

ABSTRAK

Saat ini sebagian besar masyarakat apabila dilihat secara umum, telah banyak menggunakan mobil pribadi sebagai sarana transportasi. Oleh karena itu, bengkel salah satu jasa pelayanan yang dibutuhkan baik untuk kebersihan mobil maupun perawatan mesin. Bengkel Yehuda Motor salah satu bengkel yang bergerak dalam bidang usaha pelayanan cuci mobil. Saat ini jasa pelayanan cuci mobil bengkel Yehuda Motor masih mendapatkan keluhan-keluhan dari konsumen. Oleh karena itu, pemilik bengkel bengkel Yehuda Motor ingin memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Hal ini diyakini karena apabila konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa tersebut, dan bahkan menjadi pelanggan setia di bengkel Yehuda Motor.

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh pada kualitas pelayanan cuci mobil bengkel Yehuda Motor, sehingga dapat diketahui kesenjangan jasa yang dirasakan dan diharapkan konsumen, dan ditelusuri penyebab kesenjangan tersebut. Penulis menggunakan metode Servqual dan uji hipotesis. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan penyebaran kuesioner dengan teknik simple random sampling kepada konsumen bengkel, pemilik bengkel, dan karyawan bengkel sesuai kebutuhan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa belum puas dengan pelayanan cuci mobil di bengkel Yehuda Motor, dengan total rata-rata kepuasan konsumen adalah sebesar -3.516, artinya pelayanan yang selama ini diberikan dari tiap dimensi belum memenuhi harapan konsumen. Hasil rata-rata nilai gap 1 yaitu sebesar -0.725 dapat dikatakan masih terjadi perbedaan antara persepsi pemilik bengkel dengan harapan konsumen terutama pada dimensi *assurance*. Untuk penyebab gap 1 yaitu pemilik bengkel jarang mengumpulkan informasi tentang kebutuhan pelanggan dan informasi mengenai kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan secara teratur. Untuk hasil rata-rata nilai gap 2 dapat dikatakan pemilik bengkel belum memiliki standar kerja dan standar yang ada hanya lisan dan sudah dikomunikasikan. Penyebab terjadinya gap 2 yaitu pemilik bengkel tidak memiliki program kerja untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, tidak berusaha untuk menetapkan sasaran kualitas pelayanan secara spesifik (rinci), tidak memiliki program tertulis untuk menetapkan sasaran kualitas pelayanan bagi pelanggan, tidak memiliki prosedur kerja baku untuk melayani pelanggan. Hasil rata-rata nilai gap 3 dapat dikatakan bahwa karyawan di bengkel Yehuda Motor dalam pelayanan cuci mobilnya sudah cukup konsisten dalam menjalankan operasionalnya. Untuk penyebab terjadinya gap 3 yaitu pihak karyawan bengkel tidak dilatih dengan baik untuk menghadapi pelanggan.

Penulis memberikan usulan diantaranya yaitu pemilik bengkel membuat standar tertulis dan dikomunikasikan untuk hal-hal penting yang sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen seperti membuat standar tertulis tempat menggantung kunci mobil konsumen, area parkir mobil di bengkel, memberi pelatihan kembali kepada para karyawan, mengadakan pertemuan dengan karyawan satu minggu sekali, serta usulan-usulan lainnya.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
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 Penelitian	1 - 5
1.6 Sistematika Penulisan	1 - 5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Jasa	2 - 1
2.1.1 Konsep dan Pengertian Jasa	2 - 1
2.1.2 Klasifikasi Jasa	2 - 2
2.1.3 Karakteristik Jasa	2 - 4
2.2 Kualitas Jasa	2 - 7
2.2.1 Pengertian dan Perspektif Terhadap Kualitas	2 - 7
2.2.2 Definisi Kualitas Jasa	2 - 8
2.2.3 Dimensi Kualitas Jasa.....	2 - 10
2.2.4 Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa	2 - 13
2.2.5 Model Kualitas Jasa	2 - 14
2.2.6 Pengukuran Kualitas Jasa.....	2 - 17
2.3. Kepuasan Pelanggan	2 - 20
2.4 Teknik dan Metode Pengumpulan Data	2 - 21

2.4.1 Wawancara.....	2 - 21
2.4.2 Kuesioner.....	2 - 22
2.4.3 Observasi	2 - 23
2.5 Penarikan Sampel	2 - 23
2.5.1 Populasi dan Sampel	2 - 23
2.5.2 Cara Penarikan Sampel	2 - 24
2.6. Skala Pengukuran.....	2 - 26
2.7. Tipe Skala Pengukuran.....	2 - 27
2.8. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2 - 29
2.8.1. Pengujian Validitas Instrumen.....	2 - 29
2.8.1.1. Pengujian Validitas Konstruksi.....	2 - 30
2.8.1.2. Pengujian Validitas Isi.....	2 - 30
2.8.1.3. Pengujian Validitas Eksternal.....	2 - 31
2.8.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2 - 31
2.9. Uji Menyangkut Dua Rataan.....	2 - 33
2.10. Pengenalan Program SPSS.....	2 - 34

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Awal	3 - 1
3.2 Identifikasi Masalah	3 - 1
3.3 Perumusan Masalah	3 - 2
3.4 Tujuan Penelitian	3 - 5
3.5 Studi Litelatur	3 - 5
3.6 Pengumpulan Data Awal	3 - 6
3.7. Penentuan Variabel Penelitian	3 - 6
3.7.1 Identifikasi Variabel Gap 5.....	3 - 7
3.7.2 Identifikasi Variabel Penelitian Gap 1	3 - 8
3.7.3 Identifikasi Variabel Penelitian Gap 2	3 - 8
3.7.4 Identifikasi Variabel Penelitian Gap 3	3 - 9
3.7.5 Identifikasi Variabel Penelitian Gap 4	3 - 10
3.8 Penyusunan Kuesioner	3 - 11
3.8.1. Penyusunan Kuesioner Konsumen	3 - 11

3.8.2. Penyusunan Kuesioner Manajemen	3 - 12
3.8.3. Penyusunan Kuesioner Karyawan.....	3 - 13
3.9 Penentuan Populasi dan Sampel	3 - 14
3.9.1 Penentuan Populasi dan Sampel Konsumen.....	3 - 14
3.9.2 Penentuan Populasi dan Sampel Manajemen	3 - 15
3.9.3 Penentuan Populasi dan Sampel Karyawan	3 - 15
3.10 Validasi Konstruksi	3 - 15
3.11 Penyebaran Kuesioner	3 - 15
3.11.1 Penyebaran Kuesioner Manajemen dan Karyawan	3 - 15
3.11.2 Penyebaran Kuesioner Konsumen Awal	3 - 15
3.12. Pemeriksaan Kuesioner	3 - 16
3.12.1. Pemeriksaan Kuesioner Konsumen Awal	3 - 16
3.12.2. Pemeriksaan Kuesioner Manajemen.....	3 - 16
3.12.3. Pemeriksaan Kuesioner Karyawan.....	3 - 16
3.13. Pengujian Validitas Kuesioner Konsumen Awal	3 - 17
3.14. Pengujian Reliabilitas Kuesioner Konsumen Awal.....	3 - 17
3.15. Penyebaran Kuesioner Konsumen Lanjutan	3 - 18
3.16. Pemeriksaan Kuesioner Konsumen Lanjutan	3 - 18
3.17. Pengujian Validitas Kuesioner Konsumen Lanjutan.....	3 - 18
3.18. Pengujian Reliabilitas Kuesioner Konsumen Lanjutan.....	3 - 19
3.19. Pengolahan Data Kuesioner.....	3 - 18
3.20. Analisis.....	3 - 21
3.21. Kesimpulan dan Saran.....	3 - 21

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Objek Pengamatan	4 - 1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4 - 1
4.1.2 Struktur Organisasi	4 - 2
4.1.3 Deskripsi Pekerjaan	4 - 3
4.2 Pengumpulan Data Pendahuluan	4 - 3
4.3 Pengumpulan Data Penelitian	4 - 5
4.3.1 Pengumpulan Data Awal	4 - 5

4.3.1.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel....	4 - 6
4.3.1.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 - 6
4.3.2	Pengumpulan Data Lanjutan	4 - 6
4.3.2.1	Kuesioner untuk Konsumen	4 - 7
4.3.2.1.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel..	4 - 7
4.3.2.1.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 - 8
4.3.2.2.	Kuesioner untuk Manajemen	4 - 8
4.3.2.2.1.	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel..	4 - 9
4.3.2.2.2.	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner ..	4 - 9
4.3.2.3	Kuesioner untuk Karyawan	4 - 9
4.3.2.3.1	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel..	4 - 9
4.3.2.3.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	4 - 10

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1.	Pengolahan Data Awal.....	5 – 1
5.1.1.	Pengujian Validitas Instrument.....	5 – 1
5.1.1.1.	Pengujian Validitas Internal.....	5 – 1
5.1.1.2.	Pengujian Validitas Eksternal Awal.....	5 – 1
5.1.1.3.	Pengujian Validitas Eksternal Lanjutan.....	5 – 4
5.1.2.	Pengujian Reliabilitas Instrument.....	5 – 7
5.2.	Pengukuran Kesenjangan Pelayanan dan Analisis Data.....	5 – 9
5.2.1.	Pengolahan Data dan Analisis Gap 5.....	5 – 10
5.2.1.1.	Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode Servqual . .	5 – 10
5.2.1.2.	Pengolahan Data Gap 5 dengan Metode Hipotesis...	5 – 12
5.2.1.2.2.	Uji Kesamaan Rata-Rata Item Gap 5.....	5 – 13
5.2.1.3.	Analisis Gap 5	5 – 16
5.2.2.	Pengolahan Data dan Analisis Gap 1.....	5 – 20
5.2.2.1.	Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode Servqual.....	5 – 20
5.2.2.2.	Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode Hipotesis.....	5 – 22
5.2.2.2.1.	Uji Kesamaan Rata-Rata Dimensi Gap 1.....	5 – 23
5.2.2.2.2.	Uji Kesamaan Rata-Rata Item Gap 1.....	5 – 24
5.2.2.3.	Pengolahan Variabel Penyebab Gap 1.....	5 – 27

5.2.2.4. Analisis Penyebab Gap 1 dan Keterkaitannya dengan Variabel Penyebab Gap 1	5 – 29
5.2.3. Pengolahan Data dan Analisis Gap 2.....	5 – 35
5.2.3.1. Pengolahan Data Gap 2 per Dimensi.....	5 – 35
5.2.3.2. Pengolahan Data Gap 2 per Item.....	5 – 38
5.2.3.3. Pengolahan Variabel Penyebab Gap 2.....	5 – 41
5.2.3.4. Analisis Penyebab Gap 2 dan Keterkaitannya dengan Variabel Penyebab Gap 2	5 – 44
5.2.4. Pengolahan Data dan Analisis Gap 3.....	5 – 52
5.2.4.1. Pengolahan Data Gap 3.....	5 – 52
5.2.4.2. Pengolahan Variabel Gap 3.....	5 – 57
5.2.4.3. Analisis Penyebab Gap 1 dan Keterkaitannya dengan Variabel Penyebab Gap 1.....	5 – 62
5.2.5. Pengolahan Data dan Analisis Gap 4.....	5 – 77
5.3. Usulan.....	5 – 78
5.3.1. Uulan Kepada Pemilik Bengkel.....	5 – 78
5.3.2. Usulan Kepasa Karyawan Bengkel.....	5 – 81

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6 – 1
6.1.1 Kesimpulan Kesenjangan Antara Harapan Konsumen dengan Persepsi Konsumen (Gap 5)	6 – 1
6.1.2 Kesimpulan Kesenjangan Antara Harapan Konsumen dengan Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen (Gap 1).....	6 – 2
6.1.3 Kesimpulan Kesenjangan Antara Persepsi Manejemen terhadap Harapan Konsumen dengan Spesifikasi Kualitas Jasa (Gap 2).....	6 – 2
6.1.4 Kesimpulan Kesenjangan Antara Spesifikasi Kualitas Jasa dengan Penyampaian Jasa (Gap 3)	6 – 4
6.2. Saran.....	6 – 5

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Variabel Penelitian Gap 5	3 – 7
3.2	Variabel Penyebab Gap 1 Manajemen	3 – 8
3.3	Variabel Penyebab Gap 2 Manajemen	3 – 8
3.3	Variabel Penyebab Gap 2 Manajemen (Lanjutan)	3 – 9
3.4	Variabel Penyebab Gap 3 Karyawan	3 – 9
3.4	Variabel Penyebab Gap 3 Karyawan (Lanjutan)	3 – 10
5.1	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Persepsi Konsumen Awal	5 – 2
5.1	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Persepsi Konsumen Awal (Lanjutan)	5 – 3
5.2	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Harapan Konsumen Awal	5 – 3
5.2	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Harapan Konsumen Awal (Lanjutan)	5 – 4
5.3	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Persepsi Konsumen Lanjutan	5 – 5
5.3	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Persepsi Konsumen Lanjutan (Lanjutan)	5 – 6
5.4	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Harapan Konsumen Lanjutan	5 – 7
5.5	Hasil Perhitungan Rata-Rata Servqual Untuk Gap 5	5 – 11
5.6	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 5 (Dimensi)	5 – 12
5.7	Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Gap 5 (Item)	5 – 14
5.8	Hasil Perhitungan Rata-Rata Servqual Untuk Gap 1	5 – 21

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.9	Hasil Perhitungan Hipotesis Untuk Gap 1 (Dimensi)	5 – 23
5.10	Hasil Perhitungan Hipotesis Untuk Gap 1 (Item)	5 – 24
5.10	Hasil Perhitungan Hipotesis Untuk Gap 1 (Item) (Lanjutan)	5 – 25
5.11	Hasil Nilai Penyebab Gap 1	5 – 27
5.12	Hasil Perbandingan Persepsi Manajemen dengan Standar yang Ada (Dimensi)	5 – 35
5.13	Hasil Perbandingan Persepsi Manajemen Terhadap Standar yang Ada (Item)	5 – 38
5.13	Hasil Perbandingan Persepsi Manajemen Terhadap Standar yang Ada (Item) (Lanjutan)	5 – 39
5.14	Hasil Nilai Penyebab Gap 2	5 – 42
5.14	Hasil Nilai Penyebab Gap 2 (Lanjutan)	5 – 51
5.15	Hasil Perbandingan Performansi Standar Manajemen dan Menurut Karyawan dengan Penyampain Jasa Karyawan	5 – 53
5.15	Hasil Perbandingan Performansi Standar Manajemen dan Menurut Karyawan dengan Penyampain Jasa Karyawan (Lanjutan)	5 – 54
5.16	Hasil Nilai Penyebab Gap 3	5 – 57
5.16	Hasil Nilai Penyebab Gap 3 (Lanjutan)	5 – 58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Kualitas Jasa	2 – 16
2.2	Model Kualitas Jasa yang Diperluas	2 – 17
3.1	Metodologi Penelitian	3 – 3
3.1	Metodologi Penelitian (Lanjutan)	3 – 4
3.1	Metodologi Penelitian (Lanjutan)	3 – 5
4.1	Struktur Organisasi Bengkel Yehuda Motor	4 – 2
5.1	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Gap 5	5 – 11
5.2	Diagram Batang Rata-Rata Servqual Gap 1	5 – 21
5.3	Diagram Batang Harapan Konsumen Terhadap Persepsi Manajemen	5 – 22
5.4	Diagram Batang Persepsi Manajemen Terhadap Spesifikasi Standar (Dimensi)	5 – 37
5.5	Diagram Batang Persepsi Manajemen Terhadap Spesifikasi Standar (Item)	5 – 39
5.6	Diagram Batang Performansi Standar Manajemen dan Menurut Karyawan dengan Penyampaian Jasa Karyawan serta Persepsi Konsumen	5 – 56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian Konsumen	L1 – 1
	Kuesioner Penelitian Konsumen (Lanjutan)	L1 – 2
2	Kuesioner Penelitian Manajemen	L2 – 1
	- Persepsi manajemen Terhadap Harapan Konsumen Mengenai Bengkel	L2 – 2
	- Performansi Standar Bengkel	L2 – 3
	- Persepsi Mengenai Bengkel dan operasionalnya	L2 – 4
3	Kuesioner Penelitian Karyawan	L3 – 1
	- Performansi Standar Bengkel menurut Pegawai Cuci Mobil	L3 – 1
	- Konsistensi dalam Menjalankan Standar Kerja menurut Pegawai Cuci Mobil	L3 – 2
	- Performansi Standar Bengkel menurut Sopir Bengkel	L3 – 3
	- Konsistensi dalam Menjalankan Standar Kerja menurut Sopir Bengkel	L3 – 4
	- Performansi Standar Bengkel menurut Bagian Kasir	L3 – 5
	- Konsistensi dalam Menjalankan Standar Kerja menurut Bagian Kasir	L3 – 6
	- Persepsi Mengenai Bengkel dan operasionalnya	L3 – 7
4	Penggunaan Bilangan Random Untuk - Pembagian Kuesioner Konsumen	L4 – 1
	- Waktu Pengamatan Hari ke-1 dan 2	L4 – 1
	- Waktu Pengamatan Hari ke-3 sampai 5	L4 – 2
	- Waktu Pengamatan Hari ke-6 dan 7	L4 – 3

	- Waktu Pengamatan Hari ke-8 sampai 10	L4 – 4
5	Data Jawabab Persepsi Kuesioner Konsumen Awal	L5 – 1
	Data Jawabab Harapan Kuesioner Konsumen Awal	L5 – 2
	Data Jawabab Persepsi Kuesioner Konsumen Lanjutan	L5 – 3
	Data Jawabab Persepsi Kuesioner Konsumen Lanjutan	L5 – 4
	Data Jawabab Persepsi Kuesioner Konsumen Lanjutan	L5 – 5
	Data Jawabab Harapan Kuesioner Konsumen Lanjutan	L5 – 6
	Data Jawabab Harapan Kuesioner Konsumen Lanjutan	L5 – 7
	Data Jawabab Harapan Kuesioner Konsumen Lanjutan	L5 – 8
	Data Jawabab Persepsi Manajemen terhadap Harapan-Konsumen	L5 – 9
	Data Jawaban Performansi Standar menurut Pegawai Cuci mobil	L5 – 10
	Data Jawaban Performansi Standar menurut Sopir Bengkel dan bagian Kasir	L5 – 11
	Data Jawaban Konsistensi Standar Kerja menurut Pegawai Cuci mobil	L5 – 12
	Data Jawaban Konsistensi Standar Kerja menurut Sopir bangkel dan bagian Kasir	L5 – 13
	Data Jawaban Persepsi Karyawan Mengenai Bengkel dan operasionalnya	L5- 14
6	Pengolahan Data Untuk Gap 5	L6 – 1
	Pengolahan Data Untuk Gap 5 (Lanjutan)	L6 – 2
	Pengolahan Data Untuk Gap 5 (Lanjutan)	L6 – 3
	Pengolahan Data Untuk Gap 5 (Lanjutan)	L6 – 4
	Pengolahan Data Untuk Gap 5 (Lanjutan)	L6 – 5
	Pengolahan Data Untuk Gap 5 (Lanjutan)	L6 – 6
	Pengolahan Data Untuk Gap 5 (Lanjutan)	L6 – 7
7	Perhitungan Rata-Rata Servqual Untuk Gap 5	L7 – 1
	- Dimensi Tangibles	L7 – 1
	- Dimensi Tangibles (Lanjutan)	L7 – 2

- Dimensi Tangibles (Lanjtan)	L7 – 3
- Dimensi Reliability	L7 – 4
- Dimensi Reliability (Lanjutan)	L7 – 5
- Dimensi Reliability (Lanjutan)	L7 – 6
- Dimensi Responsiveness	L7 – 7
- Dimensi Responsiveness (Lanjutan)	L7 – 8
- Dimensi Responsiveness (Lanjutan)	L7 – 9
- Dimensi Assurance	L7 – 10
- Dimensi Assurance (Lanjutan)	L7 – 11
- Dimensi Assurance (Lanjutan)	L7 – 12
- Dimensi Emphaty	L7 – 13
- Dimensi Emphaty (Lanjutan)	L7 – 14
- Dimensi Emphaty (Lanjutan)	L7 – 15
8 Perhitungan Persepsi Konsumen	L8 – 1
9 Perhitungan Harapan Konsumen	L9 – 1
10 Perhitungan Rata-Rata Servqual Gap 5	L10 – 1
11 Data Perhitungan Persepsi Manajemen	L11 – 1
12 Data Perhitungan Performansi Standar Manajemen	L12 – 1
13 Perhitungan Performansi Standar Menurut Karyawan	L13 – 1
14 Perhitungan Penyampaian Jasa Menurut Karyawan	L14 - 1
15 Tabel Nilai-Nilai r Product Moment	