

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan untuk menggambarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di bengkel Kencana Abadi di Jakarta Barat. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen bengkel Kencana Abadi dengan karakteristik konsumen yang pernah tuneup pada bengkel Kencana Abadi.

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, dengan jumlah sampel 321 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan teknik survei dan pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner. Alat ukur yang digunakan adalah SERVQUAL, yang dibuat berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibility*) yang disusun oleh V. A. Zeithaml (Zeithaml, 2006) yang sudah dimodifikasi peneliti agar sesuai dengan kebutuhan penelitian. Alat ukur ini terdiri dari 37 item.

Pengujian validitas menggunakan metode *Correlation Coefficient Pearson* dan diketahui terdapat dua item yang tidak valid. Nilai validitas 0,432 sampai 0,86. Pengujian reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach*. Nilai reliabilitas berkisar antara 0,710 sampai 0,864. Diperoleh data bahwa dari 321 responden, sebanyak 226 responden (70,4%) tidak puas, 89 responden (27,7%) sangat puas, dan 6 responden (1,9%) puas.

Kesimpulannya yaitu mayoritas konsumen pada bengkel Kencana Abadi merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan bengkel Kencana Abadi. Peneliti berikutnya disarankan untuk dapat meneliti kontribusi faktor yang mempengaruhi dengan kepuasan konsumen, meneliti kontribusi dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen dan keterkaitan harga dengan kepuasan konsumen. Bagi peneliti selanjutnya menggunakan kuisioner dengan tabel harapan sebelah kiri kemudian tabel item dan tabel kenyataan. Peneliti menyarankan kepada pemilik bengkel Kencana Abadi untuk memberikan pelayanan yang terbaik, pelatihan secara rutin dan memberikan bukti dan kesan yang baik dari pelayanan yang diberikan.

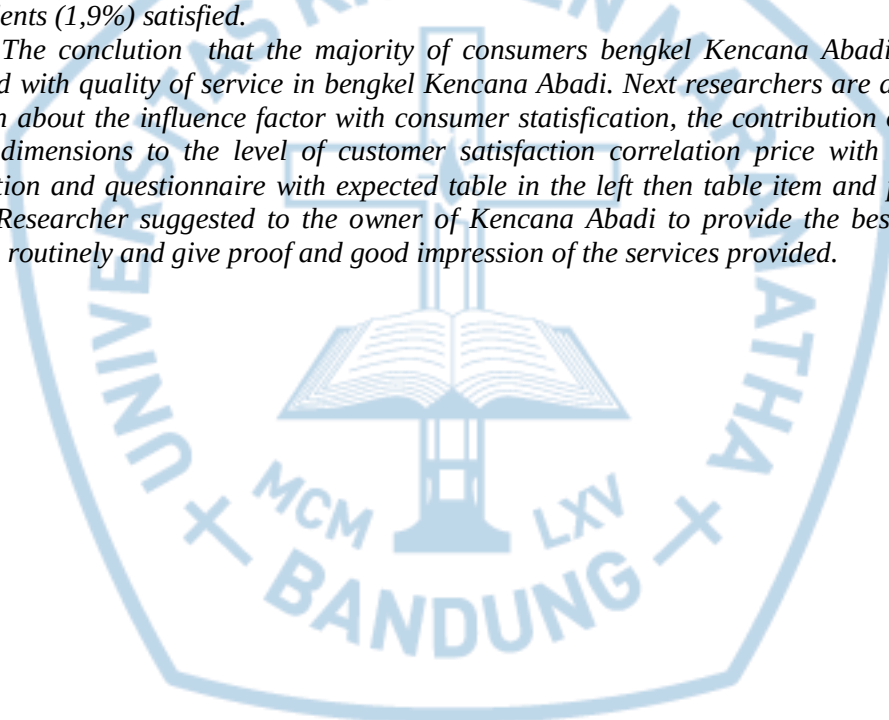
Abstract

This research was conducted to describe the consumer statisfaction toward the qualityof service in bengkel Kencana Abadi in West Jakarta. Subjects in this research is consumer bengkel Kencana Abadi with the characteristics of consumers who ever tuneup in bengkel Kencana Abadi.

This research using accidental sampling technique, with a total sampel of 321 respondents. The method used is descriptive by using survey techniques and data collection using questionnaires. Measuring instruments used is SERVQUAL wich is based on five dimensions quality of service is reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibility (Zeithaml, 2006) already modification to the research needs. This instrument consists of 37 items.

Testing the validity of using the Correlation Coefficient Pearson and it is known two items invalid. Skor of validity 0,432 until 0,86. Testing the reliability with Alpha Cronbach method. The skor of reliability 0,710 until 0,864. Data showed that of the 321respondents, 226 respondents (70,4%) dissatisfied, 89 respondents (27,7%) very satisfied, dan 6 respondents (1,9%) satisfied.

The conclusion that the majority of consumers bengkel Kencana Abadi was not statisfied with quality of service in bengkel Kencana Abadi. Next researchers are advised to research about the influence factor with consumer statisfication, the contribution of service quality dimensions to the level of customer satisfaction correlation price with customer satisfaction and questionnaire with expected table in the left then table item and perceived table. Researcher suggested to the owner of Kencana Abadi to provide the best service, training routinely and give proof and good impression of the services provided.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Teoritis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
1.5 Kerangka Pikir	7
1.6 Asumsi Penelitian	22

	x
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Teori Pelayanan Jasa (<i>Service Theory</i>)	23
2.2 Kepuasan Konsumen	27
2.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen	27
2.2.2 Tingkat Kepuasan Konsumen	27
2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	30
2.2.4 Model Kualitas Pelayanan	32
2.3 <i>Belief</i>	32
2.4 <i>Expectancy – Value Theories</i>	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Rancangan Penelitian	34
3.2 Bagan Prosedur Penelitian	34
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
3.4 Alat Ukur	37
3.4.1 Alat Ukur Kepuasan Konsumen	37
3.4.2 Data Penunjang	39
3.4.3 Validitas dan Reliabilitas	39
3.4.3.1 Uji Validitas Alat Ukur	39
3.4.3.2 Uji Reliabilitas Alat Ukur	40
3.5 Sampel dan Teknik Sampling	41
3.5.1 Sampel	41
3.5.2 Karakteristik Sampel	41
3.5.3 Teknik Sampling	41
3.6 Teknik Analisis Data	42

	xi
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Responden	43
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Konsumen	43
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Tingkat Kualitas Pelayanan	44
4.2.2 Tabulasi Silang Kualitas Pelayanan dengan Dimensi-dimensi	45
4.2.3 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Enduring Service</i> .	48
4.2.4 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Personal Need</i>	49
4.2.5 Tabulasi silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Transitory Service</i> <i>Intensifiers</i>	50
4.2.6 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Perceived Service</i> <i>Alternative</i>	51
4.2.7 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Self Perceived</i> <i>Service Role</i>	52
4.2.8 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Situasional</i> <i>Factors</i>	53
4.2.9 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Explicit Service</i> <i>Promises</i>	54
4.2.10 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Implicit Service</i> <i>Promises</i>	55
4.2.11 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Word Of Mouth</i> .	56
4.2.12 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Past Experience</i>	57
4.2.13 Tabulasi Silang <i>Perceived Service</i> Dengan <i>Service</i> <i>Encounters</i>	58

4.2.14 Tabulasi Silang *Perceived Service* Dengan *Evidence Of*

Service 59

4.3 Pembahasan 59

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan 68

5.2 Saran 68

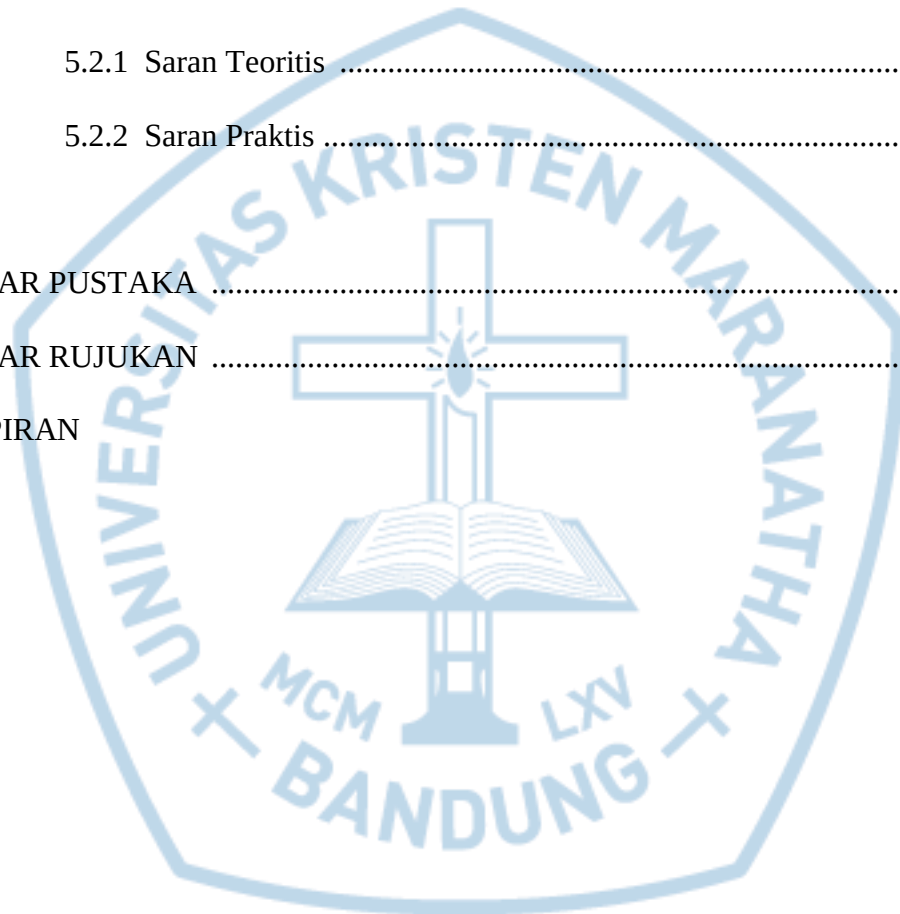
5.2.1 Saran Teoritis 68

5.2.2 Saran Praktis 69

DAFTAR PUSTAKA 70

DAFTAR RUJUKAN 71

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur	37
Tabel 3.2 Kisi-kisi Alat Ukur Data Penunjang	38
Tabel 3.3 Bobot Penilaian Alat Ukur	38
Tabel 3.4 Penilaian Gap Tingkat Kepuasan Konsumen	42
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	43
Tabel 4.2 Tingkat Kualitas Pelayanan	44
Tabel 4.3 Tabulasi Silang Yang Tidak Puas Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi-dimensi	45
Tabel 4.4 Tabulasi Silang Yang Sangat Puas Dengan Dimensi-dimensi	46
Tabel 4.5 Tabulasi Silang Yang Puas Dengan Dimensi-dimensi	47
Tabel 4.6 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Enduring Service</i> ..	48
Tabel 4.7 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Personal Need</i>	49
Tabel 4.8 Tabulasi silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Transitory Service Intensifiers</i>	50
Tabel 4.9 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Perceived Service Alternative</i>	51
Tabel 4.10 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> dengan <i>Self Perceived Service Role</i>	52
Tabel 4.11 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Situasional Factors</i>	53
Tabel 4. 12 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Explicit Service Promises</i>	54
Tabel 4.13 Tabulasi Silang <i>Expected Service</i> Dengan <i>Implicit Service Promises</i>	55

Tabel 4.14	Tabulasi Silang Expected Service Dengan <i>Word Of Mouth</i>	56
Tabel 4.15	Tabulasi Silang Expected Service Dengan <i>Past Experience</i> ...	57
Tabel 4.16	Tabulasi Silang <i>Perceived Service</i> Dengan <i>Service Encounters</i>	58
Tabel 4.17	Tabulasi Silang <i>Perceived Service</i> Dengan <i>Evidence Of Service</i>	59



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran	21
Gambar 3.1 Bagan Prosedur Penelitian	34



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Alat Ukur dan Kisi-kisi Alat Ukur.....	L-1
Lampiran 2 Hasil Penelitian dan Tabulasi Silang	L-22
Lampiran 3 Nilai Validitas dan Reliabilitas	L-40
Biodata Peneliti	L-48

