

## ABSTRAK

Signal Auto Bodywork merupakan sebuah perusahaan jasa yang menyediakan jasa perbaikan dan modifikasi kendaraan di Kota Bandung. Munculnya perusahaan-perusahaan yang memasuki usaha di bidang otomotif, menyebabkan persaingan yang ketat dalam bisnis ini. Menciptakan kepuasan bagi konsumen merupakan tujuan pemasaran yang sesungguhnya. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, dimana salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan para ahli pemasaran, diketahui bahwa konsumen pada umumnya menilai kualitas suatu jasa melalui lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles*. Bagaimana konsumen melihat kinerja perusahaan dari dimensi kualitas jasa, akan berpengaruh pada kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen.

Dengan melihat kecenderungan ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen hubungan antara dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen-konsumen terhadap penggunaan fasilitas bengkel di Signal Auto Bodywork Bandung.

Pada penelitian ini, penulis membagikan kuesioner pada pelanggan yang merupakan konsumen Signal Auto Bodywork, untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

Untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Signal Auto Bodywork Bandung, hubungan antara persepsi konsumen pada dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis Korelasi Rank Spearman. Diperoleh hasil sebesar 0,9725 yang berarti ada hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel yang diteliti. Koefisien determinasi sebesar 94,09 % sedangkan 5,91 % kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk pada penilaian ini. 90% responden menyatakan puas dan sangat puas dengan pelayanan yang mereka terima, dan sebanyak 93,33% responden menyatakan setuju dan sangat setuju akan selalu melakukan penggunaan jasa ini kembali di kemudian hari.

Implikasi dari penelitian ini adalah, adanya hubungan yang signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Signal Auto Bodywork Bandung.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	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 Metode Penelitian .....	9
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	11
2.2 Jasa .....	12
2.2.1 Pengertian Jasa.....	12
2.2.2 Klasifikasi Jasa .....	13
2.2.3 Karakteristik Jasa.....	16
2.2.4 Bauran Pemasaran Jasa .....	17

2.2.5	Kualitas Jasa .....	23
2.2.6	Model Kualitas Jasa .....	30
2.3	Kepuasan Konsumen.....	31
2.3.1	Konsep Kepuasan Konsumen.....	31
2.3.2	Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	33
2.3.3	Cara Mencapai Kepuasan Konsumen .....	35
2.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen.....	36

### **BAB 3 OBYEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Obyek Penelitian.....	38
3.2	Metode Penelitian .....	38
3.2.1	Metode yang digunakan .....	38
3.2.2	Operasional Variabel.....	39
3.3	Analisis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1	Analisis Data.....	43
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.4	Metode Analisis .....	44
3.5	Pengujian Hipotesis.....	46

### **BAB 4 PEMBAHASAN**

4.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	49
4.2	Struktur Organisasi Signal Auto Bodywork.....	51
4.3	Uraian Tugas dan jabatan .....	52

4.4	Pelayanan bagi konsumen yang dilakukan Signal Auto Bodywork .....	54
4.4.1	Kehandalan ( <i>Reliability</i> ) .....	54
4.4.2	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) .....	55
4.4.3	Kepastian ( <i>Assurance</i> ) .....	56
4.4.4	Empati ( <i>Emphaty</i> ) .....	57
4.4.5	Berwujud ( <i>Tangible</i> ) .....	58
4.5	Hasil dan Analisis Penelitian .....	59
4.5.1	Profil Responden .....	60
4.5.2	Analisis kualitatif terhadap persepsi konsumen Signal Auto Bodywork pada komponen dimensi kualitas jasa .....	66
4.5.3	Analisis kepuasan konsumen Signal Auto Bodywork .....	84
4.6	Analisis Korelasi Rank Spearman .....	89
4.7	Pengujian Hipotesis .....	93
4.8	Koefisien Determinasi .....	95

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	96
5.2	Saran .....	97

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Bebas (X) .....	41
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Tidak Bebas (Y) .....	43
Tabel 3.3	Pemberian Bobot Menurut Likert .....	44
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini .....	61
Tabel 4.4	Komposisi Responden Berdasarkan Penghasilan Pribadi.....	62
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Informasi Keberadaan Signal Auto Bodywork .....	62
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Ada Tidaknya Aktifitas Otomotif Lain Di Luar Signal Auto Bodywork.....	63
Tabel 4.7	Profil Responden Berdasarkan Lamanya Ukuran Waktu yang Dijalankan Menjadi Konsumen Signal Auto Bodywork.....	64
Tabel 4.8	Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pemakaian Jasa Signal Auto Bodywork Dalam Satu Tahun Terakhir.....	64
Tabel 4.9	Profil Responden Berdasarkan Lama Rata-Rata Dalam Memodifikasi Kendaraan .....	65
Tabel 4.10	Fasilitas Di Bengkel Signal Auto Bodywork Tersedia Lengkap...	66
Tabel 4.11	Karyawan Tanggap Menjawab Pertanyaan Konsumen .....	67
Tabel 4.12	Karyawan Mampu Menangkap Ide Konsumen dengan Baik.....	68

Tabel 4.13	Karyawan Signal Auto Bodywork Cepat Mangatasi Keluhan Konsumen.....	70
Tabel 4.14	Karyawan Signal Auto Bodywork Cepat Mengatasi Permintaan Konsumen.....	71
Tabel 4.15	Kepala Bengkel Dapat Menterjemahkan Order Sesuai dengan Perintah Kerja.....	72
Tabel 4.16	Fasilitas Bengkel yang Terjaga Kebersihannya.....	73
Tabel 4.17	Lingkungan Sekitar Signal Auto Bodywork Aman Untuk Memarkirkan Kendaraan.....	74
Tabel 4.18	Konsumen Selalu Mendapat Perlakuan yang Sopan Dari Karyawan.....	75
Tabel 4.19	Karyawan Signal Auto Bodywork Memiliki Pengetahuan yang Baik Tentang Keseluruhan Perusahaan.....	76
Tabel 4.20	Karyawan Signal Auto Bodywork Bersikap Ramah dan Sopan.....	77
Tabel 4.21	Karyawan Signal Auto Bodywork Bersikap Simpatik dan Merasakan Keadaan Konsumen.....	78
Tabel 4.22	Waktu Buka Signal Auto Bodywork Sesuai dengan Kebutuhan Konsumen.....	79
Tabel 4.23	<i>Front Office</i> Memberikan Kemudahan bagi Konsumen Signal Auto Bodywork untuk Menyampaikan Keluhan dan Saran.....	80
Tabel 4.24	Kebersihan Lingkungan Signal Auto Bodywork Terjaga dengan Baik.....	81

Tabel 4.25	Tempat Parkir Signal Auto Bodywork Tersedia Cukup Memadai .....	82
Tabel 4.26	Ruangan Bengkel Luas dan Nyaman .....	83
Tabel 4.27	Peralatan Bengkel Di Signal Auto Bodywork Tersedia Cukup Lengkap .....	83
Tabel 4.28	Konsumen Akan Melakukan Penggunaan Jasa Ini Kembali.....	85
Tabel 4.29	Konsumen Akan Menolak Perusahaan Jasa Lain yang Serupa .....	86
Tabel 4.30	Fasilitas yang Diberikan Perusahaan Cukup Baik.....	87
Tabel 4.31	Konsumen Akan Menginformasikan Pengalaman Mengenai Bengkel Ini Kepada Orang Lain .....	88
Tabel 4.32	Pelayanan yang Diberikan Perusahaan Sudah Cukup Sesuai dengan Keinginan Konsumen.....	89
Tabel 4.33	Perhitungan Rank Spearman .....	90
Tabel 4.34	Perhitungan Angka Kembar .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Model Kepuasan Pelanggan .....	7
Gambar 2.1	Three Types of Marketing in Service Industry.....	21
Gambar 2.2	Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Harapan (E) dan Kenyataan (P) .....	29
Gambar 2.3	Model Kualitas Jasa (GAP Model) .....	30
Gambar 2.4	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	33
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan.....	51