

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
BENGKEL AUTO 2000 CABANG AHMAD YANI PALEMBANG**



**SKRIPSI OLEH :
ADE HIDAYAT PUTRA
NIM. 01061001037**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR
SARJANA EKONOMI**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

2010

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
BENGKEL AUTO 2000 CABANG AHMAD YANI PALEMBANG**



S.
658.810,7
put.
P
2010

e. 101475



**SKRIPSI OLEH :
ADE HIDAYAT PUTRA
NIM. 01061001037**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR
SARJANA EKONOMI**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
2010**

658.8.
M.P.

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**


TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**NAMA : ADE HIDAYAT PUTRA
NIM : 01061001037
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN BENGKEL AUTO 2000
CABANG AHMAD YANI PALEMBANG**

**PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI
TANGGAL PERSETUJUAN**

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal 30 Juni 2010

**Ketua : 
Drs. H. AHMAD NAZARUDDIN, MM
NIP. 195706131985031002**

Tanggal 30 Juni 2010

**Anggota : 
Drs. H. DIAN EKA, MM
NIP. 196101061990031002**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA : ADE HIDAYAT PUTRA
NIM : 01061001037
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BENGKEL
AUTO 2000 CABANG AHMAD YANI PALEMBANG

Telah diuji di depan panitia ujian komprehensif pada tanggal 23 juli 2010 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

**Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 23 juli 2010**

Ketua,



Drs. H. AHMAD NAZARUDDIN, MM

NIP. 195706131985031002

Anggota,



Drs. H. DIAN EKA, MM

NIP. 196101061990031002

Anggota,



Drs. THOMAS HANDY

NIP. 19520921198103100

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM

NIP. 19560701 198503 1 003

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ade Hidayat Putra

NIM : 01061001037

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi yang saya tulis adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di lingkungan Universitas Sriwijaya maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali dari Tim Pembimbing Skripsi dan pengolahan data yang ditentukan oleh Program Studi Manajemen Universitas Sriwijaya.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain kecuali secara jelas dicantumkan sebagai referensi dengan menyebutkan nama pengarang sebagaimana tercantum dalam kutipan dan daftar kepustakaan.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan bila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini serta sanksi lain sesuai dengan aturan yang berlaku dilingkungan Universitas Sriwijaya.

Inderalaya, 30 Juni 2010



Ade Hidayat Putra

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٢﴾

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam

Al- fatihah -2

"Mengetahui seseorang telah hidup lebih mudah karena keberadaannya ;

itulah arti sukses"

-Ralph Waldo Emerson-

Kupersembahkan Untuk :

Rabb dan agama-ku

Orang tuaku tercinta

Keluarga Besarku

Sahabat-Sahabatku

Almamaterku FE Unsri

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalammu 'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah S.W.T.. Karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya yang berupa nikmat kesehatan jasmani dan rohani, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini mengambil judul : **Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Auto 2000 Cabang Ahmad Yani Palembang.** Penulisan skripsi ini dibagi dalam enam bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metode Penelitian Perusahaan, Bab IV Gambaran Umum Perusahaan, Bab V Analisis dan Pembahasan, dan Bab VI Kesimpulan dan Saran.

Jenis data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. (i) Data Primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan bersumber dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner yang kemudian diolah penulis untuk dijadikan bahan penganalisaan dari pokok permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. (ii) Data Sekunder adalah jenis data yang diperoleh melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya, baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan tidak ada pengaruh yang bermakna antara kualitas layanan yang diberikan terhadap kepuasan konsumen.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perbaikan manajemen perusahaan dan bahan masukan akademisi bagi penelitian manajemen pemasaran.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kelemahan, kekurangan serta jauh dari sempurna dalam penyajiannya. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan tanggapan untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Penulis

Ade Hidayat Putra

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak berupa moril, materil, bimbingan maupun petunjuk yang sangat berguna. Oleh karena itu penulis merasa berkewajiban untuk menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu **Prof. Dr. Badia Parizade, MBA** selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak **Prof. H. Syamsurijal AK, Ph.D.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak **Drs. Yuliansyah M. Diah, MM** selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak **Drs. M. Kosasih Zen Msi**, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
5. Bapak **Drs. H. Ahmad Nazaruddin, MM** selaku Ketua Pembimbing Skripsi, yang telah meluangkan waktu dalam memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak **Drs. H. Dian Eka, MM** selaku Anggota Pembimbing Skripsi dan juga Penasehat Akademik, yang telah meluangkan waktu dalam memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak **Drs. Thomas Handy** selaku dosen penguji Ujian Komprehensif
8. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
9. Staf pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, khususnya mbak **Ninil** dan kak **Hendri**
10. Kedua orang tuaku tercinta, Papa ku tersayang "**Alamsyah, SH**" Terima kasih untuk seluruh kasih sayang, do'a, materiil, fasilitas dan dukungan tiada henti sekaligus menjadi suri tauladan yang sarat pengalaman yang sangat berarti bagi hidupku dan Mama ku tersayang "**Rozalinda** ", Terima kasih untuk seluruh kasih sayang, do'a, materiil, fasilitas, dukungan, masakan yang hangat setiap hari dan menjadi "ibu tanpa syarat" bagi kami, Semoga anak-anakmu dapat membahagiakan kalian hingga akhir hayat...bahagia dunia dan akhirat..amin ya Rabb...

11. Saudara-Saudaraku (**Iak, Ata, Mia**) yang telah memberikan dukungan dan juga "gangguan" tiada henti hingga selesainya Skripsi ini, Semoga kita slalu diberikan kemudahan untuk mencapai impian-impian kita...aminnn...*we're always together....*
12. Trima kasih untuk **Keluarga besarku**, khususnya **Nenek ino, Dida, Tante Na, Pek Mala**, trima kasih atas segala kebaikan, keikhlasan, dan juga kebersamaanya selama aku hidup, tinggal dan mengemban pendidikan dari Taman Kanak-Kanak hingga berhasil mencapai Sarjana Ekonomi, maaf Nek, Dida, Iak,, galak balek malem2, jadi bahan pikiran bae...hehehe...
13. *Special thanks to Aurora Dian Faramaswari dan Keluarga*, atas segala doa, nasehat, teguran, dan kepercayaanya selama menjalani perkuliahan hingga selesai...senang bisa menjadi bagian dari keluarga di Way Itam..semoga tali Silaturahmi kita tetap terjalin...aminn..*especially to "Riri Jelek"* yang selalu berusaha menjadi yang terbaik untuk kita...walau kadang ujung2nya B*B**A....hahahaha, maaf atas **kesalahan2** yang pernah terjadi....semoga kita selalu berada dalam ridho ALLAH SWT..
14. Teman sekaligus Sahabat di Mgt 06, **Rizaldy Sobrian, SE, Lukman Artama Simanjutak, SE, M. Bastian VP, SE, Ayu Wulandari, SE, Dean Sari R, SE, Dina Sosi, SE dan Yudi Setiawan, Dikit lagi SE**...hahahaha pissss yud...terima kasih atas persahabatan yang terjalin "*kau teman karibku...lebih dari saudara*" hahaha makasih atas sluruh kebaikan, keikhlasan, keterbukaan, masukan, kritik yang bermanfaat.. Semoga kita semua bisa mencapai impian-impian kita...amin..
15. Teman-teman **MGT 06** yang merupakan teman dan sekaligus saudara dan keluarga, **ASSoy 06(Alin, Hana, Yaya, juPe, Ika, Eka, Sari, Yuyun,macHi), Dugem 06 (Hadi, Abi, Fatur, Adit, Faizal, sAlim dan Dila) dan Kawan2 lainnya, Puji, Eka Janiati, Febi, Heni, Kiki, Ellin, Lia, Keket, Mami, Fredi, Novi, Royda, Suhe, Khalid' jawe (thanks for running SPPSnya), udin tatoo, kando yos, topik kulit, agung tuo, safran hitta, ade hus, dian mafes, jefri, fran, Muiz, pAnda, Yezi, Royda, Novi, Lia, Jambi, Agung Linggau, Yulis, Jamila, iam, angga, samsu, yOng, Arie gg, mas Ebit dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kesuksesan selalu mengiringi kita..amin**

16. Hahahahahha trimo kasehh tuk dolor-dolor semakan seminum, **Benzien Smansa** khususnya penggila KOPI-ROKOK (**Fery Tatero, Fayriza, Andi pio, Alan, Agus bandeng, chandra jegerrrsss, Dayat, Edwin, Chris Jon, Randy Apem, Pojan dan dolor2 laen yang dk biso disebutke sikok2**) kapan kito nyeruput kopi lage?????hahahaha...Sukses slalu lorrr..
17. Junior2 **Manajemen angktn 07, 08, 09**, khususnya **Riri "Jelek", Endah "Ndut", Cindy "Cece"** makasih atas pertemanan dan silaturahmi yang terjalin, trima kasih cekakak-cekikiknya mewarnai hari2 perkuliahan kita...hahaha ndut thank for translatenya...Cece thanks for keCINOannya...hahahaha...yang sikok lagi "dk ktek urusan" hahahaha...smoga pertemanan kalian tetap berlanjut...saling memahami kekurangan satu sama lain...sukses dalam bidangnya masing2...amin....
18. Semua yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

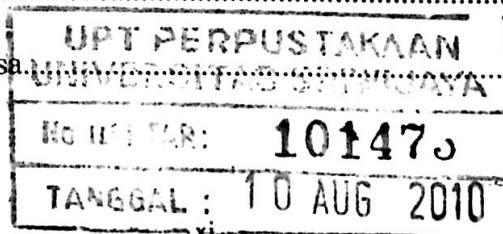
Semoga Allah S.W.T membalas budi baiknya dan menjadi berkah untuk kita semua.Amin

Penulis

Ade Hidayat Putra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR DAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAKSI	xix
ABSTRACT.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II STUDI PUSTAKA	
2.1 Landasan teori.....	8
2.1.1 Definisi Jasa.....	9
2.1.2 Pemasaran Dalam Dunia Jasa.....	10
2.1.3 Kualitas Layanan Jasa.....	11



2.1.4 Pengukuran Kualitas Layanan.....	14
2.1.5 Pengukuran <i>Service Quality</i>	17
2.1.6 Jasa Yang Diharapkan.....	17
2.1.7 Jasa Yang Dipersepsikan.....	18
2.1.8 Kepuasan Konsumen.....	19
2.1.9 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.10 Diagram Kartesius.....	21
2.2 Kerangka Konseptual.....	23
2.3 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT.PLN (Persero) Cabang Palembang.....	24
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Kelas III di RS. RK Charitas Palembang.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	26
3.2 Rancangan Penelitian.....	26
3.3 Objek Penelitian.....	27
3.4 Populasi, sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
3.5.1 Identifikasi Variabel.....	28
3.5.2 Batasan Operasional Variabel.....	29
3.5.3 Pengukuran Variabel.....	30
3.6 Instrumen Penelitian.....	31
3.7 Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	31

3.7.1 Jenis Data.....	31
3.7.2 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.8 Teknik Analisis Data.....	32
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.8.2 Uji Validitas.....	33
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	34
3.8.4 Analisis Gap.....	34
3.8.5 Diagram Kartesius.....	34
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 Sejarah Singkat dan Profil Perusahaan.....	35
4.2 Visi, Misi ,dan Tujuan Perusahaan.....	37
4.3 Kebijakan Manajemen Perusahaan.....	38
4.4 Aktivitas Bisnis Perusahaan.....	40
4.4.1 Penjualan Unit.....	40
4.4.2 Penjualan Jasa Bengkel.....	42
4.4.3 Penjualan Suku Cadang.....	46
4.5 Tugas Pokok dan Struktur Organisasi.....	47
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN	
5.1 Pembahasan.....	50
5.2 Uji Validitas, Uji Reabilitas, dan Uji Normalitas	50
5.2.1 Uji Validitas	50
5.2.2 Uji Reabilitas.....	55
5.2.3 Uji Normalitas.....	56
5.3 Analisis dan Pembahasan Statistik Deskriptif.....	59

5.3.1 Analisis Deskriptif Non Variabel.....	59
5.3.1.1 Karakteristik Responden.....	59
5.3.1.1.1 Frekuensi JenisKelamin.....	59
5.3.1.1.2 Frekuensi Usia Responden.....	60
5.3.1.1.3 Frekuensi Pekerjaan.....	61
5.3.1.1.4 Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden.....	62
5.3.1.1.5 Frekuensi Pengeluaran Rata-Rata Perbulan.....	63
5.3.1.2 Variabel Pendukung.....	64
5.3.1.2.1 Mobil Yang Digunakan Responden.....	64
5.3.1.2.2 ServisYang Digunakan Responden.....	65
5.3.1.2.3 Frekuensi Penggunaan Jasa Dalam Enam Bulan Terakhir.....	66
5.3.1.2.4 Frekuensi Lama Waktu Dalam Satu Kali Penggunaan Jasa.....	67
5.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Utama.....	68
5.3.2.1 Frekuensi Distribusi Variabel Harapan Dimensi <i>Tangible</i>	68
5.3.2.2 FrekuensiDistribusi Variabel Harapan Dimensi <i>Reliability</i>	69
5.3.2.3 Frekuensi Distribusi Variabel Harapan Dimensi <i>Responsiveness</i>	70
5.3.2.4 Frekuensi Distribusi Variabel Harapan Dimensi <i>Assurance</i>	71
5.3.2.5 Frekuensi Distribusi Variabel Harapan Dimensi <i>Emphaty</i>	72
5.3.2.6 Frekuensi Distribusi Variabel Kepuasan Dimensi <i>Tangible</i>	73
5.3.2.7 Frekuensi Distribusi Variabel Kepuasan Dimensi <i>Reliability</i>	74
5.3.2.8 Frekuensi Distribusi Variabel Kepuasan Dimensi <i>Responsiveness</i>	75
5.3.2.9 Frekuensi Distribusi Variabel Kepuasan Dimensi <i>Assurance</i>	76
5.3.2.10 Frekuensi Distribusi Variabel Kepuasan Dimensi <i>Emphaty</i>	77

5.4 Analisis Regresi	78
5.4.1 Analisis Regresi Menurut Dimensi <i>Servqual</i>	78
5.5 Analisis Gap (<i>Gap Analysis</i>).....	80
5.6 Diagram Kartesius.....	85
5.6.1 Interpretasi Diagram Kartesius.....	88

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	92
6.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Kendaraan Bermotor Periode 2005-2009.....	2
Tabel 5.1 Uji Validitas Dimensi Kepentingan.....	52
Tabel 5.2 Uji Validitas Dimensi Kepentingan.....	53
Tabel 5.3 Uji Validitas Dimensi Kepuasan.....	54
Tabel 5.4 Uji Realibel Dimensi Kepentingan.....	55
Tabel 5.5 Uji Realibel Dimensi Kepuasan.....	56
Tabel 5.6 Uji Normalitas Dimensi Kepentingan.....	57
Tabel 5.7 Uji Normalitas Dimensi Kepuasan.....	58
Tabel 5.8 Frekuensi Jenis Kelamin.....	59
Tabel 5.9 Frekuensi Usia Responden.....	60
Tabel 5.10 Frekuensi Pekerjaan.....	61
Tabel 5.11 Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden.....	62
Tabel 5.12 Frekuensi Pengeluaran Rata-Rata Perbulan.....	63
Tabel 5.13 Frekuensi Mobil yang Digunakan Responden.....	64
Tabel 5.14 Frekuensi Servis Yang Digunakan.....	65
Tabel 5.15 Frekuensi Penggunaan Jasa Dalam 6 Bulan Terakhir.....	66
Tabel 5.16 Frekuensi Lama Waktu Dalam Satu Kali Menggunakan Jasa.....	67
Tabel 5.17 Frekuensi Distribusi Variabel Harapan Dimensi <i>Tangible</i>	68

Tabel 5.18 Frekuensi Distribusi Variabel Harapan Dimensi <i>Reliability</i>	69
Tabel 5.19 Frekuensi Distribusi Variabel Harapan Dimensi <i>Responsiveness</i>	70
Tabel 5.20 Frekuensi Distribusi Variabel Harapan Dimensi <i>Assurance</i>	71
Tabel 5.21 Frekuensi Distribusi Variabel Harapan Dimensi <i>Emphaty</i>	72
Tabel 5.22 Frekuensi Distribusi Variabel Kepuasan Dimensi <i>Tangible</i>	73
Tabel 5.23 Frekuensi Distribusi Variabel Kepuasan Dimensi <i>Reliability</i>	74
Tabel 5.24 Frekuensi Distribusi Variabel Kepuasan Dimensi <i>Responsiveness</i>	75
Tabel 5.25 Frekuensi Distribusi Variabel Kepuasan Dimensi <i>Assurance</i>	76
Tabel 5.26 Frekuensi Distribusi Variabel Kepuasan Dimensi <i>Emphaty</i>	77
Tabel 5.27 Analisis Regresi Menurut Dimensi <i>Servqual</i>	78
Tabel 5.28 Gap Antara harapan dan Kepuasan Pelanggan.....	81
Tabel 5.29 Tabel Pembagian Variabel <i>Servqual</i> Berdasarkan Kuadran Kartesius.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tiga Jenis Pemasaran Dalam Dunia Jasa.....	10
Gambar 2.2 Model Gap Kualitas Jasa.....	16
Gambar 2.3 Diagram Kartesius.....	21
Gambar 5.1 Diagram Kartesius Dimensi <i>Servqual</i> Bengkel Auto 2000 Cabang Ahmad Yani Cabang Palembang.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	97
Lampiran 2 <i>Data View</i> SPSS.....	100
Lampiran 3 <i>Output</i> SPSS.....	109

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Auto 2000

Cabang Ahmad Yani Palembang

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen atas jasa yang diberikan oleh bengkel Auto 2000 cabang Ahmad Yani Palembang, dan mengetahui kualitas pelayanan manakah yang paling berpengaruh dan perlu ditingkatkan serta dipertahankan terhadap penentuan tingkat kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sampel sebanyak 90 responden yang merupakan pengguna kendaraan Toyota khususnya pengguna jasa bengkel Auto 2000 Cabang Ahmad Yani Palembang, maka dari lima variabel yang diujikan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* diketahui bahwa tidak ada dari kelima variabel tersebut yang memiliki pengaruh yang bermakna terhadap kepuasan konsumen. Namun ditinjau dari tingkat kepentingan dan harapan kosumen menunjukkan bahwa dimensi *reliability* dan *responsiveness* merupakan dimensi yang menjadi prioritas utama yang perlu ditingkatkan pelayanannya.

Kata kunci : Kualitas layanan, *Reliability*, *Responsiveness* dan Kepuasan konsumen.

The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction in Auto 2000

Workshop Branch Ahmad Yani Palembang

Abstract

The objectives of this research are 1) knowing the influence of services quality to customer satisfaction of Auto 2000 workshop branch Ahmad Yani Palembang. 2) Knowing most influence of quality services and need increasing and maintained to determine the level of customer satisfaction.

Result showed that from a sample of 90 customers who were customer of Toyota users especially customer of Auto 2000 workshop Branch Ahmad Yani Palembang, Then from 5 variables tried are tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy is known that none of 5 variables that have significant effect on customer satisfaction, However in terms of interest and expectations of customer showed that dimension of realibility and responsiveness are dimension that have the priority of needs to be improved service of Auto 2000 workshop branch Ahmad Yani Palembang.

Keyword : Service Quality, Reliability, Responsiveness, and Customer Satisfaction



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia industri otomotif khususnya kendaraan roda empat yang cukup pesat perkembangannya di Indonesia membuat masing-masing pabrikan berusaha untuk memberikan produk yang terbaik yang mampu bersaing dengan produk yang lain, banyak merk yang cukup terkenal di benak konsumen seperti Toyota, Honda, Mitsubishi, Daihatsu dan masih banyak lagi pabrikan-pabrikan otomotif yang ikut meramaikan persaingan industri otomotif di Indonesia dengan meluncurkan produk-produknya.

Dengan banyaknya konsumen kendaraan bermotor khususnya roda empat di Indonesia secara tidak langsung membutuhkan sarana dan prasarana untuk merawat maupun memperbaiki kendaraan mereka, kondisi inilah menimbulkan persaingan yang cukup ketat terutama pada penyedia jasa bengkel baik resmi yang bekerja sama dengan merk-merk tertentu maupun jasa bengkel yang dimiliki perseorangan ataupun kelompok yang saling bersaing mendapatkan konsumen.

Sebagai gambaran tentang perkembangan kendaraan bermotor di Indonesia, dapat dilihat dari peningkatan penjualan kendaraan bermotor roda empat di Indonesia pada tabel 1.1 berikut ini

Tabel 1.1

Tabel Penjualan kendaraan bermotor periode 2005-2009

(sepuluh urutan teratas perusahaan otomotif nasional)

NO	BRAND	2005	2006	2007	2008	2009
1	TOYOTA	182.765	123.703	150.631	211.909	186.687
2	DAIHATSU	48.762	33.021	51.957	78.041	77.513
3	MITSUBISHI	89.158	47.023	61.547	87.524	61.735
4	SUZUKI	87.274	44.760	58.095	73.067	44.689
5	HONDA	53.750	30.000	40.000	52.500	39.570
6	NISSAN	10.551	4.006	19.030	31.879	21.440
7	ISUZU	25.010	16.605	18.270	25.325	15.236
8	HINO	6.145	4.193	8.224	14.227	11.390
9	FORD	5.727	3.515	6.405	7.999	6.348
10	MERCEDEZ BENZ	2.443	914	2.022	2.872	3.450
DOMESTIC MARKET		511.585	307.740	414.159	585.343	468.058

Sumber : <http://www.gaikindo.or.id>, diolah

Dari tabel penjualan kendaraan bermotor di Indonesia, Toyota mampu menduduki posisi teratas perusahaan otomotif nasional, dengan begitu pelayanan pasca pembelian dan layanan purna jual terutama lagi jasa perawatan dan perbaikan maupun penyediaan suku cadang kendaraan akan terus berkembang.

Keberadaan bengkel sepertinya tidak dapat lagi dipisahkan dengan kendaraannya, dimana pelayanan bengkel merupakan suatu faktor utama yang dipertimbangkan konsumen untuk membeli suatu kendaraan, pelayanan jasa bengkel pada bengkel resmi

suatu dealer mobil akan menjadi suatu jaminan terhadap suatu merek mobil tertentu sehingga mobil tersebut diminati oleh pelanggan.

Banyak penyedia jasa perbaikan pada awalnya hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen atas jasa perbaikan yang diberikan, namun ditengah persaingan yang ketat, mengharuskan para penyedia jasa bengkel untuk memberikan kualitas pelayanan yang optimal untuk menciptakan kepuasan konsumen, dengan begitu konsumen juga memiliki pilihan untuk mendapatkan layanan jasa bengkel yang sesuai dengan harapan dan kebutuhannya, sehingga fokus jasa bengkel tidak hanya bagaimana menjawab kebutuhan pelanggan, tetapi juga bagaimana cara penyedia jasa bengkel mampu memberikan jaminan kepuasan bagi para pelanggannya, seperti memberikan pelayanan-pelayanan tambahan yang tidak dimiliki oleh penyedia jasa bengkel lain.

Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1985) dikutip dalam Tjiptono (2002) berhasil mengidentifikasi lima dimensi kualitas jasa, yaitu :

1. Bukti langsung (*tangibles*) adalah fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*) adalah suatu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*) adalah respon atau kesiapan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

4. Jaminan (*assurance*) adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menambahkan kepercayaan konsumen.
5. Perhatian (*emphaty*) adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

Dari dimensi jasa yang dijabarkan diatas, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan sebuah bengkel dapat dilihat dari fasilitas yang disediakan, peralatan bengkel yang digunakan, penampilan pegawai bengkel, jaminan jasa yang diberikan, serta kemampuan bengkel dalam menyelesaikan permasalahan kendaraan konsumen dengan baik, dimensi kualitas pelayanan ini juga yang menjadi alat persaingan antara bengkel-bengkel resmi dan bengkel non-resmi dalam menarik pelanggan.

Auto 2000 merupakan salah satu cabang perusahaan dari PT. Toyota Astra Motor yang bergerak dibagian penjualan dan penyedia jasa servis dan perbaikan resmi kendaraan Toyota, Auto 2000 ini tersebar diseluruh daerah di Indonesia, dari kesemua cabang Auto 2000 ini bertujuan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para pengguna kendaraan Toyota serta kemudahan bagi para pengendara untuk mendapatkan suku cadang yang terjamin keasliannya, sesuai dengan visi Auto 2000 “menjadi dealer otomotif yang terbaik di Indonesia melalui proses dan layanan pelanggan yang bertaraf internasional” (www.auto2000.co.id, diakses tanggal 4 februari 2010).

Toyota Astra Motor selalu beranggapan bahwa kepuasan pelanggan adalah segalanya, dan harus selalu ditingkatkan. ‘*The Best Total Ownership Experience*’ adalah prinsip yang selalu diusung oleh Toyota di tiap lini, mulai dari kantor pusat hingga di setiap dealer Toyota yang tersebar di Indonesia, konsep mereka adalah pelanggan yang

nomor satu, sehingga menjadikan mereka selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan pelayanan secara terus menerus (www..managementfile.com, diakses tanggal 18 Mei 2010).

Salah satu komitmen Auto 2000 dalam rangka meningkatkan pelayanan di wujudkan dalam pemanfaatan teknologi informasi dimana setiap kebutuhan pelanggan tercatat dalam sistem informasi yang dinamakan *Customer Relationship Management*, dengan begitu, setiap kebutuhan konsumen yang berkaitan dengan mobilnya, akan mampu dipenuhi AUTO 2000 sesuai pada saat yang dibutuhkan, teknologi ini membantu tim AUTO 2000 untuk mengingatkan pelanggan kapan mobil setiap pelanggan harus dirawat, waktu berakhirnya masa kredit kendaraan pelanggan, menginformasikan data terbaru mengenai kendaraan dan fasilitas AUTO 2000 lainnya seperti *trade in* (membantu tukar tambah kendaraan lama dengan baru), dan lain-lain.

"Dengan adanya CRM, konsumen tidak perlu kuatir lagi bahwa mobilnya menjadi terabaikan karena kesibukan yang sangat padat, kami akan mengingatkan pada pelanggan, kapan pelanggan mesti melakukan perawatan kendaraan bahkan saatnya untuk memperpanjang STNK" kata Tony H. Supatra, Chief Marketing AUTO 2000(www.toyota.astra.co.id, diakses tanggal 18 Mei 2010).

Walaupun demikian, tujuan yang ingin dicapai oleh Auto 2000 selaku dealer penjualan dan penyedia jasa perbaikan resmi Toyota untuk terus tumbuh dan berkembang dan memberikan pelayanan yang berkesinambungan kepada para pelanggan semakin sulit dicapai, hal ini dapat dilihat dari ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan berupa kekecewaan pembaca harian sriwijaya post terhadap pelayanan

karwayan Auto 2000 Cabang Ahmad Yani Palembang yang mengeluhkan ketidaksopanan karyawan dalam melayani pelanggan (sriwijayapost,2010).

Ada lagi konsumen yang mengeluhkan ketidakberesan kinerja kendaraannya setelah di servis berkala di bengkel Auto 2000, setelah servis, kendaraannya malah ajrut-ajrutan “mobil di-servis malah bukan jadi bener. Malah jadi kebelinger”(www.suarapembaca.detik.com, diakses tanggal 18 Mei 2010).

Dari sekian banyak keluhan yang datang dari konsumen mengenai pelayanan jasa bengkel Auto 2000 didominasi oleh keluhan mengenai ketidakprofesionalan pelayanan karyawan dan juga ketidakmampuan mekanik dalam menyelesaikan masalah kendaraan konsumen, hal ini dapat menyebabkan konsumen pindah ke bengkel non resmi yang lebih berkualitas dibanding dengan bengkel resmi, oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai ” **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Auto 2000 Palembang**“.

1.2 Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa rumusan masalah, yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen bengkel Auto 2000 Cabang Ahmad Yani Palembang ?
2. Variabel-variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen bengkel Auto 2000 Cabang Ahmad Yani Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen bengkel Auto 2000 Cabang Ahmad Yani Palembang.
2. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan manakah yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen bengkel Auto 2000 Cabang Ahmad Yani Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian tersebut ialah :

1. Bagi perusahaan, agar dapat mengetahui dan memperbaiki elemen-elemen kualitas pelayanan manakah yang mempengaruhi kepuasan konsumen bengkel Auto 2000 Cabang Ahmad Yani Palembang.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama waktu perkuliahan dengan kenyataan yang ada.
3. Bagi peneliti lain, dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitzsimmons James A. and Fitzsimmons Mona J,1994, *Service Management for Competitive Advantage*, Mc Graw-Hill Inc.
- Hutabarat, Jemsly, 1995, *Visi Kualitas Jasa, Membahagiakan Pelanggan : Kunci sukses Bisnis jasa*. Usahawan. No. 05. Tahun ke 26. Mei. 14-19. Diambil pada tanggal 4 Maret 2010 dari <http://google.co.id>
- Isdiantoro, Nur dan Bambang Supomo.2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : BPFE
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 1*. Jakarta : Prehallindo
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 2*. Jakarta : Prehallindo
- Lovelock, Christopher H. and Wright, Lauren K, 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks
- Lupiowadi,Rambat.2006.*Manajemen Pemasaran Jasa* edisi ke-2. Jakarta : Salemba 4
- Natalisa, Diah. 2007. *Riset Pemasaran-Konsep dan Aplikasi dalam Penelitian*. Palembang: Percetakan Unsri.
- Pasuraman, A, Zethmal, Valerie, Leonard L. Berry, 1990, *Delivering Quality Service Balancing Customer Perseptions and Expectation*. New York ; The Free Press.
- Parasuraman. A. et al (1982), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research", Journal of Marketing, Vol 49 (fall).
- Puspowarsito. 2008. *Metode Penelitian Organisasi (Dengan Aplikasi Program SPSS)*. Bandung : Penerbit HUMANIORA
- Sekaran, uma, 2006. *Research methods for business (metode penelitian untuk bisnis)* buku 2.edisi keempat, Jakarta : Salemba 4
- Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineka Cipta

Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Umar, husein. 1997. *Metode Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta :
Gramedia pustaka Utama

www.auto2000.co.id, diakses tanggal 3 februari 2010

www.gaikindo.org.id, diakses tanggal 24 januari 2010

www.Sripoku.com, diakses tanggal 5 februari 2010

www.suarapembaca.detik.com, diakses tanggal 18 Mei 2010

www.toyota.astra.co.id, diakses tanggal 18 Mei 2010