pasteur Bandung. Tangibles, reliability, responsiveness, and empathy variables have effect positive and significant to customer satisfaction. But assurance do not have the influence to customer satisfaction in Auto2000 Pasteur Bandung.

Key words: Service Quality, Customer Satisfaction, Auto2000.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRAC.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan masalah penelitian.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 9
2.1. Konsep Jasa.....	9
2.1.1. Definisi Jasa atau Layanan	9
2.1.2. Karakteristik Jasa.....	10

2.2. Pengertian Kualitas.....	12
2.3. Kualitas Jasa.....	13
2.4. Metode SERVQUAL	19
2.4.1. Dimensi Kualitas Jasa.....	24
2.5. Pengertian Layanan Purna Jual	25
2.6. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	28
2.7. Kerangka Berpikir.....	35
2.8. Hipotesis.....	36
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 37
3.1. Objek Penelitian.....	37
3.2. Profil Perusahaan	37
3.3. Metode Penelitian	40
3.3.1. Desain Penelitian.....	40
3.3.2. Definisi Variabel	41
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	42
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	46
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	46
3.7. Teknik Penentuan Sampel.....	47
3.8. Analisis Data	49
3.8.1. Uji Validitas	49
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	49
3.9. Analisis Regresi.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN	52
4.1. Profil Responden	52
4.1.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	53
4.1.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
4.1.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.1.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
4.1.6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Alasan/Tujuan.....	57
4.2. Analisis Data.....	58
4.2.1. Uji Validitas	58
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	61
4.2.3. Analisis Pengujian Hipotesis.....	63
4.2.3.1. Analisis Pengujian Dimensi <i>Tangibles</i> Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	65
4.2.3.2. Analisis Pengujian Dimensi <i>Reliability</i> Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	66
4.2.3.3. Analisis Pengujian Dimensi <i>Responsiveness</i> Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	68
4.2.3.4. Analisis Pengujian Dimensi <i>Assurance</i> Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	70
4.2.3.5. Analisis Pengujian Dimensi <i>Empathy</i> Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71

4.2.3.6. Analisis Pengujian Dimensi Kualitas Layanan Secara Keseluruhan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Alternatif Hasil Evaluasi Kualitas Jasa.....	16
Gambar 2.2 Model Konseptual Kualitas Jasa.....	23
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	35
Gambar 3.1 Sistem Pelayanan Konsumen Pada Auto2000 Pasteur Bandung..	39

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur	53
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Alasan/Tujuan.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.8 Anti-image Correlation.....	59
Tabel 4.9 Rotated Component Matrix	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.11 Anova (Tangibles).....	65
Tabel 4.12 Model Summary (Tangibles).....	66
Tabel 4.13 Anova (Reliability)	66
Tabel 4.14 Model Summary (Reliability).....	67
Tabel 4.15 Anova (Responsiveness).....	68
Tabel 4.16 Model Summary (Responsiveness).....	69
Tabel 4.17 Anova (Assurance).....	70
Tabel 4.18 Model Summary (Assurance).....	71
Tabel 4.19 Anova (Empathy).....	71
Tabel 4.20 Model Summary (Empathy)	72

Tabel 4.21	Anova (Keseluruhan Dimensi).....	73
Tabel 4.22	Model Summary (Keseluruhan Dimensi).....	74

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A Kuesioner Penelitian.....	83
B Uji Validitas dan Reliabilitas.....	89
C Uji Regresi.....	99
D Identitas Responden.....	108