

ABSTRAK

Studi ini di latar belakang oleh meningkatnya kebutuhan manusia akan kendaraan. Salah satunya adalah sepeda motor, sehingga menyebabkan kebutuhan akan bengkel sepeda motor juga meningkat karena banyaknya kendaraan yang harus di *service*.

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bengkel harus tetap mampu bertahan hidup bahkan berkembang. Salah satu tindakan penting yang perlu diperhatikan oleh setiap bengkel untuk menarik minat pelanggannya melakukan servis motor di bengkel tersebut adalah harus mampu membuat pelanggannya merasa puas. Terdapat banyak model yang digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan, salah satu model yang secara luas digunakan adalah model *Evidence of Service* yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah memahami efek dari *Evidence of Service* terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini bisa digunakan untuk menyusun strategi pemasaran dalam mempertahankan pelanggan.

Data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap responden konsumen bengkel servis motor AHASS (Astra Honda Authorizd Service Station) di PD.Pasir Kaliki Motor Bandung. Metode statistik yang digunakan adalah dengan memakai software SPSS 10.00.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil sebagai berikut: Variabel *evidence of service* memiliki pengaruh sebesar 68,1% terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, 3 dimensi dari *evidence of service* yaitu *people*, *process* dan *physical evidence* memiliki pengaruh atau signifikansi terhadap kepuasan pelanggan. Dari ke tiga dimensi *evidence of service*, yang paling berpengaruh adalah dimensi *process*, yaitu memiliki koefisien β sebesar 0,515, sedangkan ke-2 faktor lainnya yaitu, *physical evidence* dan *people*, masing-masing menunjukkan nilai koefisien β *physical evidence* sebesar 0,265 dan nilai koefisien β *people* sebesar 0,188.

ABSTRACT

Background of this research is the demand of human being of vehicle that increases rapidly. One of them is motorbike. So that cause requirement of motorbike repair shop will also mount because the number of vehicle must in service.

In highly competitive industry every repair shop must surviving and developing. The important thing for the repair shop to drawing a customer enthusiasm is make customer feels satisfy. There are many models that used in customer satisfaction measurement. One of those models is Evidence of service model which used in this research. The goal of this research is examining effects of Evidence of service on customer satisfaction. The result of this research use for arranging and planning a marketing strategy in customer retention focus.

The data are reached by questionnaire mechanisms which respondents are repair shop customer in AHASS (Astra Honda Authorizd Service Station) PD.Pasir Kaliki Motor in Bandung. This research use statistical method which used SPSS 10.00 software.

Based on data processing, there are synthesis: Evidence of service variable have influencing the customer satisfaction by 68,1%. It means, 3 dimension of evidence of service (people, process and physical evidence) is significance to customer satisfaction. From three dimension of evidence of service, the one which have biggest influence is process, which β coefficient is 0,515. The other one are physical evidence and people, which β coefficient of physical evidence is 0, 265 and β coefficient of people is 0,188.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	11
1.6 Metode Penelitian.....	14
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	14
1.6.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	15
1.6.3 Jenis dan Sumber Data.....	20
1.6.4 Metode Pengumpulan Data.....	20
1.6.5 Metode Analisis dan Pengolahan Data.....	21
1.6.5.1 Pengujian Reliabilitas.....	22
1.6.5.2 Pengujian Validitas.....	23
1.6.5.3 Analisis Faktor.....	24

1.6.5.4 Analisis Multivariate Regresi Berganda.....	26
1.6.5.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	27
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
1.8 Sistematik Bahasan.....	28
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Jasa.....	30
2.2 <i>Evidence of Service</i>	36
2.2.1 Sikap Penyedia Jasa (<i>People</i>).....	38
2.2.2 Proses yang Dilalui Pelanggan (<i>Process</i>).....	39
2.2.3 Bukti Fisik yang Mendukung Jasa Utama (<i>Physical Evidence</i>).....	40
2.3 Kepuasan Pelanggan (<i>Satisfaction</i>).....	41
2.4 Pengaruh <i>Evidence of Service</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	45
 BAB III OBJEK PENELITIAN.....	
3.1 Sejarah Perusahaan.....	47
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	47
3.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	48
3.3.1 Struktur Organisasi.....	48
3.3.2 Uraian Tugas.....	51
3.3.3 Promosi.....	92
3.3.4 Distribusi.....	92
3.4 Aktivitas Operasional Perusahaan.....	54
3.5 Aktivitas Keuangan Perusahaan.....	55

3.6 Aktivitas Pemasaran Perusahaan.....	55
3.6.1 Produk.....	55
3.6.2 Harga.....	56
3.6.3 Promosi.....	58
3.6.4 Distribusi.....	58
3.7 Aktivitas Sumber Daya Manusia Perusahaan.....	58
3.7.1 Pelatihan dan Pengembangan SDM.....	58
3.7.2 Pemeliharaan SDM.....	59

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Analisis profil responden.....	60
4.2 Analisis Tanggapan Responden Pada komponen dimensi <i>Evidence of Service</i>	67
4.2.1 Analisis tanggapan responden pada dimensi <i>People</i>	67
4.2.2 Analisis tanggapan responden pada dimensi <i>Process</i>	68
4.2.3 Analisis tanggapan responden pada dimensi <i>Physical Evidence</i>	69
4.2.4 Analisis Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	70
4.3 Analisis Statistik Pengaruh <i>Evidence of Service</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
4.3.1 Analisis Hasil Uji Validitas.....	72
4.3.2.1 Analisis KMO.....	72
4.3.2.2 Analisis Bartlett's <i>Test of Sphericity</i>	73

4.3.2.3 Analisis <i>Anti – Images Matrices</i>	74
4.3.2.4 Analisis <i>Communalities</i>	76
4.3.2.5 Analisis <i>Total Variance Explained</i>	78
4.3.2.6 Analisis <i>Component Matrix</i>	79
4.3.2 Analisis Hasil Uji Reliabilitas.....	80
4.3.3 Hasil Pengolahan Regresi Berganda.....	81
4.4 Analisis Hasil Penelitian.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Lampiran 1. Format kuesioner	
Lampiran 2. Perhitungan SPSS - <i>Validity</i>	
Lampiran 3 Perhitungan SPSS - <i>Reliability</i>	
Lampiran 4 Perhitungan SPSS - <i>Regression</i>	
Lampiran 5 Perhitungan SPSS - <i>Frequencies</i>	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model penelitian.....	13
Gambar 2.1 Empat komponen jasa.....	34
Gambar 2.2 <i>Evidence of Service (from customers point of view)</i>	37
Gambar 2.3 Diagram faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap industri jasa.....	45
Gambar 3.1 Bagan struktur organisasi PD. Pasir Kaliki Motor.....	50
Gambar 4.1 Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin.....	61
Gambar 4.2 Komposisi responden berdasarkan usia.....	62
Gambar 4.3 Komposisi responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	64
Gambar 4.4 Komposisi responden berdasarkan jenis sepeda motor yang digunakan.....	65
Gambar 4.5 Komposisi responden berdasarkan lamanya menggunakan sepeda otor Honda.....	66
Gambar 4.6 Model analisis hasil penelitian.....	86
Gambar 5.1 Bagan penelitian baru.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Operasionalisasi variabel..	17
Tabel 1.2 Bobot penilaian skala Likert.....	22
Tabel 3.1 Harga jual <i>on the road</i> sepeda motor Honda.....	56
Tabel 4.1 Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin.....	61
Tabel 4.2 Komposisi responden berdasarkan usia.....	62
Tabel 4.3 Komposisi responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	63
Tabel 4.4 Komposisi responden berdasarkan jenis sepeda motor yang digunakan.....	65
Tabel 4.5 Komposisi responden berdasarkan lamanya menggunakan sepeda motor Honda.....	66
Tabel 4.6 Tanggapan responden pada dimensi <i>people</i>	68
Tabel 4.7 Tanggapan responden pada dimensi <i>process</i>	69
Tabel 4.8 Tanggapan responden pada dimensi <i>physical evidence</i>	70
Tabel 4.9 Analisis kepuasan pelanggan.....	71
Tabel 4.10 KMO.....	73
Tabel 4.11 Bartelet <i>test</i>	74
Tabel 4.12 MSA.....	75
Tabel 4.13 <i>Communalities</i>	77
Tabel 4.14 <i>Total variance explained</i>	78
Tabel 4.15 Component Matrix.....	80

Tabel 4.16 Hasil analisis reliabilitas.....	81
Tabel 4.17 Hasil analisis regresi linear berganda dimensi <i>evidence of service</i> (<i>people, process, physical evidence</i>) terhadap kepuasan pelanggan.....	82
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas dimensi <i>evidence of service</i> (<i>people, process</i> dan <i>physical evidence</i>) – kepuasan pelanggan.....	85
Tabel 4.19 Hasil uji hipotesis penelitian.....	85