

ABSTRAK

Penelitian dilakukan pada dealer Honda PT. Duta Niaga Multi Sejahtera yang berlokasi di jalan Hos Cokroaminoto no:130-132, Cianjur. Dealer Honda ini bergerak dalam bidang jasa terutama kualitas pelayanan (service). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya-upaya yang telah dilakukan oleh dealer Honda PT. Duta Niaga Multi Sejahtera dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan atau konsumennya; untuk mengetahui penilaian yang diberikan pelanggan atau konsumen mengenai pelayanan yang telah dirasakan konsumen dari dealer Honda PT. Duta Niaga Multi Sejahtera; untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan atau konsumen di dealer Honda PT. Duta Niaga Multi Sejahtera.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode Deskriptif dan Verifikatif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian berlangsung dan memeriksa sebab-sebabnya sedangkan metode verifikatif digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel (variabel Independent dan variabel Dependent) melalui pengujian hipotesis, dalam hal ini variabel Independennya adalah kualitas pelayanan dan variabel Dependennya adalah tingkat kepuasan konsumen. alat instrument yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan kuesioner. Metode besaran statistik yang digunakan dalam penelitian adalah **analisis korelasi rank Spearman** yang merupakan uji statistik non-parametrik bagi variabel yang berskala ordinal.

Pelayanan jasa yang diberikan dealer Honda dapat ditinjau dari 5 dimensi yaitu kehandalan (reliability); daya tanggap (responsiveness); jaminan (assurance); empati (empathy); dan bukti fisik (tangibility). Pelaksanaan Kualitas Pelayanan yang baik yang dinilai cukup baik adalah pengetahuan / informasi yang dimiliki karyawan tentang dealer Honda; kesopanan karyawan dalam berpakaian; kemudahan dalam menyampaikan keluhan. Hal yang perlu diperbaiki pada dealer Honda adalah kejelasan papan reklame Honda; kelengkapan peralatan bengkel; dan kesigapan karyawan dalam melayani konsumen.

Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa besarnya nilai korelasi rank Spearman adalah 0,81 yang berarti korelasi yang kuat dan mendekati sempurna antara Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh dealer Honda terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. Kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 65,61 %, yang berarti bahwa sebesar 65,61% dari tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan jasa dealer Honda, dan sisanya sebesar 34,39% berarti bahwa Tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

Adapun saran dari penulis kepada pihak dealer Honda yaitu :Dealer Honda PT. Duta Niaga Multi Sejahtera Cianjur harus tetap menjaga kualitas pelayanan jasanya maupun produknya serta harus terus melakukan inovasi terhadap produk-produknya; pihak manajemen harus lebih mengawasi pelaksanaan kualitas pelayanan jasa.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|-----------------------|----------------|
| ABSTRAK | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------------|----|
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 4 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan penelitian..... | 5 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 5 |
| 1.5 Kerangka Pemikiran..... | 6 |
| 1.6 Metodologi Penelitian | |
| 1.6.1 Jenis Penelitian..... | 13 |
| 1.6.2 Operasional Variabel..... | 13 |
| 1.6.3 Jenis dan Sumber Data..... | 14 |
| 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 14 |

| | | |
|-------|----------------------------------|----|
| 1.6.5 | Teknik Sampling..... | 16 |
| 1.6.6 | Teknik Pengolahan Data..... | 16 |
| 1.7 | Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 17 |
| 1.8 | Sistematika Penyusunan..... | 18 |

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

| | | |
|---------|--|----|
| 2.1 | Pengertian marketing..... | 21 |
| 2.1.1 | Pengertian Manajemen Pemasaran..... | 23 |
| 2.2 | Konsep Jasa | |
| 2.2.1 | Pengertian Jasa..... | 24 |
| 2.2.2 | Karakteristik Jasa..... | 25 |
| 2.2.3 | Klasifikasi Jasa..... | 26 |
| 2.2.4 | Pemasaran Jasa..... | 28 |
| 2.2.4.1 | Strategi Pemasaran untuk Pemasaran Jasa..... | 30 |
| 2.2.4.2 | Bauran Pemasaran Jasa..... | 35 |
| 2.3 | Kualitas Jasa | |
| 2.3.1 | Definisi Kualitas Jasa..... | 38 |
| 2.3.2 | Model Kualitas Jasa..... | 39 |
| 2.3.3 | Indikator Kualitas Jasa..... | 43 |

| | |
|--|----|
| 2.4 Kepuasan Konsumen | |
| 2.4.1 Pengertian Kepuasan..... | 45 |
| 2.4.2 Strategi Kepuasan Konsumen..... | 47 |
| 2.4.3 Pengaruh Harapan terhadap Kepuasan Konsumen..... | 52 |
| 2.4.4 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen..... | 54 |
| 2.4.5 Indikator Kepuasan Konsumen..... | 56 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Metode Penelitian yang Digunakan..... | 58 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data..... | 59 |
| 3.3 Operasional Variabel..... | 59 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 64 |
| 3.5 Populasi dan Sampel | |
| 3.5.1 Populasi..... | 66 |
| 3.5.2 Sampel..... | 67 |
| 3.6 Analisa Data..... | 69 |
| 3.6.1 Rancangan Pengujian Hipotesis..... | 71 |
| 3.6.2 Pengujian Hipotesis..... | 75 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|-----|
| 4.1 Obyek Penelitian | |
| 4.1.1 Sejarah PT. Duta Niaga Multi Sejahtera..... | 77 |
| 4.1.2 Jasa-jasa yang ditawarkan..... | 78 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi..... | 78 |
| 4.1.4 Job Description..... | 79 |
| 4.2 Bentuk Pelaksanaan Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Dealer Honda PT. Duta Niaga Multi Sejahtera..... | 81 |
| 4.3 Tanggapan Responden atas Kualitas Pelayanan yang diberikan Dealer Honda PT. Duta Niaga Multi Sejahtera Cianjur | |
| 4.3.1 Profil Konsumen..... | 85 |
| 4.3.2 Kualitas Pelayanan Jasa..... | 88 |
| 4.3.3 Kepuasan Konsumen..... | 97 |
| 4.4 Kesimpulan dari tanggapan responden atas Kualitas Pelayanan yang diberikan dealer Honda..... | 102 |
| 4.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen..... | 105 |

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan.....113

5.2 Saran.....117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 3.1 | Operasional Variabel X..... | 62 |
| Tabel 3.2 | Operasional Variabel Y..... | 63 |
| Tabel 3.3 | Derajat Hubungan dan Penafsiran..... | 74 |
| Tabel 4.1 | Profil konsumen berdasarkan jenis kelamin..... | 85 |
| Tabel 4.2 | Profil konsumen berdasarkan usia..... | 86 |
| Tabel 4.3 | Profil konsumen berdasarkan pekerjaan..... | 87 |
| Tabel 4.4 | Jasa perawatan sesuai prosedur..... | 88 |
| Tabel 4.5 | Kemudahan dalam menyampaikan keluhan..... | 89 |
| Tabel 4.6 | Kesigapan karyawan dalam melayani konsumen..... | 90 |
| Tabel 4.7 | Kesopanan karyawan dalam berpakaian..... | 91 |
| Tabel 4.8 | Pengetahuan / informasi yang dimiliki karyawan tentang dealer Honda..... | 92 |
| Tabel 4.9 | Perhatian karyawan terhadap setiap keluhan dan keinginan konsumen..... | 93 |
| Tabel 4.10 | Kenyamanan ruang tunggu..... | 94 |
| Tabel 4.11 | Kelengkapan peralatan bengkel..... | 95 |
| Tabel 4.12 | Kejelasan papan reklame Honda sehingga terlihat oleh konsumen..... | 96 |
| Tabel 4.13 | Pelanggan melakukan kunjungan kembali pada dealer Honda | 97 |

| | | |
|------------|--|-----|
| Tabel 4.14 | Pelanggan bersedia membeli lebih banyak ketika dealer Honda menawarkan produk baru..... | 98 |
| Tabel 4.15 | Pelanggan memberikan informasi yang baik tentang dealer Honda ini kepada keluarga atau teman..... | 99 |
| Tabel 4.16 | Pelanggan tidak terpengaruh oleh merek atau iklan dealer pesaing lain..... | 100 |
| Tabel 4.17 | Pelanggan memberi masukan (ide) kepada dealer Honda ini guna peningkatan kualitas pelayanan..... | 101 |
| Tabel 4.18 | Skor rata-rata Kualitas Pelayanan..... | 102 |
| Tabel 4.19 | Skor rata-rata Tingkat Kepuasan | 103 |
| Tabel 4.20 | Perhitungan data untuk memperoleh koefisien korelasi rank Spearman..... | 107 |
| Tabel 4.21 | Angka kembar variabel X..... | 108 |
| Tabel 4.22 | Angka kembar variabel Y..... | 109 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 1.1 | Skema kerangka pemikiran..... | 12 |
| Gambar 2.1 | 3 Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa..... | 34 |
| Gambar 2.2 | Model Kualitas Jasa (Gap Model)..... | 40 |
| Gambar 2.3 | Proses penanganan keluhan secara efektif..... | 49 |
| Gambar 2.4 | Pengaruh harapan terhadap kepuasan..... | 53 |
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi..... | 79 |