

ABSTRAK

Dengan semakin ketatnya persaingan antara perusahaan jasa dewasa ini, setiap perusahaan jasa dituntut harus dapat mengembangkan suatu strategi pemasaran yang baik, yaitu memberikan kualitas pelayanan jasa yang baik sehingga dapat memuaskan para pelanggannya.

Kendaraan bermotor, terutama sepeda motor banyak digunakan pada saat ini. Ini didukung dengan adanya kebutuhan akan transportasi yang mudah, cepat, dan irit, oleh karena itu penggunaan sepeda motor merupakan salah satu pilihan konsumen baik untuk membantu melakukan pekerjaannya maupun hanya sebagai sarana transportasi untuk melakukan wisata. Selain itu juga kemudahan dalam mendapatkan sepeda motor yang disediakan oleh dealer-dealer sepeda motor. Serta keanekaragaman jenis sepeda motor yang banyak ragamnya dan bervariasi, juga adanya hadiah langsung yang ditawarkan juga cukup menarik perhatian para konsumen. Oleh karena itu pada saat ini sepeda motor merupakan salah satu transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat umum.

Selain penggunaan sepeda motor yang banyak, harus disertai dengan perawatan agar sepeda motor dapat digunakan secara maksimal dan awet dalam penggunaan mesinnya. Oleh karena itu penulis ingin mencoba meneliti apakah adanya hubungan antara kualitas pelayanan bengkel Remaja Motor terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Philip Kotler : Kepuasan pelanggan terletak dalam hubungan antara harapan (*Expectations*) dengan kinerja yang dirasakan (*Perceived performance*). Kinerja dalam hal ini adalah kualitas pelayanan jasa dari suatu perusahaan. Dan menurut Lovelock dalam Service Marketing ada lima prinsip dasar yang digunakan oleh konsumen dalam menilai suatu kualitas pelayanan yaitu, Bukti langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reability*), Jaminan (*Assurance*), Daya tanggap (*Responsiveness*), dan Empati (*Emphaty*).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana pelaksanaan kualitas jasa dari Remaja Motor Majalaya, tingkat kepuasan

pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa tadi, dan bagaimana hubungan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian untuk studi kasus yang bersifat pengujian teori, yaitu peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. teknik pengumpulan data melalui observasi dan penyebaran kuesioner kepada 100 orang pelanggan dari bengkel Remaja Motor. Adapun variabel yang digunakan mempunyai skala ordinal, sehingga digunakan analisa statistik non parametrik dengan menggunakan korelasi Rank Spearman, koefisien determinasi, dan uji hipotesa *t tabel*.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa korelasi Rank Spearman, diperoleh hasil yaitu $r_s = 0,44$ yang berarti terdapat korelasi yang cukup kuat antar kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Kesimpulannya adalah ternyata kepuasan pelanggan di suatu perusahaan jasa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan jasa yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu maka Remaja Motor harus dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada, dan melengkapi kualitas lain yang dirasakan masih kurang. Dan dari hasil perhitungan kuesioner diketahui Remaja Motor memberikan kualitas yang lebih baik sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 19,71% dimana menurut **Dean J. Champion** termasuk kriteria “*High (strong) association up to perfect association*”.

| | |
|---|------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah | 3 |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian | 4 |
| 1.5. Kerangka Pemikiran dan Hpotesis | 5 |
| 1.6. Metodologi Penelitian | 11 |
| 1.7. Waktu dan Lokasi Penelitian | 11 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Kajian Pustaka | 12 |
| 2.1.1. Pengertian Pemasaran | 12 |
| 2.1.2. Pengertian Bauran Pemasaran | 15 |
| 2.1.3. Pengertian Pemasaran Jasa | 17 |
| 2.1.3.1. Karakteristik dan Klasifikasi Jasa | 21 |
| 2.1.4. Strategi Pemasaran untuk Perusahaan Jasa | 31 |
| 2.1.5. Sistem Penyampaian Jasa | 39 |
| 2.2. Kerangka Pemikiran | 43 |
| 2.3. Hipotesis | 45 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1. Metode yang Digunakan | 46 |
| 3.2. Operasional Variabel | 47 |
| 3.2.1. Pengukuran Variabel | 50 |
| 3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data | 50 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 52 |
| 3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis | 53 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1. Profil Perusahaan | 58 |
| 4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Remaja Motor | 58 |
| 4.1.2. Struktur Organisasi Remaja Motor | 59 |
| 4.2. Penyampaian Jasa Terhadap Kepercayaan Konsumen | 62 |
| 4.2.1. Kinerja Penyampaian Jasa | 63 |
| 4.2.2. Kepercayaan Konsumen | 83 |
| 4.3. Hubungan Kinerja Penyampaian Jasa dalam Rangka Memuaskan Kebutuhan Konsumen | 87 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|-----------------|----|
| 5.1. Kesimpulan | 91 |
| 5.2. Saran | 92 |

DAFTAR PUSTAKA

SURAT PERNYATAAN

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

| | | |
|--------------------|--|----|
| Tabel 3.1. | Tabel Operasional Variabel | 48 |
| Tabel 4.1. | Kelayakan Gedung Remaja Motor | 63 |
| Tabel 4.2. | Peralatan yang Dimiliki Remaja Motor | 64 |
| Tabel 4.3. | Fasilitas Parkir Remaja Motor | 65 |
| Tabel 4.4. | Tingkat Kenyamanan Ruang Tunggu Remaja Motor | 66 |
| Tabel 4.5. | Ketersediaan Fasilitas Pendukung di Remaja Motor | 66 |
| Tabel 4.6. | Kelayakan Ruang tunggu Remaja Motor | 67 |
| Tabel 4.7. | Kebersihan Toilet, Ruang Tunggu Remaja Motor | 68 |
| Tabel 4.8. | Eksterior Gedung Remaja Motor | 68 |
| Tabel 4.9. | Interior Gedung Remaja Motor | 69 |
| Tabel 4.10. | Kelengkapan Services Remaja Motor | 70 |
| Tabel 4.11. | Kestrategisan Lokasi Remaja Motor | 71 |
| Tabel 4.12. | Tingkat Penerangan /Pencahaya-an Ruangan di Remaja Motor | 72 |
| Tabel 4.13. | Sirkulasi Udara Pada Remaja Motor | 73 |
| Tabel 4.14. | Tata Letak Antar Ruang-an yang Ada Pada Remaja Motor | 73 |
| Tabel 4.15. | Makanan yang Diberikan Remaja Motor | 74 |
| Tabel 4.16. | Penampilan Karyawan Remaja Motor | 75 |
| Tabel 4.17. | Kemampuan Karyawan Menangani Pelanggan Remaja Motor | 76 |
| Tabel 4.18. | Tingkat Keyakinan Karyawan Menangani Pelanggan Remaja Motor | 77 |
| Tabel 4.19. | Keramahan Karyawan Remaja Motor Saat Memberikan Pelayanan | 77 |
| Tabel 4.20. | Ketanggapan Karyawan Saat Memberikan Pelayanan | 78 |
| Tabel 4.21. | Kecepatan Karyawan Remaja Motor Saat Memberikan Pelayanan | 79 |
| Tabel 4.22. | Kemudahan Menemui karyawan Remaja Motor | 80 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.23. Ketepatan Waktu Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan | 80 |
| Tabel 4.24. Prosedur Pelayanan yang Diberikan Karyawan Remaja Motor | 81 |
| Tabel 4.25. Kejelasan Informasi yang Disampaikan oleh Karyawan Remaja Motor | 82 |
| Tabel 4.26. Kepercayaan dan Mengandalkan Penyampaian Jasa Remaja Motor | 83 |
| Tabel 4.27. Kepercayaan Pada Pelayanan yang Diberikan Oleh Remaja Motor | 84 |
| Tabel 4.28. Kepercayaan Terhadap Kualitas Peralatan Remaja Motor | 85 |
| Tabel 4.29. Kepercayaan mendapatkan Pelayanan terbaik dari Remaja Motor | 86 |
| Tabel 4.30. Correlation | 87 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|--------------------|--|----|
| Gambar 2.1. | Model Hirarki Tanggapan | 14 |
| Gambar 2.2. | 4 P Dalam Bauran Pemasaran | 17 |
| Gambar 2.1. | Three Types of Marketing in Services Industries | 34 |
| Gambar 2.4. | Kerangka Pemikiran | 45 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner dan Hasil Kuesioner

Lampiran 2 : Tabel t