

ABSTRAK

Dewasa ini, perkembangan dunia otomotif yang semakin pesat perlu diikuti dengan peningkatan kualitas pelayanan bengkel yang dapat memuaskan atau memenuhi harapan konsumen. Hal ini mengakibatkan persaingan antar bengkel semakin ketat dalam melayani konsumennya, dan berakibat konsumen semakin selektif dalam memilih pelayanan bengkel. Oleh sebab itu, semua bengkel dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya. PT."X" selaku perusahaan *otomotif* yang mempunyai nama cukup besar tidak boleh lengah dalam memuaskan konsumennya, karena ini merupakan salah satu cara untuk mengangkat citra perusahaan. Untuk itu PT."X" melakukan riset dengan tujuan mengetahui pandangan konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Bengkel *Service Mobil Khusus Hyundai*. Penelitian dilakukan dengan menggunakan ke-5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu :Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati.

Model penelitian diadaptasi dari model kualitas jasa Parasuraman yang telah dimodifikasi, yaitu untuk mengetahui kesenjangan yang terjadi antara harapan dan persepsi konsumen, persepsi manajemen dengan harapan konsumen, persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas jasa, spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa. Terdapat modifikasi cara pengukuran GAP, yaitu pada GAP 3 dan 4. Dan untuk mengetahui adanya perbedaan yang nyata dari kesenjangan tersebut digunakan juga Pengujian Hipotesis.

Dari penelitian diperoleh hasil bahwa konsumen tidak merasa puas dengan pelayanan Bengkel *Service Mobil Khusus Hyundai PT."X"*, dengan rata-rata kepuasan konsumen secara keseluruhan adalah sebesar -0.76 . Penyebab ketidakpuasan konsumen ini adalah karena persepsi manajemen yang berbeda dengan harapan konsumen, sehingga penjabaran spesifikasi mengenai standar kinerja pun tidak sesuai. Selain itu, walaupun tidak adanya perbedaan persepsi manajemen dengan karyawan tentang standar kinerja, tetapi, karena kurangnya komunikasi antara pihak manajemen dengan pihak karyawan, hal ini juga mempengaruhi karyawan bengkel dalam bekerja memenuhi standarisasi tersebut. Sehingga banyak standarisasi yang telah ditetapkan pihak manajemen yang tidak dilaksanakan oleh karyawan. Dan dalam pemenuhan janji, ada yang masih belum bisa ditepati, karena sesuatu dan lain hal.

Oleh sebab itu, penulis menyarankan agar pihak bengkel mencari informasi tentang harapan konsumen, dengan menyediakan kotak kritik dan saran, melakukan pelatihan untuk semua aspek yang meliputi ketrampilan, pengetahuan dan sikap pada karyawan, pihak manajemen dengan karyawan sebaiknya mengadakan pertemuan secara teratur dengan tenggang waktu yang tidak terlalu lama untuk membicarakan masalah-masalah yang berhubungan dengan harapan konsumen, Standar tertulis berisi standar-standar kinerja bagi tiap departemen pekerjaan lebih dikomunikasikan lagi agar setiap karyawan tidak hanya mengetahui standar kinerja yang menjadi tugasnya saja, tetapi juga standar kinerja seluruh bagian pekerjaan, dan melakukan evaluasi terhadap kinerja masing-masing bagian secara rutin(1 minggu sekali).

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan.....	1-5
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian, Karakteristik, Klasifikasi Jasa.....	2-1
2.1.1 Pengertian Jasa.....	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa.....	2-2
2.1.3 Klasifikasi Jasa.....	2-3
2.2 Paket Jasa.....	2-5
2.3 Kualitas Jasa.....	2-6
2.3.1 Definisi Kualitas Jasa.....	2-6
2.3.2 Model Konseptual Kualitas Jasa.....	2-6
2.3.3 Dimensi Kualitas Jasa.....	2-8
2.3.4 Model Kualitas Jasa (Gap Model).....	2-10
2.4 Pengertian Kualitas.....	2-14
2.5 Jenis Penelitian.....	2-14
2.6 Metode Pengumpulan Data.....	2-15
2.6.1 Wawancara.....	2-15
2.6.2 Kuesioner.....	2-15

2.6.3 Observasi.....	2-16
2.7 Pengukuran dan Sampling.....	2-17
2.7.1 Teknik Sampling.....	2-17
2.7.2 Skala Pengukuran.....	2-19
2.7.3 Skala Likert.....	2-20
2.8 Penyusunan Alat Ukur.....	2-21
2.8.1 Identifikasi Tujuan Pengukuran.....	2-22
2.8.2 Cakupan Isi Alat Ukur.....	2-22
2.8.3 Penentuan Format Item yang Akan Digunakan.....	2-22
2.8.4 Penentuan Banyaknya Item.....	2-24
2.9 Pengujian Data.....	2-24
2.9.1 Uji Validitas.....	2-24
2.9.2 Uji Realibilitas.....	2-26
2.10 Pengenalan Program SPSS.....	2-28
2.11 Pengukuran Kualitas Jasa.....	2-28
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Langkah-langkah Penelitian.....	3-1
3.2 Menentukan Topik Penelitian.....	3-4
3.3 Studi Pendahuluan Lapangan.....	3-4
3.4 Studi Literatur	3-4
3.5 Latar Belakang Penelitian.....	3-5
3.6 Identifikasi Permasalahan.....	3-5
3.7 Pembatasan Masalah.....	3-6
3.8 Perumusan Masalah.....	3-6
3.9 Tujuan Penelitian.....	3-7
3.10 Perancangan Mekanisme Penelitian.....	3-7
3.11 Penentuan Variabel Penelitian.....	3-7
3.12 Pembuatan Kuesioner dan Penentuan Sampel.....	3-9
3.12.1 Pembuatan Kuesioner.....	3-9
3.12.2 Penentuan Sampel.....	3-11
3.13 Pengumpulan Data Tahap Awal.....	3-12

3.14 Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	3-13
3.14.1 Uji Validitas.....	3-13
3.14.2 Uji Reliabilitas.....	3-14
3.15 Pengumpulan Data Lanjutan.....	3-14
3.16 Pengolahan Data.....	3-15
3.16.1 Metode Servqual.....	3-15
3.16.2 Uji Hipotesis.....	3-16
3.17 Analisis Hasil Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	3-20
3.18 Kesimpulan dan Saran.....	3-20
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data objek Pengamatan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Bengkel Service Khusus Mobil Hyundai PT.”X”	4-3
4.1.3 Deskripsi Pekerjaan.....	4-3
4.2 Pengumpulan Data Awal.....	4-3
4.3 Pengumpulan Data Penelitian.....	4-4
4.3.1 Kuesioner Untuk Konsumen.....	4-4
4.3.1.1 Pemeriksaan Kuesioner Konsumen.....	4-4
4.3.2 Kuesioner Untuk Manajemen.....	4-5
4.3.2.1 Pemeriksaan Kuesioner Manajemen.....	4-5
4.3.3 Kuesioner Untuk Karyawan.....	4-5
4.3.3.1 Pemeriksaan Kuesioner Karyawan.....	4-6
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengolahan dan Analisis Validitas Instrumen.....	5-1
5.1.1 Pengolahan Validitas Instrumen.....	5-1
5.1.2 Analisis Validitas Instrumen.....	5-4
5.2 Pengolahan Dan Analisis Reliabilitas Instrumen	5-5
5.2.1 Pengolahan Reliabilitas Instrumen.....	5-5
5.2.2 Analisis Uji Reliabilitas.....	5-6
5.3 Pengolahan Data dan Analisis Gap 5.....	5-7

5.3.1	Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode Servqual.....	5-7
5.3.2	Analisis Gap 5 dengan Metode Servqual.....	5-8
5.3.3	Pengolahan Data Gap 5 dengan Pengujian Hipotesis.....	5-10
5.3.4	Analisis Gap 5 dengan Pengujian Hipotesis.....	5-10
5.3.5	Analisis Hubungan Metode Srvqual dengan Pengujian Hipotesis pada Gap 5.....	5-14
5.4	Pengolahan dan Analisis Gap 1.....	5-17
5.4.1	Pengolahan Data Gap 1.....	5-17
5.4.2	Analisis Gap 1.....	5-17
5.4.3	Pengujian Hipotesis Gap 1.....	5-19
5.4.4	Analisis Uji Z Gap 1.....	5-21
5.4.5	Analisis Penyebab Gap 1.....	5-22
5.5	Pengolahan dan Analisis Gap 2.....	5-25
5.5.1	Pengolahan Data Gap 2.....	5-25
5.5.2	Analisis Data Gap 2.....	5-28
5.5.3	Analisis Penyebab Gap 2.....	5-29
5.6	Pengolahan dan Analisis Gap 3.....	5-31
5.6.1	Pengolahan Data Gap 3.....	5-31
5.6.2	Analisis Penyebab Gap 3.....	5-33
5.7	Pengolahan dan Analisis Gap 4.....	5-36
5.7.1	Pengukuran Gap 4.....	5-37
5.7.2	Pengujian Hipotesis Gap 4.....	5-38
5.7.3	Analisis Uji Z Gap 4.....	5-39
5.7.4	Analisis Penyebab Gap 4.....	5-40
5.8	Analisis Hasil Penelitian Secara Umum.....	5-41
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.1.1	Kesimpulan Kesenjangan Antara Harapan Dengan Persepsi Konsumen (Gap 5).....	6-1
6.1.2	Kesimpulan Kesenjangan Antara Harapan Konsumen Dengan Persepsi Manajemen (Gap 1).....	6-1

6.1.3	Kesimpulan Kesenjangan Antara Persepsi Manajemen Dengan Spesifikasi Kualitas Layanan (Gap 2).....	6-2
6.1.4	Kesimpulan Kesenjangan Antara Spesifikasi Mutu Layanan Dengan Sajian Layanan (Gap 3).....	6-2
6.1.5	Kesimpulan Kesenjangan Antara Penyajian Layanan Dengan Komunikasi Eksternal (Gap 4).....	6-2
6.1.6	Kesimpulan Faktor Penting Untuk Ditingkatkan Dalam Pemilihan Jasa Bengkel <i>Service</i> Khusus.....	6-3
6.2	Saran.....	6-3
6.2.1	Saran Hasil Penelitian.....	6-3
6.2.2	Saran Untuk Bengkel <i>Service</i> Mobil Khusus Hyundai Secara Keseluruhan.....	6-5

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Hubungan antara Dimensi Servqual dan Sepuluh Dimensi Sebenarnya	2-9
3.1	Konsep Variabel Kualitas Pelayanan	3-8
3.2	Sistematika Kuesioner	3-10
3.3	Skala Penilaian Ekspektasi Pelanggan	3-10
3.4	Skala Penilaian Persepsi Pelanggan	3-11
5.1	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Untuk Harapan Konsumen	5-2
5.2	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Untuk Persepsi Konsumen	5-3
5.3	Hasil Perhitungan Rata-rata Servqual	5-7
5.4	Perhitungan Gap 5 (Uji z) Per-Dimensi	5-10
5.5	Perhitungan Gap 5 (Uji z) Per-Item	5-11
5.6	Hasil Perhitungan Gap 1	5-17
5.7	Perhitungan Gap 1 (Uji z) Dimensi	5-19
5.8	Perhitungan Gap 1 (Uji z) Item	5-20
5.9	Penyebab Gap 1	5-23
5.10	Perhitungan Gap 2 (Uji t) Bagian Pekerjaan	5-26
5.11	Pengolahan Data Gap 2 (Uji t)	5-27
5.12	Penyebab Gap 2	5-29
5.13	Hasil Pengukuran Gap 3(Karyawan)	5-31
5.14	Hasil Pengukuran Gap 3(Konsumen)	5-32
5.15	Penyebab Gap 3	5-34
5.16	Hasil Pengukuran Gap 4(Konsumen)	5-37
5.17	Hasil Pengukuran Gap 4(Karyawan)	5-38
5.18	Hasil Pengujian Gap 4(Uji Z)	5-39

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Kualitas Jasa	2-12
2.2	Model GAP yang Disempurnakan	2-13
3.1	Langkah-langkah Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi Bengkel Service Khusus Mobil Merek Hyundai(PT."X")	4-3
5.1	Diagram Batang Gap 5	5-9
5.2	Diagram Batang Gap 1	5-18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Konsumen, Kuesioner Manajemen, dan Kuesioner Karyawan	L1-1
2	Data Mentah dan Perhitungan Servqual Gap1-Gap5	L2-1
3	Job Description Bengkel Service Khusus Mobil Merek Hyundai(PT.”X”)	L3-1
4	Tabel Angka Acak	L4-1
5	Tabel Distribusi t & Nilai-Nilai r Product Moment	L5-1
6	Uji Validitas(data) & Uji Reliabilitas(data)	L6-1