

ABSTRAK

CV Obaja Motor berdiri pada tahun 2006 yang bertempat di jalan Laswi Kec. Ciparay Kab. Bandung. Pada tahun 2008 dan 2011 bengkel ini menjadi yang terbaik dalam bidang AEP (AHASS Evaluation Program) yang indikator penilaiannya adalah kepuasan pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel. Seiring berjalannya waktu, dalam 5 tahun terakhir (2012-2016) CV Obaja Motor cabang Ciparay tidak pernah lagi menempati ranking satu dalam bidang AEP. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen terhadap variabel kualitas pelayanan bengkel, mengetahui tingkat kepuasan pelanggan bengkel, mengetahui atribut kualitas pelayanan dari bengkel yang mempengaruhi terhadap konsumen, menentukan Segmentation, Targetting, Positioning (STP) yang tepat, menentukan strategi kualitas pelayanan yang baik yang dapat dilakukan oleh CV Obaja Motor cabang Ciparay.

Penyebaran kuesioner pendahuluan dibagikan kepada 30 responden, didapatkan hasil hanya 50 atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting oleh responden. Kemudian dibagikan kuesioner penelitian kepada 100 responden. Kemudian hasil kuesioner penelitian diuji validitas dan reliabilitas. Hasil uji tersebut diperoleh bahwa semua atribut dinyatakan valid dan reliabel.

Pengolahan kuesioner bagian satu yaitu segmentasi diolah dengan menggunakan diagram *pie*, lalu target pasar ditentukan dengan melihat persentase diatas 50% dari diagram *pie*. Kuesioner bagian kedua berisi penilaian konsumen akan kepentingan serta kinerja dari kualitas pelayanan bengkel Obaja. Kuesioner tersebut diolah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan penilaian kinerja menjadi *input* variabel independen yang akan diregresikan dengan variabel dependen yang datanya didapat dari nilai rata-rata dari pernyataan kuesioner bagian 3 mengenai kepuasan pelanggan.

Penelitian ini memiliki nilai R sebesar 0.584, nilai R^2 sebesar 0.341 dan terdapat 4 atribut dari variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan yaitu kebersihan hasil cucian motor, keaslian *spare part* yang diberikan oleh bengkel, kecukupan jumlah pegawai kasir di bengkel, dan keleluasaan konsumen dalam menunggu di ruang tunggu. Terdapat 2 atribut dari variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh secara negatif terhadap kepuasan pelanggan yaitu kesopanan mekanik terhadap konsumen dan kejelasan mekanik dalam memberikan penjelasan mengenai rincian hasil *service*.

Usulan yang diberikan adalah usulan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari bengkel. Usulan diberikan berdasarkan prioritas dari hasil perhitungan regresi linear berganda dan IPA dengan melihat persamaan fungsi linear, nilai koefisien regresi, kuadran IPA, serta melihat selisih kepentingan dan kinerja bengkel. Usulan perbaikan disesuaikan dengan target perusahaan. Usulan untuk bengkel yakni mekanik sopan terhadap konsumen sesuai dengan budaya Bandung Selatan, menambah karyawan kasir pada jam sibuk, mempercepat akses internet. Usulan slogan untuk CV Obaja Motor adalah “ Ahli mekaniknya, peduli konsumennya”.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Batasan dan Asumsi.....	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Teori Kualitas Pelayanan.....	2-1
2.1.1 Teori Pelayanan	2-1
2.1.2 Pengertian Kualitas.....	2-1
2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	2-2
2.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	2-3
2.2 Teori Kepuasan Pelanggan	2-7
2.2.1 Pengertian Kepuasan	2-7
2.2.2 Pengertian Pelanggan	2-8
2.2.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	2-9
2.2.4 Karakteristik Kualitas Pelayanan untuk Memuaskan Kosumen.....	2-10
2.2.5 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	2-11

2.2.6 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan	2-12
2.3 <i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>	2-13
2.4 Instrumen Penelitian	2-15
2.5 Skala Pengukuran	2-16
2.6 Populasi dan Sampel.....	2-18
2.6.1 Pengertian Populasi dan Sampel.....	2-18
2.6.2 Penentuan Jumlah Sampel	2-18
2.7 Teknik <i>Sampling</i>	2-19
2.8 Macam-Macam Skala Pengukuran.....	2-21
2.9 Tipe Skala Pengukuran.....	2-22
2.10 Validitas.....	2-24
2.11 Reliabilitas	2-26
2.12 <i>Importance Performance Analysis</i>	2-28
2.13 <i>Multiple Regresi</i>	2-29
2.13.1 Uji Linearitas	2-30
2.13.2 Uji Signifikansi Regresi Linier.....	2-31
2.13.3 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	2-31

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat CV. Obaja Motor Ciparay	4-1
4.1.2 Bidang Usaha Perusahaan	4-2
4.1.3 Struktur Organisasi CV. Obaja Motor cabang Ciparay.....	4-2
4.1.4 Alur Kerja di Bengkel AHASS	4-2
4.1.5 Pelayanan Bengkel	4-2
4.1.6 Fasilitas Bengkel.....	4-3
4.1.7 Kondisi Bengkel	4-3
4.2 Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.3 Kuesioner Penelitian.....	4-7

BAB 5 ANALISA DATA

5.1 Pengujian Validitas Konstruksi	5-1
5.2 Kuesioner Pendahuluan	5-2
5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	5-2
5.3.1 Uji Validitas Kuesioner	5-2
5.3.2 Uji Realibilitas Data	5-5
5.4 Pengolahan Data Dengan Menggunakan Regresi Berganda	5-7
5.4.1 Uji Normalitas	5-9
5.4.2 Uji Multikolineraritas	5-10
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas	5-11
5.4.4 Analisis Determinasi	5-12
5.4.5 Analisis Korelasi Berganda	5-13
5.4.6 Analisis Koefisien Regresi Simultan (F)	5-13
5.4.7 Analisis Koefisien Regresi Parsial (t)	5-14
5.5 <i>Importance Performance Analysis</i>	5-16
5.5.1 <i>Matrix Importance Performance Analysis</i>	5-18
5.5.2 Kuadran 1	5-18
5.5.3 Kuadran 2	5-19
5.5.4 Kuadran 3	5-20
5.5.5 Kuadran 4	5-21
5.6 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	5-21
5.6.1 Analisis Segmentasi.....	5-21
5.6.2 Analisis <i>Targetting</i>	5-35
5.6.3 Analisis <i>Positioning</i>	5-38
5.6.4 Usulan Segmentasi	5-38
5.7 Usulan.....	5-42

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran	6-3
6.2.1 Saran Terhadap Penelitian Selanjutnya	6-3

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
2.1	Uji Statistik untuk Pengujian Koefisien Korelasi	2 – 34
2.2	Interpretasi Koefisien Korelasi	2 – 34
3.1	Operasionalisasi Variabel	3 – 7
3.2	Skala Pengukuran Likert	3 – 9
3.3	Langkah dalam Menentukan Prioritas Perbaikan	3 – 22
4.1	Rangkuman Kuesioner Pendahuluan	4 – 6
4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	4 – 7
4.3	Profil Responden Berdasarkan Usia	4 – 7
4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	4 – 7
4.5	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	4 – 7
4.6	Profil Responden Berdasarkan Uang Jajan	4 – 8
4.7	Profil Responden Berdasarkan Daerah Asal	4 – 8
4.8	Profil Responden Berdasarkan Fasilitas Tunggu Yang Diinginkan	4 – 8
4.9	Profil Responden Berdasarkan Saluran TV Yang Diinginkan	4 – 8
4.10	Profil Responden Berdasarkan <i>Channel</i> TV Yang Diinginkan	4 – 8
4.11	Profil Responden Berdasarkan Variasi Kantin	4 – 8
4.12	Profil Responden Berdasarkan Hari Kedatangan	4 – 8
4.13	Profil Responden Berdasarkan Jam Melakukan <i>Service</i>	4 – 9
4.14	Profil Responden Berdasarkan Keinginan Tutupnya Bengkel	4 – 9
4.15	Profil Responden Berdasarkan Membawa Anak ke Bengkel	4 – 9

4.16	Profil Responden Berdasarkan Cara Menyampaikan Keluhan	4 – 9
4.17	Profil Responden Berdasarkan Media Sosial Yang Digunakan	4 – 9
4.18	Profil Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya Ke AHASS Lain	4 – 9
4.19	Profil Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya Ke Bengkel Tidak Resmi	4 – 9
4.20	Profil Responden Berdasarkan Alasan ke CV Obaja Motor cabang Ciparay	4 – 10
4.21	Atribut – Atribut Kuesioner Penelitian Bagian II	4 – 11
4.22	Rangkuman Jawaban Tingkat Kepentingan Konsumen	4 – 12
4.23	Rangkuman Jawaban Tingkat Kinerja CV Obaja Motor cabang Ciparay	4 – 13
4.24	Rangkuman Jawaban Kepuasan konsumen CV Obaja Motor cabang Ciparay	4 – 14
5.1	<i>Output SPSS</i>	5 – 3
5.2	<i>Output SPSS</i>	5 – 4
5.3	<i>Output SPSS</i>	5 – 5
5.4	Ukuran Reliabilitas	5 – 6
5.5	<i>Output SPSS</i>	5 – 6
5.6	<i>Output SPSS</i>	5 – 6
5.7	<i>Output SPSS</i>	5 – 7
5.8	<i>Output SPSS</i>	5 – 8
5.9	Uji Kolmogorof Smirnov	5 – 10
5.10	Uji Multikolineraritas	5 – 11
5.11	Uji Heteroskedastisitas	5 – 12
5.12	Data Mentah	5 – 13
5.13	<i>Output SPSS</i>	5 – 13
5.14	<i>Output SPSS</i>	5 – 14
5.15	<i>Output SPSS</i>	5 – 15

5.16	Rangkuman Rata-Rata Kepentingan dan Performansi	5 – 17
5.17	Rangkuman Hasil Persentase Tertinggi Segmentasi	5 – 36
5.18	<i>Targetting</i> Hasil Wawancara Pemilik Bengkel	5 – 37
5.19	Tabel Rangkuman Prioritas Usulan 50 Variabel	5 – 43

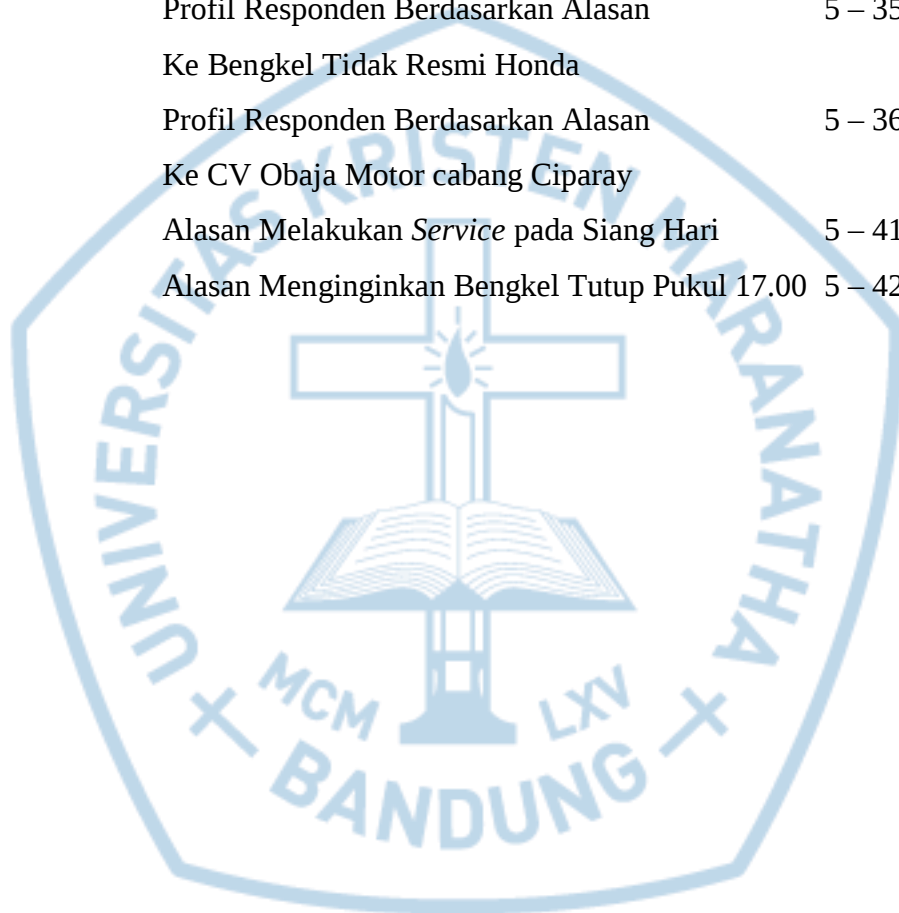


DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa	2 – 7
2.2	Konsep Kepuasan Pelanggan	2 – 9
2.3	Teknik <i>Sampling</i>	2 – 20
2.4	Grafik Uji Hipotesis	2 – 30
2.5	Diagram Cartesius	2 – 31
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3 – 1
3.2	Diagram Rancangan Penelitian	3 – 6
3.3	Diagram Kuadran IPA	3 – 17
1	Lokasi CV Obaja Motor Cabang Ciparay	4 – 1
2	Fasilitas Layanan di Jalan	4 – 3
3	Kondisi Luar Bengkel	4 – 3
4	Kondisi <i>Pit Stop</i> Bengkel	4 – 4
5	Kondisi Bengkel Tampak Depan	4 – 4
6	Kondisi Ruang Tunggu untuk Perokok	4 – 4
7	Kondisi Ruang Tunggu Ber-AC	4 – 4
5.1	Normal <i>P-P Plot</i>	5 – 9
5.2	Histogram	5 – 9
5.3	<i>Scatterplot</i>	5 – 12
5.4	<i>Matrix Importance Performance Analysis</i>	5 – 19
5.5	<i>Matrix Importance Performance Analysis</i> dengan Batas Kuadran X,Y 3.00	5 – 22
5.6	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	5 – 23
5.7	Profil Responden Berdaasrkan Usia	5 – 23
5.8	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	5 – 24
5.9	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	5 – 24
5.10	Profil Responden Berdasarkan Uang Jajan	5 – 25

5.11	Profil Responden Berdasarkan Daerah Tempat Asal	5 – 25
5.12	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	5 – 26
5.13	Profil Responden Berdasarkan Jumlah Motor Honda yang Dimiliki Responden	5 – 26
5.14	Profil Responden Berdasarkan Merk Motor Honda yang Dimiliki Responden	5 – 27
5.15	Profil Responden Berdasarkan Fasilitas Tunggu Yang Diinginkan	5 – 27
5.16	Profil Responden Berdasarkan Merk Koran Yang Diinginkan	5 – 28
5.17	Profil Responden Berdasarkan Saluran TV Yang Diinginkan	5 – 28
5.18	Profil Responden Berdasarkan <i>Channel</i> TV Yang Diinginkan	5 – 29
5.19	Profil Responden Berdasarkan Variasi Kantin Yang Diinginkan	5 – 29
5.20	Jenis Minuman Yang Diinginkan	5 – 30
5.21	Jenis Makanan Yang Diinginkan	5 – 30
5.22	Profil Responden Berdasarkan Hari Kunjungan Responden	5 – 31
5.23	Profil Responden Berdasarkan Jam Kedatangan Responden	5 – 31
5.24	Profil Responden Berdasarkan Keinginan Responden Pukul Tutupnya Bengkel	5 – 32
5.25	Profil Responden Berdasarkan Jumlah Responden Membawa Anak	5 – 32
5.26	Profil Responden Berdasarkan Sarana Keluhan Dan Saran	5 – 33
5.27	Profil Responden Berdasarkan Media Sosial	5 – 33

	Yang Digunakan	
5.28	Profil Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya Ke Bengkel Resmi Selain Obaja	5 – 34
5.29	Profil Responden Berdasarkan Alasan Ke Bengkel Resmi Selain Obaja	5 – 34
5.30	Profil Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya Ke Bengkel Tidak Resmi Honda	5 – 35
5.31	Profil Responden Berdasarkan Alasan Ke Bengkel Tidak Resmi Honda	5 – 35
5.32	Profil Responden Berdasarkan Alasan Ke CV Obaja Motor cabang Ciparay	5 – 36
5.33	Alasan Melakukan <i>Service</i> pada Siang Hari	5 – 41
5.34	Alasan Menginginkan Bengkel Tutup Pukul 17.00	5 – 42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
Lampiran 1	Lembar Komentar Seminar Proposal	L1 – 1
Lampiran 1	Lembar Bimbingan Tugas Akhir	L1 – 4
Lampiran 2	Kuesioner Pendahuluan	L2 – 1
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian	L3 – 1
Lampiran 4	Lembar Komentar Validitas Konstruk	L4 – 1
Lampiran 4	Lembar Komentar Seminar Isi	L4 – 5
Lampiran 5	Data Mentah Tingkat <i>Performance</i> Bengkel	L5 – 1
Lampiran 5	Data Mentah Tingkat Kepentingan Pelanggan	L5 – 2
Lampiran 6	Tabel t	L6 – 1
Lampiran 6	Tabel r	L6 – 2
Lampiran 6	Tabel f	L6 – 3
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja	L7 – 1
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepentingan	L7 – 2
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan	L7 – 3
Lampiran 7	Hasil Uji <i>Stepwise</i> SPSS	L7 – 4
Lampiran 7	Hasil Uji Normalitas SPSS	L7 – 5
Lampiran 7	Hasil Uji Multikolinearitas SPSS	L7 – 6
Lampiran 7	Hasil Uji Heteroskedastisitas SPSS	L7 – 6
Lampiran 7	Hasil Uji Regresi SPSS	L7 – 7
Lampiran 7	Hasil Uji IPA SPSS	L7 – 9