

## INTISARI

Jasa merupakan setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Dalam industri jasa, kualitas jasa merupakan salah satu hal yang penting. Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan atau kualitas jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Apabila konsumen merasa kualitas yang didapatnya tidak sesuai dengan yang diharapkan atau tidak memuaskan, kemungkinan besar konsumen tidak akan menggunakan jasa dari perusahaan tersebut lagi, bahkan mungkin konsumen tersebut akan membeli dari pesaing yang menawarkan kualitas jasa yang lebih baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah lima dimensi pokok kualitas jasa yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Bandung dengan menggunakan 120 responden yang merupakan konsumen dari Bengkel Cihampelas Motor dan memenuhi syarat untuk dianalisis. Karakteristik yang digunakan adalah karakteristik yang mudah diamati seperti jenis kelamin, usia, status, pekerjaan, pendapatan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji regresi dengan menggunakan SPSS versi 11.5, yang mana hasil uji regresi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen memperoleh hasil  $Y = 0,723 + 0,060X_1 + 0,175X_2 + 1,014X_3 + 0,248X_4$  dengan  $\alpha \leq 0,05$ , yang artinya untuk dimensi TOTRES dan TOTEM, H1 diterima karena  $\alpha \leq 0,05$  yaitu untuk TOTRES dan TOTEM sebesar 0,000 dan 0,016 artinya dimensi TOTRES dan TOTEM mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan dimensi lainnya yaitu TOTTA dan TOTRE ditolak karena  $\alpha > 0,05$  yaitu TOTTA sebesar 0,669 dan TOTRE sebesar 0,168 artinya dimensi TOTTA dan TOTRE tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Untuk dimensi TOTAS (jaminan) tidak digunakan karena tidak valid dan tidak reliabel. Jadi hanya empat dimensi dari lima dimensi yang digunakan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan empati. Sedangkan hasil *adjusted R square* kualitas jasa sebesar 0,356 atau 35,6% yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan sisanya sebesar 0,644 atau 64,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian secara keseluruhan menjelaskan bahwa kualitas jasa mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Jasa, Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Konsumen.

## **ABSTRACT**

*Service is performance or action which offer to one people to another people, which it's intangible and inconsequently ownership to something. In service industry, service quality is one matter of important. Consumer will be feel satisfaction if they are to get good service or service quality or which accordance is expected. If consumer fell which get quality acquisition of disagree or dissatisfaction, maybe consumer didn't use service form company again, and maybe consumer will buy from competitor which offer best quality.*

*The aim research is to analyze what five fundamental dimension service quality is tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy influence satisfaction of consumers. The research was held in Bandung with using 120 respondent who consumer from "Bengkel Cihampelas Motor" and fulfilling condition to be analyzed. The individual characteristic which is use is the one that is very easy to see such as gender, age, status, work, salary. The analysis method which is use is simple regression analysis and data collection method which is use is the survey method.*

*In the research, the writer has done simple regression use SPSS version 11.5, with the result regression test for the service quality to satisfaction of consumers, the result is  $Y = 0,723 + 0,060X_1 + 0,175X_2 + 1,014X_3 + 0,248X_4$  with significances  $\alpha \leq 0,05$ , that means for TOTRES and TOTEM dimension,  $H_1$  acceptable because  $\alpha \leq 0,05$  where TOTRES and TOTEM in the amount of 0,000 and 0,016 that means TOTRES and TOTEM dimension are influencing consumer satisfaction, but the other dimensions such as TOTTA and TOTRE are unacceptable because  $\alpha > 0,05$ , where TOTTA in the amount of 0,669 and TOTRE in the amount of 0,168, that means TOTTA and TOTRE dimensions are not influencing consumer satisfaction. For TOTAS dimension (assurance) is not used because not valid and not reliable. So just four dimension from five dimension were used, that are tangibles, reliability, responsiveness, and empathy. While the adjust R square is 0,356 or 35,6% which influence consumer satisfaction and the rest is 0,644 or 64,4% which influenced by other factor. From this all research, the writer can prove there is an influence between service quality and consumer satisfaction.*

*Keyword: Quality of Service, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Satisfaction of Consumer.*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Lingkup Penelitian .....	8
1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	8
1.7. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b>	
2.1. Pengertian Pemasaran ( <i>Marketing</i> ) .....	11
2.2. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	12
2.3. Pengertian Jasa .....	15
2.3.1. Klasifikasi Jasa .....	15

2.3.2. Karakteristik Jasa .....	16
2.3.3. Kualitas Jasa .....	18
2.4. Pengertian Kualitas .....	19
2.5. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	22
2.6. Harapan Konsumen .....	27
2.7. Hipotesis Penelitian .....	28
2.8. Model Penelitian .....	31
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1. Sejarah Singkat Bengkel Mobil Cihampelas Motor .....	35
3.2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	36
3.3. Desain Penelitian .....	38
3.4. Sampel dan Populasi .....	41
3.5. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran .....	41
3.6. Uji Validitas .....	43
3.7. Uji Reliabilitas .....	44
3.8. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	44
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Karakteristik Responden .....	48
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
4.2.1. Uji Validitas .....	51
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	53
4.3. Hasil Uji Asumsi Regresi Sederhana .....	55
4.4. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan .....	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan .....	61
5.2. Implikasi Pemasaran .....	62
5.3. Saran .....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya .....	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	50
Tabel 4.6	Hasil Validitas .....	52
Tabel 4.7	Hasil Reliabilitas .....	54
Tabel 4.8	Analisis Regresi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen .....	55
Tabel 4.9	<i>Model Summary</i> .....	56
Tabel 4.10	Ringkasan Hasil Pengujian Keseluruhan Hipotesis .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Siklus Kepuasan Konsumen .....	23
Gambar 2.2	Tingkat Kepuasan Konsumen .....	30
Gambar 2.3	Model Penelitian .....	34
Gambar 3.1	Struktur Organisasi Bengkel Mobil Cihampelas Motor .....	36

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Hasil Regresi