

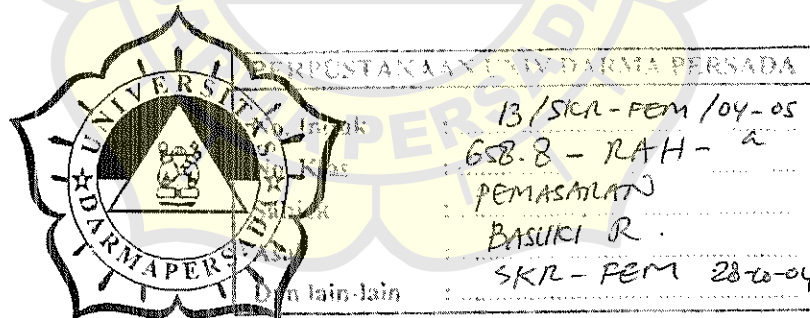
**ANALISIS DAMPAK KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP RESPON KONSUMEN
PADA BENGKEL AUTO 2000 CABANG TEBET**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan Melengkapi Sebagian
dari Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh :

**BASUKI RAHMAT
NIM : 99420006**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2004**

Karya Keniz Magram Kartesius :



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Melantik



Furama

Nama : BASUKI RAHMAT
No. Pokok/NIM : 99420006
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Manajemen Pemasaran
Judul : Analisis Dampak Kualitas Pelayanan
Terhadap Respon Konsumen
Pada Bengkel Auto 2000 Cabang Tebet

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan di hadapan Panitia
Penguji Skripsi Sarjana Pada tanggal ...M. Agustus 2004

Jakarta, Agustus 2004

Mengetahui

Menyetujui

Ketua Jurusan Manajemen

Pembimbing Materi

(Sukardi, SE)

(Drs. Fauzi Baisyir, MM)

Pembimbing Teknis

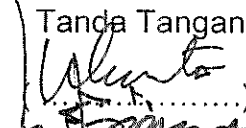

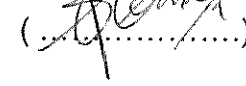
(Sukardi, SE)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : BASUKI RAHMAT
No. Pokok/NIM : 99420006
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Manajemen Pemasaran
Judul : Analisis Dampak Kualitas Pelayanan
Terhadap Respon Konsumen
Pada Bengkel Auto 2000 Cabang Tebet

Telah dikaji, diperiksa dan diujikan di hadapan panitia penguji Skripsi Sarjana dengan hasil **B**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI SARJANA

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	DR. Suharto Rahmat	Ketua	
2.	Drs. Soeroso	Anggota	
3.	Drs. Fauzi Baisyir MM	Anggota	
4.	Anggota	(.....)

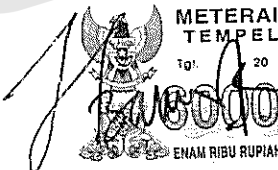
LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **BASUKI RAHMAT**
NIR/NIM : 99420006
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “**Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Respon Konsumen Pada Bengkel Auto 2000 Cabang Tebet**” di bawah bimbingan Fauzi Baisyir, MM, benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengkopi orang lain. Apabila dikemudian hari diketemukan tidak sesuai dengan pernyataan ini saya bersedia mempertanggung jawabkannya.

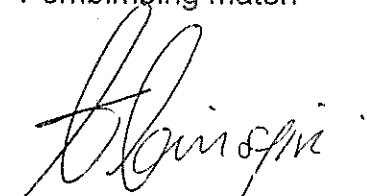
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.


METERAI
TEMPEL
Rp. 20
ENAM RIBU RUPIAH
(**BASUKI RAHMAT**)

ABSTRAK


- (A) BASUKI RAHMAT : 99420006
- (B) Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Respon Konsumen Pada Bengkel Auto 2000 Cabang Tebet
- (C) x + 76 halaman ; 2004
- (D) **Kata Kunci** : Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Respon Konsumen
- (E) **Alasan dan Tujuan Penelitian** : Untuk mengetahui bagaimana respon konsumen terhadap kualitas pelayanan pada bengkel Auto 2000.
Hasil Penelitian : Auto 2000 berupaya memberikan pelayanan-pelayanan yang mendukung pelayanan utama untuk dapat memuaskan pelanggan dan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata dari item pertanyaan yang diajukan mempunyai nilai kepentingan tinggi dan kepuasan yang tinggi.
Kesimpulan dan Saran : Perusahaan sangat memperhatikan nilai kepuasan pelanggan, ini dapat dilihat dari upaya-upayanya dari mulai pelanggan baru datang sampai pulang setelah memperbaiki kendaraanya. Upaya-upaya tersebut telah direspon dengan baik dilihat dari rata-rata nilai kepuasan pelanggan. Kondisi seperti ini harus dipertahankan dan akan lebih baik bila ditingkatkan dengan menambah pelayanan yang sudah ada dan menjaga nilai kepuasan pelayanan paling penting
- (F). Daftar Acuan 10 (1991-2002)

Pembimbing materi



(Drs. Fauzi Baisyir, MM)

Penulis



(Basuki Rahmat)

KATA PENGANTAR

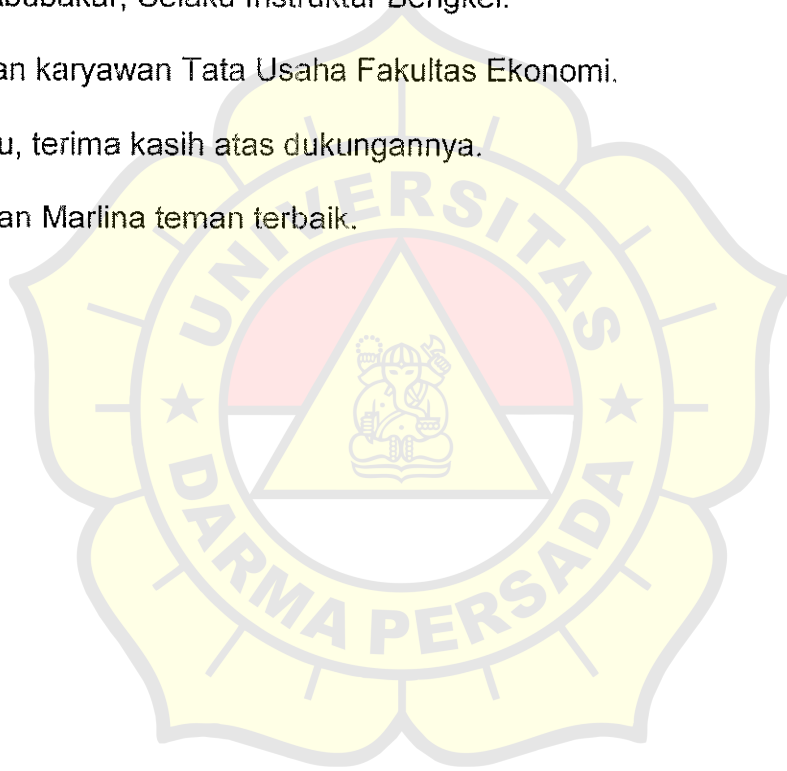
Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat rohani dan jasmani kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik yang diajukan untuk memenuhi syarat ujian sarjana Strata Satu (S1) fakultas jurusan Manajemen Pemasaran pada Universitas Darma Persada Jakarta tepat pada waktunya

Skripsi yang berjudul Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Respon Konsumen bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Bengkel Auto 2000 cabang Tebet.

Penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Shanti Danu Boestaman, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Drs. Rahedi Soegeng, Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Drs. Fauzi Baisyir, MM, Selaku Pembimbing Materi Skripsi yang telah berkenan menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
4. Sukardi, SE, Ketua Jurusan sekaligus Pembimbing Teknis Skripsi.

5. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu sabar dan memberikan dukungan moril dan selalu mengerti keadaan penulis.
6. Dewi Kanah (Istri) yang setia menemani dan Farhan Ramadhan (anak) terima kasih atas tawa canda yang menghibur.
7. Bapak Toto Rubianto, selaku service Manager bengkel Auto 2000 cabang Tebet, terima kasih atas ijinnya untuk malakukan riset.
8. Bapak Dede Abubakar, Selaku Instruktur Bengkel.
9. Semua Staf dan karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi.
10. Kakak-kakakku, terima kasih atas dukungannya.
11. Erich Simon dan Marlina teman terbaik.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	4
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
E. Hipotesis Penelitian	6
F. Metode Penelitian	6
G. Sistematika Penulisan	9
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	12
B. Definisi Jasa	13

C. Karakteristik Jasa	14
D. Macam –macam Jasa	15
E. Pengertian Kualitas	17
F. Perspektif Terhadap Kualitas	20
G. Dimensi Kualitas	21
H. Sumber Kualitas	23
I. Pengukuran Kualitas	23
J. Konsep Pelanggan & Kepuasan pelanggan.....	26
K. Konsep Customer Bonding	27
 BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	30
B. Bagian Utama dan Bidang Usaha Perusahaan	38
C. Bidang Usaha Perbaikan	40
D. Klasifikasi Tenaga Kerja Perbaikan Kendaraan	43
E. Alur Kerja Bengkel	47
 BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN MASALAH	
A. Upaya Auto 2000 dalam Operasional	55
B. Analisis Kepuasan Pelanggan	59
C. Poin-poin yang dianggap penting menurut pelanggan ...	67

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	69
B. Saran	70

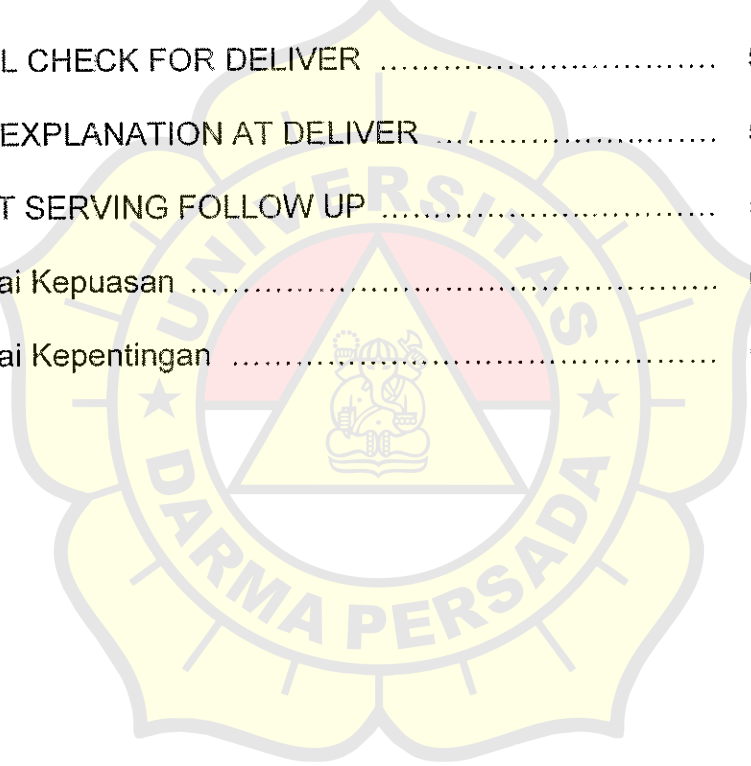
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul tabel	Hal
III-1	Langkah ke-1 APPOINTMENT	50
III-2	Langkah ke-2 RECEPTION	51
III-3	Langkah ke-3 WRITING UP REPAIR NEEDS	52
III-4	Langkah ke-4 MONITORING WORK PROGRESS	53
III-5	Langkah ke-5 FINAL CHECK FOR DELIVER	54
III-6	Langkah ke-6 JOB EXPLANATION AT DELIVER	55
III-7	Langkah ke-7 POST SERVING FOLLOW UP	56
IV-1	Hasil Penelitian/Nilai Kepuasan	63
IV-2	Hasil Penelitian/Nilai Kepentingan	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
III-1	Struktur organisasi kantor cabang Pt. Astra Internasional-Toyota Division 2000/Auto 2000.....	39
III-2	Standar operasi bengkel	57
IV-1	Analisa diagram Kartesius.....	62



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia bisnis di berbagai sektor saat ini mulai meningkat. Usaha-usaha baru ataupun perusahaan-perusahaan baru bermunculan, yang akhirnya membuat persaingan bisnis menjadi sangat tajam.

Disisi lain meningkatnya jumlah penduduk akan memunculkan keanekaragaman permintaan dan penawaran akan produk dan jasa. Kualitas dari permintaan dan penawaran meningkat dan membentuk keseimbangan harga baru, namun kualitas saja tidak cukup dalam menjual suatu produk atau jasa. Kualitas yang baik dan selalu terjaga perlu diperhatikan dalam menjual produk atau jasa.

Dalam persaingan dunia bisnis kualitas harus selalu diperhatikan agar konsumen selalu tetap merasa puas dan tetap mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk atau jasa yang mutunya lebih baik, harga lebih murah, proses pelayanannya lebih baik daripada para pesaingnya.

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan yang nantinya akan menurunkan laba dan bahkan menyebabkan kerugian.

PT. Astra Int'l AUTO 2000 adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif yaitu dalam penjualan, perawatan dan suku cadang kendaraan TOYOTA. Auto 2000 bukanlah satu-satunya perusahaan yang memasarkan produk TOYOTA, masih banyak perusahaan-perusahaan yang lain yang bergerak dalam bidang yang sama dengan Auto 2000. Bahkan perusahaan lain tersebut ada yang jaraknya dekat dengan Auto 2000 mereka akan mudah berpaling ke perusahaan yang lain dengan jarak yang dekat. Karena itu perlakuan yang baik sangatlah penting dalam melayani pelanggan.

Dalam hal ini pengaturan tingkat kepuasan pelanggan harus dilakukan untuk mengetahui atribut apa dari suatu produk atau jasa yang membuat pelanggan tidak puas. Bila sudah diketahui atribut apa yang membuat pelanggan tidak puas diharapkan perusahaan dapat memperbaikinya dengan segera. Untuk penelitian ini penulis mengarahkan pembahasan untuk bidang perawatan mobil saja, karena perawatan mobil adalah suatu bentuk jasa yang hanya bisa dirasakan, tidak berwujud. Proses perawatan mobil bukanlah suatu hal yang

mudah karena inti dari tujuan perawatan mobil adalah menyamakan persepsi pelanggan dengan pihak yang merawat mobil serta persepsi standar spesifikasi dari mobil itu sendiri.

Dalam hal persepsi, pelanggan memiliki persepsi yang lebih banyak dan beragam dibanding persepsi pihak perawat mobil, oleh karena itu tidaklah mudah untuk memuaskan pelanggan. Bahkan adakalanya pelanggan yang mempunyai persepsi tentang mobil diatas persepsi spesifikasi standar mobil itu sendiri

Karena hal tersebut maka penulis mengadakan penelitian tentang kualitas pelayanan yang intinya adalah totalitas daripada bentuk dan karakteristik suatu jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Penulis memilih judul penelitian ini yaitu:

"Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Respon Konsumen. "

B. Perumusan Masalah

Banyaknya persepsi yang timbul pada pelanggan tentang kondisi suatu mobil membuat perusahaan harus berhati-hati dalam melayani pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik harus diberikan kepada pelanggan yang semakin kritis dalam menanggapi pelayanan. Untuk itu perlu diadakan penelitian tentang:

1. Bagaimana sistem pelayanan yang dilakukan oleh bengkel Auto 2000?
2. Bagaimana respon konsumen terhadap pelayanan bengkel Auto 2000 cabang Tebet ?
3. Faktor-faktor apa saja yang penting diperhatikan dalam memuaskan pelanggan?

C. Pembatasan Masalah

1. Pembatasan Masalah

Pembatasan Masalah dimaksudkan untuk membatasi masalah yang akan diteliti agar permasalahan tidak keluar dari pokok bahasan yaitu dampak kualitas pelayanan terhadap respon konsumen.

2. Pembatasan Penelitian

Pembatasan penelitian dimaksudkan untuk membatasi ruang lingkup penelitian sehingga penelitian diharapkan dapat lebih terarah, Batasan penelitian itu meliputi:

- a. Objek penelitian yaitu bengkel Auto 2000 cabang Tebet di Jl. Supomo No. 46 Tebet, Jakarta Selatan yang merupakan bengkel resmi TOYOTA.
- b. Responden adalah pelanggan bengkel Auto 2000 cabang Tebet.

- c. Alat analisa yang digunakan untuk menganalisa dampak kualitas pelayanan terhadap respon konsumen adalah dengan metode diagram Kartesius.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui respon pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh bengkel Auto 2000 cabang Tebet.
- b. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang memberikan kontribusi positif untuk kepuasan pelanggan.
- c. Sebagai suatu pedoman untuk mengarahkan seluruh sistem yang ada dalam organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan pelanggan agar merasa puas.

2. Manfaat Penelitian

Penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat untuk:

- a. Perusahaan, bengkel Auto 2000 dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kinerjanya terhadap pelanggan agar pelanggan merasa puas.
- b. Memberikan informasi kepada pembaca agar mengetahui apa sebenarnya yang diinginkan konsumen bengkel mobil.

- c. Memberikan sumbangan pemikiran untuk memperbanyak wawasan pembaca khususnya dilingkungan Civitas Universitas Darma Persada.

E. Hipotesis Penelitian

Penulis dalam hal ini menarik suatu hipotesis berdasarkan permasalahan dan telaah teori yang relevan bahwa diduga kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat mempengaruhi respon konsumen secara langsung.

F. Metode Penelitian

1. Data dan sumber data

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi, penulis melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Data yang digunakan

Data yang berhubungan dengan pendapat pelanggan tentang pelayanan bengkel Auto 2000.

b. Sumber data

Data primer yang berhubungan dengan permasalahan yang telah dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari bengkel. Data sekunder perusahaan yang berhubungan dengan pokok permasalahan.

2. Metode pengumpulan data

a. Penelitian dengan kuesioner.

Penelitian dilakukan di bengkel dengan cara mengumpulkan kuesioner yang diberikan kepada pelanggan bengkel Auto 2000 selama 10 hari yang tiap harinya 5 kuesioner yang diberikan kepada pelanggan sehingga jumlah kuesioner adalah 50 buah.

b. Penelitian kepustakaan

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan landasan teori yang diperoleh dari buku, literatur dan kumpulan catatan kuliah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3. Teknik analisis data

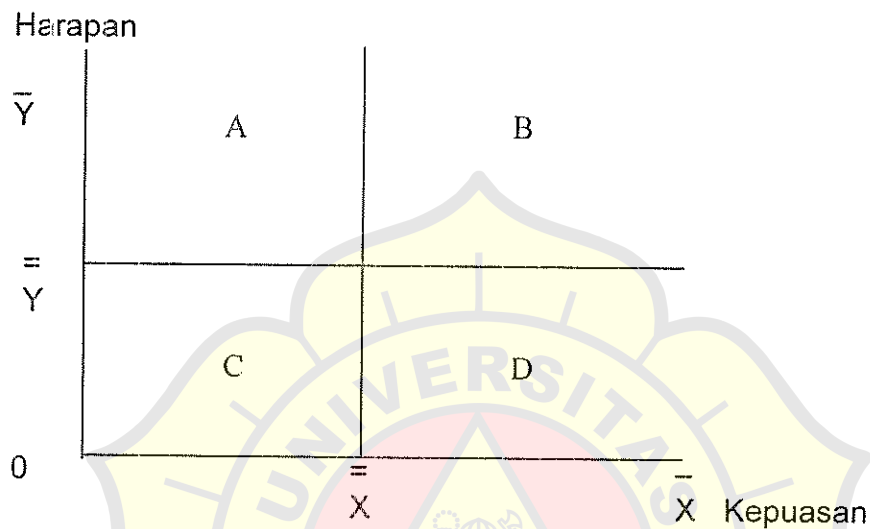
Dalam melakukan analisis terhadap data-data, penulis menggunakan analisa kuantitatif. Alat analisa yang digunakan adalah diagram kartesius (analisa harapan dan kinerja).

Kepuasan konsumen dapat dianalisis dari dua dimensi, yaitu dari harapan-harapan atas sesuatu dan kenyataan-kenyataan yang diterima konsumen. Karena itu hal-hal yang ditanyakan akan terdiri dari dua dimensi.

Data hasil kuesioner tersebut diplot nilainya pada diagram kartesius. Bila berada di kuadran A, B, C, atau D, maka komponen

yang ditanyakan akan memiliki arti masing-masing, seperti dipaparkan berikut ini.

Diagram kartesius



Kuadran A :

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepuasan kepentingan konsumen, atribut-atribut produk berada pada tingkat tinggi, tetapi jika dilihat dari kepuasannya, konsumen merasakan tingkat yang rendah, sehingga konsumen menuntut adanya perbaikan atribut tersebut.

Perusahaan hendaknya melakukan usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang berarti pula bahwa atribut-atribut ini perlu di-manage agar kepuasan konsumen dapat diraih.

Kuadran B :

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk berada pada tingkat tinggi, dan dilihat dari kepuasannya, konsumen merasakan tingkat yang tinggi juga. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat mempertahankan posisinya, karena atribut-atribut inilah yang telah menarik konsumen untuk memanfaatkan produk tersebut.

Kuadran C :

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk kurang dianggap penting, tetapi jika dilihat dari tingkat kepuasan konsumen cukup baik.. Namun konsumen mengabaikan atribut-atribut yang terletak pada posisi ini.

Kuadran D :

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk kurang dianggap penting, tetapi jika dilihat dari tingkat kepuasannya, konsumen merasa sangat puas.

G. Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun atas beberapa bab yang menggambarkan tahapan secara keseluruhan tentang penulisan skripsi yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan mengemukakan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Hipotesis Penelitian, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini akan mengemukakan mengenai Pengertian Pemasaran, Definisi Jasa, Karakteristik Jasa, Macam Jasa, Pengertian Kualitas, Perspektif Terhadap Kualitas, Dimensi Kualitas, Sumber Kualitas, Pengukuran Kualitas, Konsep Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Konsep Customer Bonding.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini akan mengemukakan secara rinci mengenai Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan, Struktur Organisasi dan Manajemen, Bagian Utama dan Bidang Usaha, Bidang Usaha Perbaikan Kendaraan, Klasifikasi Tenaga Kerja Bagian Perbaikan Kendaraan (Service) serta Alur Bengkel Auto 2000.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan secara rinci mengenai analisa deskriptif upaya bengkel dalam operasional, analisa kepuasan pelanggan, nilai Kepentingan dan Nilai Kepuasan, Point-point yang dianggap penting menurut pelanggan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini mengemukakan mengenai Kesimpulan dari penelitian ini dan saran-saran penulis yang ditujukan kepada pihak bengkel Auto 2000.

