

ABSTRAK

Auto City merupakan salah satu perusahaan yang menawarkan berbagai macam produk dan jasa dimana produk dan jasa yang ditawarkan berhubungan dengan bidang otomotif. Perusahaan ini terletak di Jl. Surya Sumantri no.108 Bandung. Masalah yang terjadi yaitu rendahnya rata-rata perhari jumlah pengunjung yang datang jika dibandingkan dengan pesaingnya. Adapun pesaing utamanya yaitu Butik Otomotif Mania Bandung (BOMB). Oleh karena itu, Auto City berusaha untuk segera mengatasi masalah persaingan ini demi kelangsungan perusahaan.

Tujuan penelitian ini, antara lain untuk : (1) mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Auto City, (2) mengetahui perbandingan tingkat persepsi kualitas antara Auto City dengan bengkel pesaing (Butik Otomotif Mania Bandung), (3) mengetahui usulan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen yang datang ke Auto City.

Model penelitian yang digunakan yaitu *Perceived Quality*. Variabel penelitian yang digunakan adalah 5 dimensi kualitas jasa. Untuk pengolahan data dan analisis penelitian digunakan uji hipotesis ketidakpuasan, uji hipotesis persaingan dan *Importance Performance Analysis* (IPA) 4 dan 6 kuadran. Kuesioner penelitian disebarkan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* kepada responden yang mengetahui atau pernah menjadi konsumen Auto City dan Butik Otomotif Mania Bandung (BOMB) yaitu sebanyak 272 responden.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa persepsi masyarakat terhadap tingkat kepuasan pelayanan Auto City masih rendah. Melalui uji hipotesis ketidakpuasan diperoleh 18 variabel dimana konsumen masih merasa belum puas terhadap kinerja Auto City. Berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) 4 dan 6 kuadran diketahui sebanyak 18 variabel yang kepentingannya diatas rata-rata dimana 12 variabel diantaranya berada pada posisi mutlak tertinggal dan 6 variabel lainnya pada posisi bersaing sedangkan dari 15 variabel yang kepentingannya dibawah rata-rata terdapat 8 variabel yang berada pada posisi mutlak tertinggal, 4 variabel pada posisi bersaing dan 3 variabel lainnya berada pada posisi mutlak unggul.

Dengan menggunakan hasil pengolahan data dan analisis data dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) 4 dan 6 kuadran maka dapat ditentukan target prioritas perbaikan persepsi konsumen yaitu dengan menyamai harapan, menyamai BOMB, mempertahankan kinerja, dan diabaikan. Usulan yang diberikan kepada Auto City antara lain : bekerjasama dengan Dinas Pertamanan Kotamadya Bandung memangkas pepohonan yang menutupi papan reklame Auto City, menambah papan reklame, mengganti desain papan reklame, menambah jumlah karyawan, menerapkan sistem komputerisasi, pemberian pelatihan, mengadakan fasilitas keanggotaan, menambah jumlah peralatan montir, membuat kotak saran bagi konsumen, membuat area parkir yang diberi kanopi. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan persepsi kualitas layanan di Auto city.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
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 – 5
1.3.1 Pembatasan Masalah.....	1 – 5
1.3.2 Asumsi.....	1 – 6
1.4 Perumusan Masalah	1 – 6
1.5 Tujuan Penelitian.....	1 – 6
1.6 Sistematika Penulisan	1 – 6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Kualitas.....	2 – 1
2.2 Jasa.....	2 – 1
2.2.1 Pengertian Jasa.....	2 – 1
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	2 – 1
2.3 Dimensi Kualitas Jasa.....	2 – 2
2.4 <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	2 – 4
2.5 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	2 – 5
2.6 <i>Brand Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas Merek).....	2 – 6
2.6.1 Pengertian <i>Perceived Quality</i>	2 – 6
2.6.2 Dimensi <i>Perceived Quality</i> Untuk Konteks Jasa.....	2 – 6

2.6.3	Peranan <i>Perceived Quality</i>	2 – 7
2.6.4	Membangun <i>Perceived Quality</i> yang Kuat.....	2 – 9
2.6.5	Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i>	2 – 10
2.7	Pengumpulan data.....	2 – 11
2.8	Populasi dan Sampel.....	2 – 13
2.8.1	Populasi.....	2 – 13
2.8.2	Sampel.....	2 – 13
2.8.3	Teknik Sampling.....	2 – 13
2.8.4	Penentuan Ukuran Sampel.....	2 – 15
2.9	Macam-macam Skala Pengukuran.....	2 – 17
2.10	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2 – 20
2.10.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	2 – 21
2.10.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2 – 22
2.11	Hipotesis.....	2 – 25
2.11.1	Bentuk-bentuk Hipotesis.....	2 – 25
2.11.2	Uji Hipotesis Dua Populasi.....	2 – 28
2.12	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	2 – 28
2.12.1	<i>Importance Performance Analysis</i> 4 (IPA 4).....	2 – 28
2.12.2	<i>Importance Performance Analysis</i> 6 (IPA 6).....	2 – 29

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Penelitian Pendahuluan	3 – 1
3.2	Identifikasi Masalah.....	3 – 1
3.3	Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3 – 5
3.4	Perumusan Masalah.....	3 – 5
3.5	Tujuan Penelitian.....	3 – 6
3.6	Tinjauan Pustaka.....	3 – 6
3.7	Penentuan Model Penelitian.....	3 – 6
3.8	Penentuan Variabel Penelitian.....	3 – 6
3.9	Penyusunan Kuesioner Uji Coba.....	3 – 8
3.10	Uji Validitas Konstruksi.....	3 – 9

3.11 Penentuan Teknik Sampling.....	3 – 10
3.12 Penentuan Jumlah Sampel.....	3 – 10
3.13 Penyebaran Kuesioner Uji Coba.....	3 – 10
3.14 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	3 – 10
3.15 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3 – 11
3.16 Pengolahan Data.....	3 – 12
3.17 Analisis.....	3 – 14
3.18 Usulan.....	3 – 15
3.19 Kesimpulan dan Saran.....	3 – 15

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Sejarah Perusahaan.....	4 – 1
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4 – 2
4.3 Deskripsi Jabatan.....	4 – 2
4.4 Pelayanan yang Disediakan Perusahaan.....	4 – 3
4.5 Peralatan yang Dimiliki Perusahaan.....	4 – 4
4.6 Pengumpulan Data Pendahuluan.....	4 – 5
4.7 Pengumpulan Data Penelitian.....	4 – 6
4.7.1 Kuesioner Penelitian.....	4 – 6
4.7.2 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	4 – 7

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Variabel Penelitian.....	5 – 1
5.2 Uji Validitas Konstruksi.....	5 – 1
5.3 Penyebaran Kuesioner Uji Coba.....	5 – 2
5.3.1 Uji Validitas	5 – 2
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	5 – 3
5.4 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5 – 4
5.5 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 4 Kuadran.....	5 – 15
5.6 Uji Hipotesis Persaingan.....	5 – 19
5.7 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 6 Kuadran.....	5 – 30

5.8	Analisa Penentuan Target.....	5 – 32
5.9	Pengembangan Usulan.....	5 – 34

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6 – 1
6.2	Saran	6 – 4

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Top Of Mind	1 – 2
1.2	Brand Recall	1 – 3
1.3	Brand Recognition	1 – 4
1.4	Faktor Penentu Pemilihan Bengkel	1 – 4
1.5	Peringkat Jasa Transportasi Taksi	1 – 4
2.1	Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%	2 - 16
3.1	Variabel Penelitian Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3 – 7
3.2	Variabel Penelitian yang Digunakan Dalam Kuesioner Uji Coba	3 – 7
3.3	Skala Likert Harapan	3 – 9
3.4	Skala Likert Persepsi	3 – 9
4.1	Variabel Penelitian Setelah Uji Validitas Konstruksi	4 – 6
5.1	Uji Validitas	5 – 2
5.2	Uji Reliabilitas	5 – 3
5.3	Uji Hipotesis Ketidakpuasan Terhadap Auto City	5 – 5
5.4	Rata-rata harapan dan kinerja Auto City	5 – 16
5.5	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 4 Kuadran	5 – 18
5.6	Uji Hipotesis Persaingan	5 – 21
5.7	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 6 Kuadran	5 – 31
5.8	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 4 Kuadran	5 – 18

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Gambar nilai yang dihasilkan <i>Perceived Quality</i>	2 – 7
2.2	Gambar Kuadran Perbandingan <i>Performance</i> dan <i>Importance</i>	2 – 29
2.3	Gambar Analisis Kompetitif Tingkat Kepentingan dan Kinerja	2 – 30
3.1	Skema Metodologi Penelitian	3 – 2
3.2	Wilayah Kritik Uji Hipotesis Ketidakpuasan	3 – 12
3.3	Wilayah Kritik Uji Hipotesis Persaingan	3 – 13
4.1	Struktur Organisasi Auto City	4 – 2
5.1	Gambar Uji Hipotesis Ketidakpuasan Terhadap Auto City	5 – 5
5.2	Papan Reklame Auto City (kiri)	5 – 7
5.3	Papan Reklame Auto City (kanan)	5 – 8
5.4	Denah Auto City	5 – 9
5.5	Gambar <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 4 Kuadran	5 – 17
5.6	Gambar Uji Hipotesis Persaingan	5 – 20
5.7	Papan Reklame BOMB (dilihat dari arah Pasteur)	5 – 23
5.8	Papan Reklame BOMB (dilihat dari arah Setrasari)	5 – 23
5.9	Contoh Desain Papan Reklame	5 – 34
5.10	Contoh Papan Penunjuk Pada Pertigaan Setrasari	5 – 35
5.11	Lokasi Peletakan Papan Penunjuk	5 – 35
5.12	Contoh Papan Penunjuk Pada Surya Sumantri	5 – 36
5.13	Lokasi Peletakan Papan Penunjuk	5 – 36
5.14	Alokasi Supir	5 – 42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1 – 1
1	Kuesioner Penelitian Sebelum Uji Validitas Konstruksi	L1 – 3
1	Kuesioner Penelitian	L1 – 8
2	Data Kuesioner Harapan Responden	L2 – 1
2	Data Kuesioner Kinerja Auto City	L2 – 10
2	Data Kuesioner Kinerja BOMB	L2 – 19
3	Pengolahan Uji Validitas Harapan Konsumen	L3 - 1
3	Pengolahan Uji Validitas Kinerja Auto City	L3 – 5
3	Pengolahan Uji Validitas Kinerja BOMB	L3 – 9
3	Pengolahan Uji Reliabilitas Melalui Program SPSS	L3 – 13
4	Validasi Konstruksi	
5	Tabel-tabel	