PERANAN KUALITAS JASA
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. DAYA ADIRA MUSTIKA BANDUNG

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sidang

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Nama : Diah Wulansari

NIM : 21297027

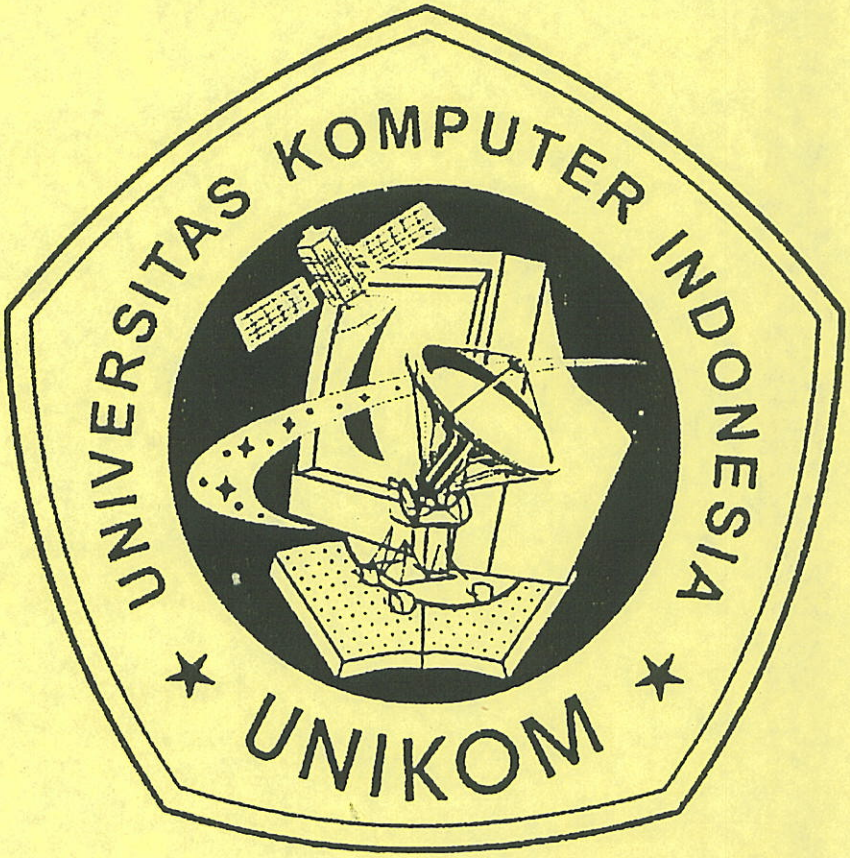
JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2002


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM

PERANAN KUALITAS JASA
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. DAYA ADIRA MUSTIKA BANDUNG

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian sidang
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
Bandung

Menyetujui,

Bandung, 14 Oktober 2002

Pembimbing I	Pembimbing II
(Dra. Tutty S. Martadiredja, M.Si)	(Elvijn May S. Hasibuan, SE., MM)
NIP. 131.124.775	NIP. 4127.34.02009

Mengetahui,

Dekan	Ketua Jurusan
(Prof. Dr. Hj. Ria Ratna Ariawati, M.S., Ak)	(Dra. Tutty S. Martadiredja, M.Si)
NIP. 4127.17.00007	NIP. 131.124.775

PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

Judul	:	**PERANAN KUALITAS JASA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. DAYA ADIRA MUSTIKA**
Nama	:	**Diah Wulansari**
NIM	:	**21297027**
Program Studi	:	**Strata I (S-I)**
Jurusan	:	**Manajemen**
Fakultas	:	**Ekonomi**
Nilai Skripsi	:	**" A "**

Komisi Pembimbing :

Pembimbing I	Pembimbing II
(Dra. Tutty S. Martadiredja, M.Si,)	(Elvijn May S. Hasibuan, SE., MM)
NIP. 131.124.775	NIP.4127.34.02009

Tim Pembahas :

1. Dra. Tutty S. Martadiredja, M.Si., (.....)
   NIP. 131.124.775
2. Elvijn May S. Hasibuan, SE., MM (.....)
   NIP. 4127.34.02009
3. Dra. Umi Narimawati, SE., M.Si., (.....)
   NIP. 132.005.084


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM

MOTTO

" Kalau kamu berbuat baik,
sebetulnya kamu berbuat baik untuk dirimu.
Dan jika kamu berbuat buruk,
berarti kamu berbuat buruk atas dirimu pula "

(Q.S Al Isra 17 : 7)

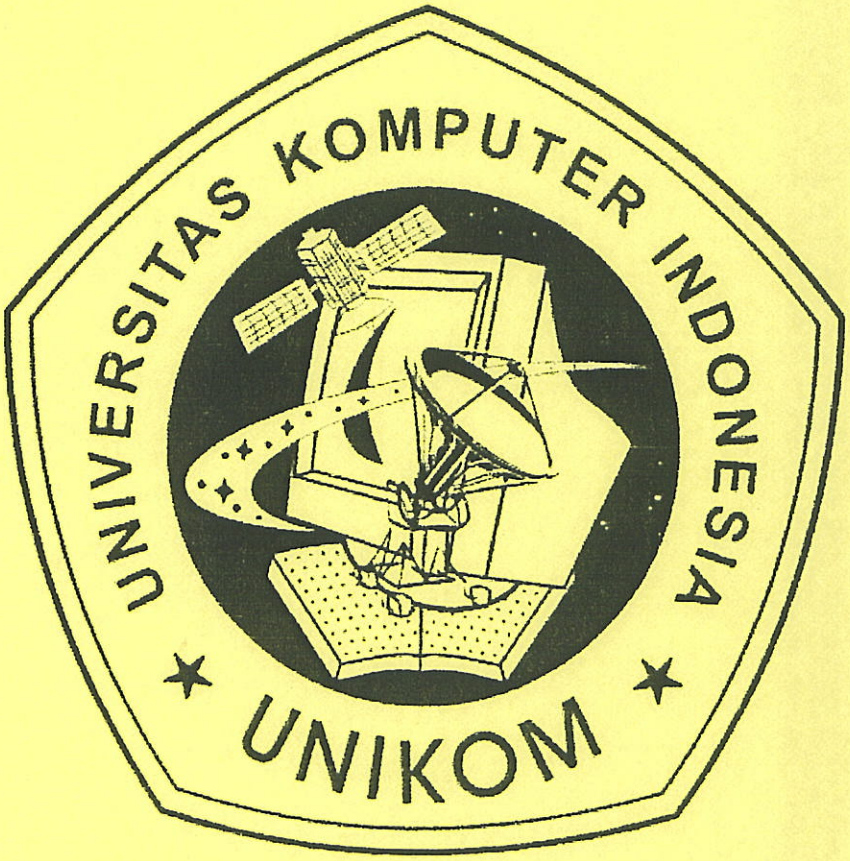
" Bukanlah ilmu itu kemahiran bercerita,
tetapi ilmu itu menimbulkan taqwa kepada Allah"

(H.R. Ibnu Mas'ud)

" The bussines of every art is to bring something into existence "

(Aristotle)

" Kupersembahkan dengan segenap cinta
dan kasih sayang terdalam
untuk kedua orangtuaku:
Suciono Hadi Prasetyo & Yayah Karliah
serta adik-adiku:
Wisnu, Fitri, Fajar dan Ucie "


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM

ABSTRAKSI

" PERANAN KUALITAS JASA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. DAYA ADIRA MUSTIKA BANDUNG "

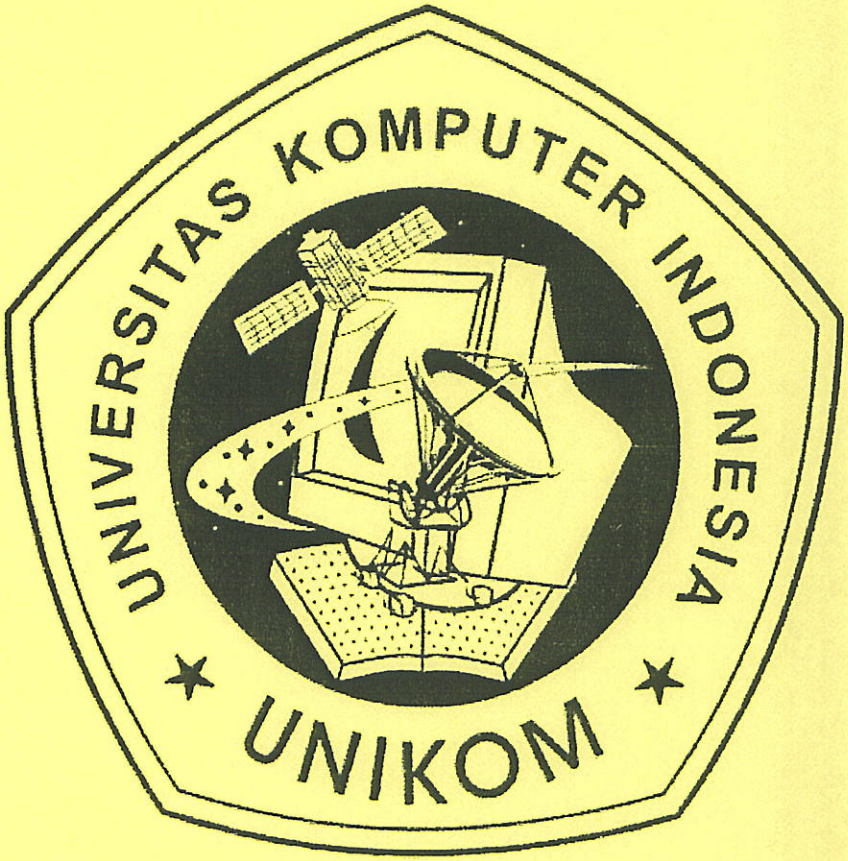
Dalam iklim dunia usaha yang senantiasa berubah, persaingan diantara perusahaan menjadi semakin kompetitif dan pelanggan menjadi pihak yang dianggap penting bagi perusahaan. Pasar yang semakin kompetitif terutama di bidang jasa, telah menjadikan pelanggan lebih selektif terhadap jasa yang dipilih, sehingga perusahaan mulai banyak yang merubah konsep bisnis tradisional ke konsep bisnis yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan.

Salah satu upaya untuk mencapai kepuasan pelanggan tersebut (selain faktor harga dan faktor kualitas produk) adalah faktor kualitas jasa. Kualitas jasa yang baik adalah yang sesuai dengan spesifikasi pelanggan. Dengan terpenuhinya kualitas jasa yang sesuai dengan spesifikasi pelanggan maka akan menciptakan kepuasan pelanggan.

Kualitas jasa adalah nilai relatif produk, standar pelayanan yang diberikan perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Penilaian pelanggan terhadap kualitas jasa ditunjukan pada lima aspek yaitu: *reliability* (keandalan), *responsive* (daya tanggap), *assurance* (keyakinan), *empathy* (empati) dan *tangible* (berwujud). Kepuasan pelanggan adalah perasaan kesenangan atau kekecewaan seorang pelanggan yang diperoleh setelah membandingkan hasil yang dia terima dengan keinginannya. Respon pelanggan tersebut dapat dilihat dari ciri-ciri pelanggan apakah ia puas atau tidak puas.

Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan statistik, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,63. Sedangkan koefisien determinasi diperoleh sebesar 39,7 % yang berarti bahwa kualitas jasa berperan sebanyak 39,7 % dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam pengujian hipotesis, digunakan perhitungan *student* t dan uji dua pihak. Dengan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$ diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_o ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa: kualitas jasa berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T , karena berkat Karunia dan Rahmat yang dilimpahkan oleh Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa adanya hambatan yang berarti.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang, untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Komputer Indonesia. Mudah-mudahan dngan disusunnya skripsi yang berjudul: " **Peranan Kualitas Jasa Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Daya Adira Mustika Bandung** " ini, dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Penulis menyadari adanya kekurangan-kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, mengingat keterbatasan ilmu yang dimiliki oleh penulis. Namun berkat bimbingan dan pengarahan dari kedua dosen pembimbing serta bantuan dari berbagai pihak, terutama PT. Daya Adira Mustika Bandung yang telah memberikan izin penelitian, maka penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menghaturkan terima kasih yang tak terhingga dan rasa cinta terdalam kepada kedua orangtua ananda: *Suciono Hadi Prasetyo* dan *Yayah Karliah* yang senantiasa mendo'akan, memberikan motivasi baik moril maupun materiil serta adik-adikku tersayang: *Wisnu Hadi Brata, Fitriyani, Fajar Wijayanti* dan ' si bungsu ' *Ucie Anjaga*, yang selalu menantikan keberhasilan kakakmu ini.

Selain itu penulis juga menghaturkan banyak terima kasih dan rasa hormat yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Ir. Eddy Suryanto Soegoto, M.Sc, selaku rektor Universitas Komputer Indonesia .
2. Ibu Prof. Dr. Ria Ratna Ariawati, MS., AK, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia .
3. Ibu Dra. Tutty S. Martadiredja, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia , sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak pengarahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Elvijn May Hasibuan, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ir. Julius Faisal, SE, MM, selaku Dosen Wali Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.
6. Para bapak dan ibu Dosen Pengajar UNIKOM yang telah memberikan sumbangan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Bapak Ariawan pada bagian *Human Resource and Developmen*t PT. Daya Adira Mustika Bandung, yang telah banyak membantu dalam perizinan penelitian serta pengumpulan data-data yang diperlukan.
8. Bapak Sukarna selaku Kepala Bengkel Pusat PT. Daya Adira Bandung, yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan survey penelitian.
9. Seluruh staf dan karyawan/i PT. Daya Adira Mustika Bandung, yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan penelitian. Terutama untuk *My best*

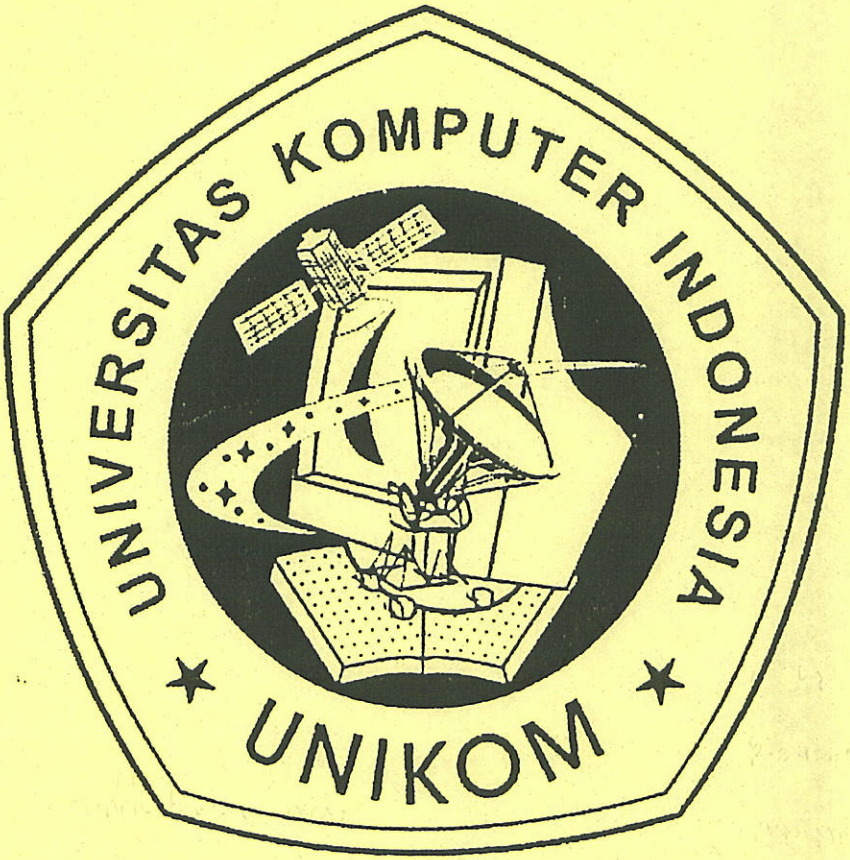
friend ' Eno' , Teh Mira dan Bpk. Asep di Bengkel Daya Adira Cabang Gardujati, terima kasih atas rekomendasi dan informasi yang diberikan.

10. Perpustakaan: UNIKOM, UNPAR, Bank Indonesia beserta staf, yang telah menyediakan banyak referensi untuk penyusunan skripsi ini.
11. Tim BAAK UNIKOM atas bantuan kelancaran administrasi selama perkuliahan sampai dengan sidang.
12. Sobat-sobat terbaikku : Ani Aryani Alandelis, Cristiani 'Abenk' quilera, Yulia Amaliana dan mas Bejo-nya, Heni, Hesti, Maya, Apriani , (*when the time is rough, you give me support, advice and peace of mind... " Big hugs to you guys "*)
13. Barudak ZieF'97 SMAN2 Bdg, dan rekan- rekan mahasiswa di Manajemen Unikom, yang telah memberikan sebuah kisah klasik untuk masa depanku.
14. Keluarga Bpk. KH. Abdul Halim di Kopo, Keluarga Bpk. Drs.Ohim Affandi di Kopo, Keluarga Bpk Iwan, dan Keluarga Ceuceu-nya A Yayan di Banceuy.
15. *Someone at somewhere, whose name can't mentioned (thank's for being my inspiration).*

Akhirnya hanya kepada Allah S.W.T penulis harapkan : " Semoga segenap usaha ini menjadi amal shaleh dan semoga pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dianugerahi ganjaran kebaikan yang berlipat ganda serta kesuksesan dalam hidup dan kehidupan ". Amien.

Bandung, 10 Oktober 2002

Penulis,


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

MOTTO iii

ABSTRAKSI iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah 4

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 4

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian 5

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 6

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran 11

2.2 Konsep Inti Pemasaran 12

2.3 Pengertian Jasa 15

2.3.1 Karakteristik Jasa 15
2.3.2 Klasifikasi jasa 17
2.3.3 Bauran Pemasaran Jasa 19
2.3.4 Jenis-Jenis Pemasaran Dalam Industri Jasa 25
2.4 Pengertian Kualitas 26
2.4.1 Pengendalian Kualitas 27
2.4.2 Model Kualitas Jasa 31
2.4.3 Penentu Kualitas Jasa 33
2.5 Pengertian Kepuasan Pelanggan 35
2.5.1 Manfaat Pelanggan Yang Puas 34
2.5.2 Ciri-Ciri Pelanggan yang Puas
Dan Pelanggan Tidak Puas 36
2.5.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan 40
2.6 Hubungan Kualitas Jasa Dengan Kepuasan Pelanggan 42

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 44
3.2 Metode Penelitian 44
3.2.1 Desain Penelitian 45
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 46
3.2.3 Metode Penarikan Sampel 53
3.2.3.1 Populasi 53
3.2.3.2 Sampel 54

3.2.4 Prosedur Pengumpulan Data 48

3.3 Metode Analisis Dan Rancangan Pengujian Hipotesis..... 57

BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian..... 62

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 62

4.1.2 Sruktur Organisasi 66

4.1.3 Job Description 68

4.2 Pembahasan Penelitian 71

4. 2.1 Analisis Kualitas Jasa 71

4.2.1.1 Reliability (Keandalan) 72

4.2.1.2 Responsive (Daya Tanggap) 74

4.2.1.3 Assurance (Keyakinan) 76

4.2.1.4 Empathy (Empati) 78

4.2.1.5 Tangible (Berwujud) 80

4.2.2 Analisis Kepuasan Pelanggan 82

4.2.2.1 Kesesuaian Harapan Pelanggan

Dengan Kenyataan 82

4.2.2.2 Intensitas Perbaikan

Yang Dilakukan Pelanggan 82

4.2.2.3 Kesetiaan Pelanggan Dalam

Menggunakan Jasa Bengkel..... 83

4.2.2.4 Intensitas Pembelian Produk Pelengkap

(Suku Cadang) oleh Pelanggan 84

4.2.2.5 Pemberian Komentar Yang Baik
Tentang Pelayanan Bengkel 85
4.2.2.6 Pemberian Rekomendasi Oleh Pelanggan
Kepada Orang Lain 86
4.2.2.7 Kepekaan Pelanggan Terhadap Kenaikan
Harga Jasa Bengkel 87
4.2.2.8 Ketertarikan Pelanggan Terhadap Promosi
Yang Ditawarkan Oleh Bengkel Lain 88
4.2.2.9 Intensitas Pengajuan Keluhan
Kepada Bengkel Atau Pihak Lain 89
4.2.2.10 Penghentian Dalam Penggunaan Jasa Bengkel
Dan Beralih Ke Bengkel Lain 89
4.3 Analisis Kualitas Jasa
Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan..... 91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 98
5.2 Saran 100

DAFTAR ISTILAH 101
DAFTAR PUSTAKA 103
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perluasan Bauran Pemasaran Jasa.....24

Tabel 3.1 Penilaian Pelanggan Terhadap 5 Dimensi Kualitas Jasa.....47

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....50

Tabel 4.1 Ketelitian Mekanik Dalam Perbaikan Motor.....73

Tabel 4.2 Ketepatan Waktu Perbaikan Sesuai Dengan Yang Dijanjikan.....74

Tabel 4.3 Kecepatan Waktu Perbaikan.....75

Tabel 4.4 Kesediaan Untuk Melayani/ Menjelaskan Informasi
Yang Dibutuhkan Oleh Pelanggan.....76

Tabel 4.5 Keterampilan Mekanik Dalam Melakukan Perbaikan.....77

Tabel 4.6 Keramahan Dan Kesopanan Karyawan.....77

Tabel 4.7 Perhatian Mekanik dalam Memberikan Saran
Dan Masukan Dalam Pemeliharaan Motor.....78

Tabel 4.8 Kepedulian Karyawan Terhadap Saran
Dan Masukan dari Pelanggan.....79

Tabel 4. 9 Kenyamanan Interior Bengkel
Dan Fasilitas Ruang Tunggu Bengkel.....81

Tabel 4.10 Kelengkapan Peralatan (Mesin)
Dan Perlengkapan (Suku Cadang).....81

Tabel 4.11 Kesesuaian Harapan Pelanggan
Dengan Kenyataan Pelayanan Bengkel.....82

Tabel 4.12 Intensitas Perbaikan Yang Dilakukan Pelanggan.....83

Tabel 4.13 Kesetiaan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Bengkel.....84

Tabel 4.14 Intensitas Pembelian Produk Pelengkap (Suku Cadang)
Oleh Pelanggan.....85
Tabel 4.15 Pemberian Komentar Yang Baik tentang Pelayanan Bengkel.....86
Tabel 4.16 Pemberian Rekomendasi Oleh Pelanggan Kepada Orang Lain.....87
Tabel 4.17 Kepekaan Pelanggan Terhadap Kenaikan Harga Jasa Bengkel.....88
Tabel 4.18 Ketertarikan Pelanggan Terhadap Promosi
Yang Ditawarkan Oleh Bengkel Lain.....88
Tabel 4.19 Intensitas Pengajuan Keluhan Kepada Bengkel Atau Pihak Lain.....89
Tabel 4.20 Penghentian Dalam penggunaan Jasa bengkel
Dan Beralih Ke bengkel Lain.....90
Tabel 4.21 Pengolahan Data Kuisioner.....91
Tabel 4.22 Faktor Koreksi Angka Kembar Variabel X (Kualitas Jasa).....93
Tabel 4.23 Faktor Koreksi Angka Kembar
Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....9

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran.....14

Gambar 2.2 Jenis-Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa.....25

Gambar 2.3 Model Kualitas Jasa.....32

Gambar 2.4 *Benefit of Customer Satisfaction and Service Quality*.....37

Gambar 2.5 *Courses of Action Open to a Dissatisfied Customer*.....40

Gambar 2.6 *Customer Perceptions of Quality and Customer Satisfaction*.....43

Gambar 3.1 Tabel Distribusi *Student* t Uji Dua Pihak
Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....61

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Daya Adira Mustika Group.....66

Gambar 4.2 Analisis Daerah Penerimaan
dan Penolakan Hipotesis Uji Dua Pihak.....97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Penilaian Responden Mengenai Kualitas Jasa Dan Kepuasan Pelanggan

Lampiran 2 : Contoh Lembar Kuisioner

Lampiran 3 : WWW. Daya-Adira. Com

Lampiran 4 : File Komentar (keluhan, saran, pertanyaan, dan permintaan dari pelanggan)

Lampiran 5 : Komunitas Jaringan Layanan Solusi Otomotif

Lampiran 6 : Alur Kerja di Bengkel Honda AHASS

Lampiran 7 : Jaminan Pelayanan 20 Poin Servis

Lampiran 8 : Contoh Kartu Perawatan Berkala

Lampiran 9 : Contoh Gambar Produk-Produk Suku Cadang Honda (Aspira)

Lampiran 10 : Keunggulan Aspira

Lampiran 11 : AHASS (Astra Honda Authorized Service Station)

Lampiran 12 : Tabel Distribusi t