

ABSTRAK

PT. Sidodadi Berlian Motors adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif, yaitu dalam bidang penjualan mobil, bengkel, dan penyediaan suku cadang yang berlokasi di kota Semarang. Sampai saat ini, di kota Semarang ada tiga bengkel resmi Mitsubishi dan banyak bengkel-bengkel perorangan lainnya yang menjadi kompetitor bagi PT. Sidodadi Berlian Motor. Oleh karena banyaknya jumlah perusahaan yang menyediakan jasa bengkel dan penyediaan suku cadang, maka tingkat persaingan antar perusahaan-perusahaan tersebut semakin meningkat. Untuk dapat tetap bersaing dengan para kompetitornya, PT. Sidodadi Berlian Motors berupaya untuk mempertahankan semua pelanggannya dan berupaya untuk merebut pelanggan dari kompetitor lainnya.

Untuk mempertahankan dan merebut pelanggan, yang harus diketahui terlebih dahulu adalah keinginan pelanggan, harapan pelanggan dan prioritas pelanggan terhadap layanan yang diberikan pihak perusahaan. Penelitian ini berusaha untuk menganalisis atribut-atribut pelayanan yang berpengaruh pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel resmi PT. Sidodadi Berlian Motors, sehingga dapat diketahui kesenjangan antara jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan oleh pelanggan dan kemudian membagi atribut-atribut pelayanan tersebut ke dalam empat kelompok agar pihak perusahaan mengetahui prioritas perbaikan kualitas pelayanan.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode ServQual untuk mengetahui kesenjangan yang terjadi antara harapan dan persepsi pelanggan (Gap 5). Selain itu digunakan pula pengujian hipotesis untuk mengetahui adanya perbedaan yang nyata dari kesenjangan tersebut. Metode *Importance-Performance Analysis* digunakan juga untuk mengelompokkan atribut-atribut pelayanan ke dalam empat kelompok utama yaitu pertahankan, konsentrasi, prioritas rendah dan berlebihan.

Dari penelitian terhadap pelanggan pemilik mobil Mitsubishi dan pemilik mobil non-Mitsubishi, diperoleh hasil bahwa pelanggan belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pihak bengkel, dengan rata-rata kepuasan pelanggan secara keseluruhan masing-masing sebesar -0.0998 dan -0.102 (lebih kecil dari 0).

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* untuk pelanggan pemilik mobil Mitsubishi dan pemilik mobil non-Mitsubishi, dapat diketahui atribut-atribut pelayanan yang harus dipertahankan kualitas pelayanannya karena pelanggan sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan tersebut, juga atribut-atribut pelayanan yang memiliki prioritas perbaikan yang sebaiknya segera mendapatkan perhatian dari pihak perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari atribut-atribut pelayanan tersebut agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel resmi PT. Sidodadi Berlian Motors.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	I - 1
1.2. Identifikasi Masalah.....	I - 2
1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi	I - 3
1.4. Perumusan Masalah	I - 3
1.5. Manfaat Penelitian	I - 4
1.6. Tujuan Penelitian	I - 4
1.7. Sistematika Penulisan	I - 5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Definisi Pemasaran	II - 1
2.2. Definisi Jasa	II - 1
2.2.1. Klasifikasi Jasa.....	II - 2
2.2.2. Karakteristik Jasa	II - 3
2.2.3. Konsumen Jasa.....	II - 4
2.2.4. Kualitas Jasa.....	II - 4
2.3. Kesenjangan Pelayanan	II - 7
2.4. Kepuasan Konsumen	II - 9
2.5. Teknik Pengumpulan Data.....	II - 10
2.5.1. Wawancara.....	II - 10
2.5.2. Observasi.....	II - 10
2.5.3. Kuesioner (angket).....	II - 10

2.6. Populasi dan Sampel	II - 11
2.6.1. Cara Penarikan Sampel	II - 11
2.7. Skala Pengukuran.....	II - 13
2.8. Tipe Skala Pengukuran	II - 14
2.9. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	II - 16
2.9.1. Pengujian Validitas Instrumen	II - 16
2.9.1.1. Pengujian Validitas Konstruksi.....	II - 17
2.9.1.2. Pengujian Validitas Isi	II - 17
2.9.1.3. Pengujian Validitas Eksternal	II - 18
2.9.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen	II - 18
2.10. Uji Menyangkut Dua Rataan	II - 19
2.11. Pengenalan Program SPSS	II - 20
2.12. Metode SERVQUAL	II - 21
2.13. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	II - 24
2.13.1. Pembuatan Peta Posisi <i>Importance-Performance</i>	II - 26
2.13.2. Interpretasi Peta Posisi <i>Importance Performance</i> / Diagram Kartesius	II - 27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penelitian Awal.....	III - 3
3.2. Penetapan Tujuan Penelitian.....	III - 3
3.3. Kajian Pustaka	III - 4
3.4. Pemilihan Metode Penelitian	III - 4
3.5. Validasi Konstruksi.....	III - 4
3.6. Data yang Diperlukan	III - 5
3.7. Penyusunan Kuesioner.....	III - 5
3.7.1. Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner Terbuka	III - 5
3.7.2. Wawancara dengan Pihak Perusahaan.....	III - 8
3.7.3. Identifikasi Variabel Penelitian.....	III - 9
3.7.4. Penyusunan Kuesioner Tertutup	III - 12
3.8. Penyusunan Rencana Sampling	III - 13
3.9. Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	III - 15

3.9.1. Penyebaran Kuesioner Awal.....	III - 15
3.9.2. Pengujian Validitas Kuesioner.....	III - 16
3.9.3. Pengujian Reliabilitas Kuesioner.....	III - 16
3.9.4. Pengumpulan Data 2	III - 16
3.9.4.1. Penyebaran Kuesioner Akhir	III - 16
3.9.5. Pengolahan Data dengan Metode <i>ServQual</i> dan <i>Importance Performance Analysis</i>	III - 17
3.9.6. Perhitungan Kesenjangan (Gap)	III - 18
3.10. Analisis Hasil Pengolahan Data.....	III - 18
3.10.1. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas.....	III - 19
3.10.2. Analisis <i>ServQual</i> dan <i>Importance Performance</i>	III - 19
3.10.3. Analisis Kesenjangan (Gap)	III - 19
3.11. Usulan	III - 19
3.12. Kesimpulan dan Saran	III - 17
BAB IV PENGUMPULAN DATA	
4.1. Data Umum Perusahaan.....	IV - 1
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	IV - 1
4.1.2. Struktur Organisasi, Tugas dan Tanggung Jawab.....	IV - 3
4.1.2.1. Struktur Organisasi	IV - 3
4.1.2.2. Tugas dan Tanggung Jawab.....	IV - 3
4.1.3. Proses Pelayanan Bengkel di PT. Sidodadi Berlian Motor.....	IV - 12
4.2. Validasi Konstruksi.....	IV - 13
4.3. Pengumpulan Data Awal	IV - 13
4.3.1. Penyebaran Kuesioner Awal.....	IV - 13
4.3.2. Pemeriksaan Kuesioner Awal	IV - 14
4.3.3. Validitas Instrumen	IV - 14
4.3.4. Reliabilitas Instrumen	IV - 21
4.4. Pengumpulan Data 2	IV - 24
4.4.1. Penyusunan Rencana Sampling	IV - 24

4.4.2. Penyebaran dan Pemeriksaan Kuesioner Akhir	IV - 26
 BAB V PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA	
5.1. Pengolahan Data	V - 1
5.1.1. Pengukuran Kualitas Pelayanan Jasa (<i>ServQual</i>)	V - 1
5.1.1.1. Pengukuran Kualitas Pelayanan Jasa (<i>ServQual</i>) untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 1
5.1.1.2. Pengukuran Kualitas Pelayanan Jasa (<i>ServQual</i>) untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 2
5.1.2. Perhitungan Kesenjangan (Gap)	V - 2
5.1.2.1. Perhitungan Kesenjangan (Gap) untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 2
5.1.2.2. Perhitungan Kesenjangan (Gap) untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 4
5.1.3. Pengujian Hipotesis	V - 6
5.1.3.1. Pengujian Hipotesis untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 6
5.1.3.2. Pengujian Hipotesis untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 9
5.1.4. Perhitungan <i>Importance-Performance</i>	V - 11
5.1.4.1. Perhitungan <i>Importance-Performance</i> untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 11
5.1.4.2. Perhitungan <i>Importance-Performance</i> untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 14
5.1.5. Peta Posisi <i>Importance-Performance</i>	V - 16
5.1.5.1. Peta Posisi <i>Importance-Performance</i> untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 16
5.1.5.2. Peta Posisi <i>Importance-Performance</i> untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 18
5.2. Analisis	V - 19
5.2.1. Analisis Pengujian Validitas Instrumen	V - 19
5.2.2. Analisis Pengujian Reliabilitas Instrumen	V - 19
5.2.3. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa (<i>ServQual</i>)	V - 20

5.2.3.1. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa (ServQual)	
untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 20
5.2.3.2. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa (ServQual)	
untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 22
5.2.4. Analisis Kesenjangan (Gap5) dengan Pengujian Hipotesis.....	V - 24
5.2.4.1. Analisis Kesenjangan (Gap) dengan Pengujian	
Hipotesis untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 24
5.2.4.2. Analisis Kesenjangan (Gap5) dengan Pengujian	
Hipotesis untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi.....	V - 25
5.2.5. Analisis Peta Posisi <i>Importance-Performance</i>	V - 25
5.2.5.1. Analisis Peta Posisi <i>Importance-Performance</i>	
Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 27
5.2.5.2. Analisis Peta Posisi <i>Importance-Performance</i>	
Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 38
5.2.6. Analisis Hubungan Hasil ServQual Dengan Peta	
Posisi <i>Importance-Performance</i>	V - 47
5.2.6.1. Analisis Hubungan Hasil ServQual	
Dengan Peta Posisi <i>Importance-Performance</i>	
Untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 47
5.2.6.2. Analisis Hubungan Hasil ServQual	
Dengan Peta Posisi <i>Importance-Performance</i>	
Untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 52
5.2.7. Usulan	V - 57
5.2.7.1.Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan	
Bagi Pelanggan Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 57
5.2.7.2.Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan	
Bagi Pelanggan Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 61
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	VI - 1
6.2. Saran	VI - 3
6.2.1. Saran Untuk Pihak Perusahaan	VI - 3

6.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	VI - 5
--	--------

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1	Kerangka Dasar Penelitian	III - 1
4.1	Struktur Organisasi PT. Sidodadi Berlian Motors	IV - 3
5.1	Grafik Uji Z untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 8
5.2	Grafik Uji Z untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 11
5.3	Peta Posisi <i>Importance-Performance</i> untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 17
5.4	Peta Posisi <i>Importance-Performance</i> untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 18
5.5	Diagram <i>ServQual</i> untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 21
5.6	Diagram <i>ServQual</i> untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 23

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Hasil Penyebaran Kuesioner Terbuka untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	III - 6
3.2	Hasil Penyebaran Kuesioner Terbuka untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	III - 7
3.3	Dimensi Utama dan Atribut Pelayanan untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	III - 9
3.4	Dimensi Utama dan Atribut Pelayanan untuk Pemilik Mobil non-Mitsubishi	III - 11
4.1	Pengujian Validitas Instrumen untuk Harapan Pemilik Mitsubishi	IV - 15
4.2	Pengujian Validitas Instrumen untuk Persepsi Pemilik Mitsubishi	IV - 17
4.3	Pengujian Validitas Instrumen untuk Harapan Pemilik non-Mitsubishi	IV - 18
4.4	Pengujian Validitas Instrumen untuk Persepsi Pemilik non-Mitsubishi	IV - 19
5.1	Hasil Perhitungan Rata-rata ServQual	V - 1
5.2	Hasil Perhitungan Rata-rata ServQual	V - 2
5.3	Perhitungan Kesenjangan (Gap) untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 2
5.4	Perhitungan Kesenjangan (Gap) untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 4
5.5	Perhitungan Uji Z untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 6
5.6	Perhitungan Uji Z untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 9
5.7	Rata-rata Nilai Persepsi, Rata-rata Nilai Harapan dan Tingkat Kesesuaian Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 12

5.8	Rata-rata Nilai Persepsi, Rata-rata Nilai Harapan dan Tingkat Kesesuaian Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 14
5.9	Atribut-atribut Pelayanan yang Berada Di Kuadran I (Pertahankan)	V - 27
5.10	Atribut-atribut Pelayanan yang Berada Di Kuadran II (Konsentrasi)	V - 35
5.11	Atribut-atribut Pelayanan yang Berada Di Kuadran III (Prioritas Rendah)	V - 37
5.12	Atribut-atribut Pelayanan yang Berada Di Kuadran IV (Berlebihan)	V - 37
5.13	Atribut-atribut Pelayanan yang Berada Di Kuadran I (Pertahankan)	V - 39
5.14	Atribut-atribut Pelayanan yang Berada Di Kuadran II (Konsentrasi)	V - 44
5.15	Atribut-atribut Pelayanan yang Berada Di Kuadran III (Prioritas Rendah)	V - 45
5.16	Atribut-atribut Pelayanan yang Berada Di Kuadran IV (Berlebihan)	V - 46
5.17	Keterkaitan Antara Hasil ServQual Dengan Peta Posisi <i>Importance-Performance</i> Untuk Pemilik Mobil Mitsubishi	V - 47
5.18	Keterkaitan Antara Hasil ServQual Dengan Peta Posisi <i>Importance-Performance</i> Untuk Pemilik Mobil Non-Mitsubishi	V - 53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul
1	Kuesioner Terbuka
2	Daftar Pertanyaan Kuesioner Pelanggan Pemilik Mobil Mitsubishi
3	Daftar Pertanyaan Kuesioner Pelanggan Pemilik Mobil Non-Mitsubishi
4	Data Mentah Harapan dan Persepsi Pelanggan
5	Perhitungan SERVQUAL Gap 5
6	Rata-rata Nilai Harapan dan Nilai Persepsi