

ABSTRAK

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang usaha jasa, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk diperhatikan karena akan berdampak pada kepuasan konsumen. Selama pelayanan yang dirasakan oleh konsumen lebih besar atau sama dengan harapan akan menimbulkan hal-hal positif bagi perusahaan, sedangkan ketidakpuasan konsumen akan menimbulkan dampak yang negatif bagi perusahaan. Keunggulan suatu perusahaan jasa adalah tergantung dari diferensiasi (keunikan) serta kualitas yang diperlihatkan oleh pelayanan apakah sesuai dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen yang tinggi akan menjadi keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dengan perusahaan jasa yang sejenis. Kepuasan konsumen yang tinggi juga akan menimbulkan kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) yang tinggi.

Cahaya Motor adalah salah satu bengkel resmi sepeda motor Honda yang lebih dikenal dengan sebutan AHASS (Astra Honda Authorized Service Station), yang bergerak di bidang usaha jasa perawatan dan perbaikan kendaraan roda dua khususnya motor Honda.

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif dan verifikatif, dengan melakukan pengamatan dan penyebaran kuesioner ke lapangan, sedangkan tipe penelitiannya adalah korelasional. Penelitian dilakukan pada Mei 2005. Kuesioner disebarkan pada 43 orang yang sedang menggunakan jasa bengkel Cahaya Motor.

Dari analisis yang diperoleh koefisien korelasi peringkat dari Spearman (r_s) sebesar 0,87, yang menunjukkan adanya hubungan searah yang tinggi (kuat) antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen di Cahaya Motor. Koefisien determinasi (k_d) sebesar 76,44 %, yang berarti kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen sebesar 76,44 % dan sisanya sebesar 23,56 % dipengaruhi oleh faktor – faktor lain di luar kualitas pelayanan.

Dengan demikian maka dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang besar terhadap tingkat kepuasan konsumen di Cahaya Motor, sehingga kualitas pelayanan harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan oleh Cahaya Motor untuk dapat bertahan dari persaingan.

DAFTAR ISI

	<u>Halaman</u>
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	4
1.6 Lokasi Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Jasa.....	10
2.2 Bauran Pemasaran Jasa.....	11
2.3 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	13
2.4 Mengelola Kualitas Pelayanan.....	16

2.5 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	20
2.6 Nilai dan Kepuasan Pelanggan.....	21
2.7 Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.....	24
2.8 Menarik dan Mempertahankan Pelanggan.....	25

BAB III OBJEK dan METODE PENELITIAN

3.1 Sejarah Perusahaan.....	28
3.2 Bidang Kegiatan.....	28
3.3 Metode Penelitian.....	28
3.3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.4 Operasional Variabel.....	29
3.4.1 Variabel Bebas.....	29
3.4.2 Variabel Tak Bebas.....	29
3.4.3 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.5 Jenis Sumber Data.....	33
3.5.1 Data Primer.....	33
3.5.2 Data Sekunder.....	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6.1 Wawancara.....	33
3.6.2 Pengamatan.....	33
3.6.3 Penyebaran Kuesioner.....	33
3.7 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.8 Metode Analisis Data.....	35

3.8.1 Metode Analisis Data Kualitatif.....	35
3.8.2 Metode Analisis Data Kuantitatif.....	35
3.9 Uji Hipotesis.....	39

BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden.....	40
4.2 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan di Cahaya Motor.....	41
4.2.1 Dimensi Tampilan Fisik.....	41
4.2.2 Dimensi Keandalan.....	43
4.2.3 Dimensi Ketanggapan.....	44
4.2.4 Dimensi Jaminan.....	45
4.2.5 Dimensi Empati.....	46
4.3 Kepuasan Responden terhadap Pelayanan di Cahaya Motor.....	47
4.3.1 Dimensi Tampilan Fisik.....	47
4.3.2 Dimensi Keandalan.....	49
4.3.3 Dimensi Ketanggapan.....	50
4.3.4 Dimensi Jaminan.....	51
4.3.5 Dimensi Empati.....	52
4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Cahaya Motor.....	53
4.4.1 Koefisien Determinasi.....	62

BAB V KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan.....63

5.2 Saran.....63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	<u>Halaman</u>
3.1 Operasional Variabel.....	31
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	40
4.1.2 Usia Responden.....	40
4.1.3 Pekerjaan Responden.....	41
4.2.1.1 Tanggapan responden mengenai fasilitas yang tersedia di ruang tunggu.....	41
4.2.1.2 Tanggapan responden mengenai kerapihan penampilan pegawai.....	42
4.2.1.3 Tanggapan responden mengenai kelengkapan peralatan dan kecanggihan teknologi yang digunakan.....	42
4.2.1.4 Tanggapan responden mengenai kondisi bangunan bengkel.....	43
4.2.2.1 Tanggapan responden mengenai kehandalan mekanik.....	43
4.2.2.2 Tanggapan responden mengenai kemampuan dalam melayani semua tipe motor Honda.....	44
4.2.3.1 Tanggapan responden mengenai kecepatan pegawai dalam memberikan pelayanan.....	44
4.2.3.2 Tanggapan responden mengenai ketanggapan pegawai pada permintaan konsumen dalam memberikan pelayanan.....	45
4.2.4.1 Tanggapan responden mengenai jaminan suku cadang asli Honda.....	45
4.2.4.2 Tanggapan responden mengenai jaminan pekerjaan servis.....	46
4.2.5.1 Tanggapan responden mengenai pemahaman pegawai terhadap pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen.....	46
4.2.5.2 Tanggapan responden mengenai perhatian mekanik terhadap motor Honda milik konsumen.....	47

4.3.1.1	Kepuasan responden terhadap fasilitas yang tersedia di ruang tunggu.....	47
4.3.1.2	Kepuasan responden terhadap kerapihan penampilan pegawai.....	48
4.3.1.3	Kepuasan responden terhadap kelengkapan peralatan dan kecanggihan teknologi yang digunakan.....	48
4.3.1.4	Kepuasan responden terhadap kondisi bangunan bengkel.....	49
4.3.2.1	Kepuasan responden terhadap kehandalan mekanik.....	49
4.3.2.2	Kepuasan responden terhadap kemampuan dalam melayani semua tipe motor Honda.....	50
4.3.3.1	Kepuasan responden terhadap kecepatan pegawai dalam memberikan pelayanan.....	50
4.3.3.2	Kepuasan responden terhadap ketanggapan pegawai pada permintaan konsumen dalam memberikan pelayanan.....	51
4.3.4.1	Kepuasan responden terhadap jaminan suku cadang asli Honda.....	51
4.3.4.2	Kepuasan responden terhadap jaminan pekerjaan servis.....	52
4.3.5.1	Kepuasan responden terhadap pemahaman pegawai terhadap pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen.....	52
4.3.5.2	Kepuasan responden terhadap perhatian mekanik terhadap motor Honda milik konsumen.....	53
4.4.1	Perhitungan selisih rank antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen.....	54
4.4.2	Perhitungan angka kembar variabel X.....	57
4.4.3	Perhitungan angka kembar variabel Y.....	58

DAFTAR GAMBAR

	<u>Halaman</u>
1.1 Kerangka Pemikiran.....	8
2.1 Model Mutu Jasa.....	18
2.2 Penentu Nilai yang Diterima Pelanggan.....	22
2.3 Rantai Nilai Generik.....	23
4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Tabel distribusi t
- Lampiran II Kuesioner
- Lampiran III Tabel penilaian variabel X
- Lampiran IV Tabel penilaian variabel Y