

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SALON MOBIL BJ'S AUTO CARE
DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

FERRY FUNGKAS SUPRIYONO

11094835

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SALON MOBIL BJ'S AUTO CARE
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

FERRY FUNGKAS SUPRIYONO

NIM : 11094835

Jurusan : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SALON MOBIL BJ'S AUTO CARE
DI KOTA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

FERRY FUNGKAS SUPRIYONO

11094835

Dalam Ujian Skripsi Program Studi SI Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta



dan dinyatakan DITERIMA Untuk Memenuhi salah satu syarat memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Tanggal **28 MAY 2013**.....

Nama Dosen:

1. **Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si**
2. **Dra. Purwani Retno Andalas, MM**
3. **Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si**

TandaTangan


:

:

29 MAY 2013
Yogyakarta,.....

Disahkan Oleh :

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen



Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SALON MOBIL BJ'S AUTO CARE
DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 16 Mei 2013



FERRY FUNGKAS SUPRIYONO

11094835

MOTTO

”Kehidupan yang besar selalu dimulai dengan impian yang besar“

(David J. Schwartz)

*”Orang sukses adalah orang yang mampu bangkit satu kali lebih banyak
dari jumlah kegagalannya“*

(Billy P.S.Lim)

*”Segala perkara dapat kutanggung didalam Dia yang memberi kekuatan
kepadaku”*

(Filipi 4 : 13)

*”Ja membuat segala sesuatu indah pada waktunya, bahkan Ja
memberikan kekekalan dalam hati mereka”*

(Pengkotbah 3 : 11a)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan Untuk :

1. **Tuhan Yesus Kristus.**
2. *Dosen Pembimbing Bu Ambar Kusuma Astuti, SE, M.Si*
3. *Orang tua saya (Alm. Papah) dan Mama Tercinta.*
4. *Kakak saya, Cie Lita, Cie Mira, Cie Fera, Cie Nova yang selalu setia mendukung saya selalu baik moral dan moril setiap saat.*
5. *Untuk para sahabat dan teman-teman : Silvia, Sheilla, Febbe, Alvin, Zion adit, dan Jeffrey yang selalu menghiburku baik dalam saat senang maupun sedih hingga skripsi ini dapat terselesaikan.*
6. *Untuk teman-teman KCC : Robert, Mimi, Pak Riant, Silvia, Fendy, Yaya, Ricko, Bendot, Erik, Jennie, Natalie, Melly.*
7. *Untuk semua orang yang terlibat yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mendukung selesainya skripsi ini, terima kasih.*
8. *Alamaterku Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul:”ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SALON MOBIL BJ’S AUTO CARE DI YOGYAKARTA” dapat berjalan dengan baik. Penulisan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak sekali mendapat bimbingan, saran, masukan, dan perhatian dari berbagai pihak dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Tuhan Yesus Kristus** yang selalu memberikan penyertaan dan rahmatnya sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu **Ambar Kusuma Astuti, SE, M.Si** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan bantuannya dengan sabar dan baik kepada penulis.
3. Bapak-bapak serta ibu-ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah berjasa mendidik dan memberikan ilmu

kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

4. **Mamah** tercinta atas kerja keras, serta dukungan doa, moral maupun materi selama menempuh bangku perkuliahan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dan kuliah dengan baik.
5. **Cie-cie**(kakak saya) yang selalu memberi semangat dan dorongan kepada penulis.
6. Teman-teman terbaikku : **Silvia, Sheilla, Febbe, Alvin, Zion adit**, dan **Jefrey** yang memberi semangat, masukan dan menghibur pada saat jenuh.
7. Teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
8. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, sehingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa program dan laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian, sehingga suatu saat penulis dapat menciptakan karya yang lebih baik lagi.

Akhir kata, penulis ingin meminta maaf sebesar-besarnya bila ada kesalahan dalam penyusunan laporan maupun yang pernah penulis lakukan sewaktu membuat program Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi kita semua.

Yogyakarta, Mei 2013

Penulis,

Ferry Fungkas Supriyono

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Batasan Masalah	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	10

2.1.1. Pengertian Pemasaran Jasa.....	10
2.2. Karakteristik Jasa.....	12
2.2.1. Pengertian Jasa.....	12
2.2.2. Ciri-ciri Jasa.....	14
2.3. Kualitas Layanan.....	17
2.4. Pelayanan Konsumen.....	19
2.5. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	20
2.5.1. Kepuasan Konsumen.....	22
2.5.2. Hubungan Kualitas Jasa dengan Kepuasan Konsumen.....	25
2.6. Dimensi Kualitas Jasa.....	26
2.7. Pengembangan Hipotesis.....	28
2.7.1. Pengaruh antara Variabel Keandalan (Reliability) terhadap Tingkat Kepuasan.....	28
2.7.2. Pengaruh antara Variabel Empati (Empathy) terhadap Tingkat Kepuasan.....	29
2.7.3. Pengaruh antara Variabel Daya Tanggap (Responsiveness) terhadap Tingkat Kepuasan.....	29
2.7.4. Pengaruh antara Variabel Bukti Langsung (Tangibles) terhadap Tingkat Kepuasan.....	29
2.7.5. Pengaruh antara Variabel Jaminan (Assurance) terhadap Tingkat Kepuasan.....	30
2.7.6. Variabel yang Paling Dominan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care Yogyakarta.....	30

2.8. Dimensionalisasi Variabe.....	30
2.8.1. Dimensionalisasi Variabel Kualitas Layanan.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	32
3.2.1. Jenis Data.....	32
3.2.2. Sumber Data.....	32
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4. Populasi dan Sampel.....	34
3.5. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Instrumen Penelitian.....	35
3.5.1. Uji Validitas.....	35
3.5.2. Uji Reabilitas.....	36
3.6. Metode Analisis.....	37
3.7. Definisi Operasional.....	40

BAB IV ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif.....	42
4.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	43
4.2.1. Analisis Validitas.....	43
4.2.2. Analisis Reliabilitas.....	45
4.3. Analisis Prosentase.....	46
4.3.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46

4.3.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.3.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.3.4. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir...49	
4.3.5. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
4.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.5. Uji Signifikasi Pengaruh Secara Simultan (<i>F-test</i>).....	54
4.6. Uji Signifikasi Pengaruh Secara Parsial (<i>t-Test</i>).....	56
4.7. Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.8. Pembahasan.....	60
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran.....	69
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel4.1.	Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.3.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.4.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.5.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.6.	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir....	49
Tabel 4.7.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
Tabel4.8.	Hasil Analisa Regresi Berganda.....	52
Tabel 4.9.	Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.10.	Hasil Uji t.....	58
Tabel 4.11.	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	60
Tabel 4.12.	Ringkasan Hasil Penelitian.....	61

DAFTAR GAMBAR

2.1. Konsep Kepuasan Konsumen.....	21
2.2. Model Penelitian.....	31

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Jawaban Responden
Lampiran III	Karakteristik Responden
Lampiran IV	Uji Validitas & Uji Reliabilitas
Lampiran V	Tabel R
Lampiran VI	Surat Ijin Penelitian

©UKDW

ABSTRAKSI

Konsumen memiliki alasan tersendiri dalam memilih jasa yang akan dipilih, oleh karena alasan tersebut penting bagi perusahaan untuk mengetahui Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa apa saja yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan competitor. Salon Mobil merupakan jenis usaha atau perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya otomotif. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu Analisis Dimensi Kualitas Jasa yang mempengaruhi terhadap Kepuasan Konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care di Kota Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen dan variabel-variabel independen yaitu Keandalan (reliability), Peduli (empathy), DayaTanggap (responsiveness), Bukti Fisik (tangibles) dan Jaminan (assurance). Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan Analisis kualitatif, Analisis kuantitatif, dan uji hipotesis.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer sejumlah 100 data yang diperoleh dari kuisioner yang di sebar kepada 100 orang yang pernah menggunakan pelayanan jasa di Salon Mobil BJ'S Auto Care ini. Penelitian ini bertujuan mencari dimensi pengaruh apa saja yang mempengaruhi seseorang untuk memilih menggunakan jasa perawatan Salon Mobil ini.

Profil responden terdiri dari: jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan terakhir, dan jumlah pengeluaran per-bulan. Pernyataan mengenai variabel terdiri dari 19 pertanyaan. Melalui karakteristik responden dan pertanyaan yang ada. Maka penelitian ini mendapatkan kesimpulan: Salon Mobil BJ'S Auto Care memiliki total 5 dimensi yang terbentuk dan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terdiri dari 1 dimensi, dan 4 dimensi yang tidak berpengaruh secara signifikan, yaitu dimensi jaminan (assurance) yang berpengaruh dan yang tidak berpengaruh yaitu keandalan (reliability), peduli (empathy), daya tanggap (responsiveness) dan bukti fisik (tangibles).

Kata Kunci : Keandalan, Peduli, Daya Tanggap, Bukti Fisik, Jaminan, Kepuasan Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Melihat di era globalisasi seperti saat ini, persaingan dunia bisnis menjadi semakin ketat karena persaingan bisnis sekarang ini bersifat mendunia sehingga hal tersebut mempengaruhi kondisi perkembangan dunia bisnis. Setiap perusahaan harus mampu melihat keadaan untuk dapat bersaing dan bertahan untuk menghadapi persaingan yang ketat dengan menciptakan suatu peluang bisnis. Kotler (2003:19) mengemukakan bahwa "tujuan pemasaran hendaknya mampu untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan para konsumennya". Mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen atas produk atau jasa merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk menemukan suatu peluang bisnis. Strategi pemasaran yang baik juga dibutuhkan setiap perusahaan untuk mendukung perkembangan bisnis dan demi tercapainya suatu bisnis yang berhasil.

Berbicara mengenai jasa, sektor jasa merupakan sektor yang penting karena setiap produk tidak dapat disampaikan langsung ke konsumen tanpa melalui jasa. Karena bisnis apapun bidangnya dan produk yang dihasilkan pasti diperlukan yang namanya jasa, peranan sektor jasa semakin lama semakin luas dan canggih dalam perkembangannya. Kebutuhan konsumen akan sektor jasa semakin meningkat. Kenyataan tersebut menjadi suatu tantangan bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa untuk lebih mengembangkan usahanya. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis khususnya dalam bidang jasa, setiap perusahaan harus bersaing

untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen.

Bisnis Salon Mobil atau yang sekarang lebih dikenal dengan toko atau jasa dalam perawatan mobil ini merupakan salah satu usaha di bidang jasa yang menguntungkan saat ini. Hal ini dikaitkan dengan keadaan pasar saat ini, bahwa masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga Kebersihan, kenyamanan kesehatan dan juga penampilan pada mobilnya. Baik bagi kaum laki – laki dan perempuan, memperhatikan perawatan dan membersihkan mobil pribadi atau kendaraan yang mereka pakai merupakan suatu hal yang tidak kalah penting terutama dalam menjaga penampilan mereka di depan umum. Karena semakin majunya tehknologi dan semakin canggihnya peralatan yang dipakai dalam bidang apapun, berbicara mengenai masalah untuk perawatan mobil kita kini sudah tidak perlu lagi untuk berpikir panjang dan repot, karena merupakan menjadi suatu kebutuhan yang dipertimbangkan pada masa ini.

Melihat semakin lama, semakin tahun pertumbuhan kendaraan, baik itu motor atau kendaraan beroda dua dan khususnya mobil yang semakin bertambah banyak, bertambah banyak yang tentu saja semakin membuka peluang bisnis yang bisa dikatakan sangat menggiurkan dengan segmentasi untuk usaha bisnis salon mobil ini. Karena dengan kondisi cuaca dan iklim yang tidak menentu ini tentu akan berpengaruh juga kepada kondisi fisik dari kendaraan khususnya mobil yang kita pakai dalam berpergian, tidak heran jika belum lama ini dan hingga sekarang sudah mulai membuming bahwa banyak orang yang mulai memperhatikan penampilan dan perawatan pada mobil yang mereka pakai. Selain itu juga tidak hanya pada kaum laki

– laki saja yang memperhatikan kondisi dan penampilan pada kendaraan mereka, tetapi juga pada perempuan yang tidak kalah dalam memperhatikan kondisi dan penampilan pada kendaraan mobil yang mereka pakai.

Melihat situasi persaingan pada bisnis salon mobil auto care ini, perusahaan membutuhkan usaha yang keras untuk menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja perusahaan untuk mendapatkan calon konsumen dan mempertahankan konsumen yang ada. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan konsumen untuk melakukan penggunaan ulang jasa perusahaan. Kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan sebagai acuan untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya salon mobil BJ'S auto care harus memenuhi 5 dimensi kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan kepuasan konsumen yang kemudian loyal terhadap perusahaan. Menurut Tjiptono (2006 :69), terdapat lima dimensi utama yaitu *reliability* (kehandalan), *empathy* (peduli), *responsiveness* (cepat tanggap), *tangible* (bukti fisik), dan *assurance* (jaminan).

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti "Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care di Kota Yogyakarta". Adapun sub tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh dimensi kualitas jasa yang ditinjau dari faktor internal dan eksternal BJ'S Auto Care terhadap kepuasan konsumennya.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat kenyataan tersebut maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah variabel keandalan (*realibility*), peduli (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangible*), dan jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care ?
- b. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen di Salon Mobil BJ'S Auto Care ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keandalan (*realibility*), peduli (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangible*), dan jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Salon Mobil BJ'S Auto Care.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel yang berpengaruh dominan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Salon Mobil BJ'S Auto Care.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi penulis

Untuk menerapkan teori di bidang manajemen pemasaran yang telah diperoleh selama studi di perguruan tinggi dan juga untuk memenuhi syarat akademik dalam meraih gelar sarjana.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan pertimbangan yang berguna bagi Salon Mobil BJ'S Auto Care dalam menentukan strategi yang efektif untuk meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan serta dapat mencapai hasil sesuai dengan tujuan perusahaan visi dan misi perusahaan.

c. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan bahan pustaka bagi penulis dan pihak yang ingin melakukan penelitian lanjutan tentang topik dan masalah yang sejenis di masa yang akan datang.

1.5 Batasan Masalah

Agar permasalahan penelitian tidak terlalu luas dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut:

- a. Obyek penelitian yang dianalisis adalah Salon Mobil BJ'S Auto Care yang beralamat di jalan jendral sudirman no.59 Yogyakarta
- b. Penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta.
- c. Responden yang diteliti adalah 100 orang yang pernah menggunakan jasa perawatan mobil diSalon Mobil BJ'S Auto Care di Jalan jendral sudirman no.59 Yogyakarta
- d. Data yang diteliti :

3.1 Profil responden

a. Jenis Kelamin :

1. Pria
2. Wanita

b. Usia Responden :

1. < 20 tahun
2. \geq 20 - 30 tahun
3. \geq 30 - 40 tahun
4. > 40 tahun

c. Pekerjaan :

1. Pelajar
2. Mahasiswa
3. Wiraswasta
4. Pegawai negeri atau pegawai swasta
5. Ibu rumah tangga
6. Lain-lain

d. Tingkat pendidikan terakhir anda ?

- a. SLTP
- b. SMA / SMK
- c. D3
- d. S1
- e. Lain-lain.....

e. Pendapatan :

- 1. < Rp 500.000,00 per bulan
- 2. ≥ Rp 500.000,00 – Rp 1.000.000,00 perbulan
- 3. ≥ Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00 perbulan
- 4. ≥ Rp 1.500.000,00 – Rp 2.000.000,00 perbulan
- 5. > Rp 2.000.000,00 per bulan

3.1 Atribut yang diteliti :

a. Reliabilitas (*reliability*)

Reliabilitas atau kehandalan, yaitu kemampuan perusahaan / Salon Mobil BJ'S Auto Care untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan konsumen, berarti kinerja yang tepat waktu,

pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi.

b. Empati (*empathy*)

Empati, yaitu memberikan perhatian, tulus, dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan / konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

c. Daya tanggap (*responsiveness*)

Responsiveness atau ketanggapan, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada konsumen, dengan cara menyampaikan informasi yang jelas. Memberikan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas, tentu akan menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas jasa.

d. Bukti fisik (*tangibles*)

Bukti fisik atau *tangibles*, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan

lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari konsumen yang diberikan oleh pemberi jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, fasilitas fisik dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.

e. Jaminan (*assurance*)

Jaminan atau *assurance* atau kepastian, yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan / Salon Mobil BJ'S auto Care untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan atau konsumen kepada perusahaan. Terdiri atas komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

Bab V ini merupakan simpulan akhir dan saran hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Berdasarkan alat dan metode analisis yang dilakukan yaitu Analisis Prosentase, Analisis Linear Regresi Berganda, Uji t-test, Uji F-test, Koefisien determinasi.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care di Kota Yogyakarta, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis prosentase data profil responden, maka dapat diketahui bahwa :
 - a. Menurut hasil analisis prosentase profil responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden dalam penelitian ini adalah konsumen berjenis kelamin Laki-laki dengan prosentase 82%. Hal ini terjadi karena pada umumnya yang melakukan perawatan mobil pada kendaraan mereka adalah laki-laki.
 - b. Menurut hasil analisis prosentase profil responden berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden dalam penelitian ini adalah konsumen berusia 20-30 tahun dengan prosentase sebesar 48%.

- c. Menurut hasil analisis prosentase profil responden berdasarkan pekerjaan, dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dengan prosentase sebesar 47 %.
- d. Menurut hasil analisis prosentase profil responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden dalam penelitian ini adalah konsumen dengan tingkat pendidikan terakhir S1 dengan prosentase sebesar 48 %.
- e. Menurut hasil analisis prosentase profil responden berdasarkan pendapatan per bulan, dapat diketahui bahwa mayoritas dari responden dalam penelitian ini adalah konsumen dengan pendapatan per bulan Rp 1.500.000,00 – Rp 2.000.000,00 dengan prosentase sebesar 44 %. Hal ini mungkin berkaitan dengan mayoritas responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta.

2. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diketahui bahwa :

Dari hasil analisis regresi berganda ini, Uji t-Test menunjukkan bahwa lima dimensi secara keseluruhan, dan empat dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *reliability, empathy responsiveness, tangible* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care Yogyakarta, sedangkan pada dimensi *assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care Yogyakarta.

Hal ini dapat diketahui dari nilai probabilitas tidak signifikansi untuk keempat dimensi ini lebih besar dari 0,05 ($\alpha=0,05$) yaitu *reliability* dengan nilai 0,473, *empati* dengan nilai 0,113, *responsiveness* dengan nilai 0,636 dan *tangibles* dengan nilai 0,530. Sedangkan probabilitas signifikan untuk *assurance* dengan nilai 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=0,05$) sehingga dinyatakan signifikan.

Sedangkan untuk hasil uji F-Test, dapat diketahui bahwa variabel bebas (*independent*) berupa *reliability*, *empathy*, *responsiveness*, *tangibles* dan *assurance* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care Yogyakarta yang merupakan variabel terikat (*dependent*).

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, maka dapat diketahui bahwa variabel dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* yang merupakan variabel bebas dalam model regresi penelitian memiliki prosentase keberpengaruhan yang cukup rendah yaitu sebesar 27,3 % terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh cukup rendah karena memiliki nilai pengaruh kurang dari 50 %.

5.2 Saran

Berdasarkan dari beberapa kesimpulan di atas, penulis akan menyampaikan saran dan masukan yang diharapkan dapat berguna untuk

meningkatkan kualitas pelayanan dan peningkatan kinerja bagi Salon Mobil BJ'S Auto Care Yogyakarta agar menjadi lebih baik. Beberapa saran dan masukan yang dapat disampaikan, adalah sebagai berikut :

1. Variabel *Reliability* dalam hasil penelitian yang dilakukan untuk probabilitas signifikansi pada variabel *reliability* sebesar 0,473 sehingga variabel *reliability tidak* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care di Yogyakarta . Variabel *reliability* yang dimaksud adalah dua hal pokok mengenai konsistensi kerja dan kemampuan perusahaan untuk dapat diandalkan. Variabel *reliability* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Salon mobil BJ'S Auto Care Yogyakarta disebabkan karena *reliability* yang menggambarkan apa yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap Salon mobil BJ'S Auto Care Yogyakarta berbeda-beda, jadi sebaiknya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan pada dimensi *reliability* ini adalah terus dilakukan evaluasi dan peningkatan kinerja yang lebih baik lagi khususnya pada sistem dan manajemen perusahaan ini demi terciptanya kepuasan konsumen.
2. Variabel *Empathy* dalam hasil penelitian pada variabel *empathy* memiliki probabilitas signifikansi sebesar 0,113 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care di Yogyakarta, karena probabilitas 0,113 lebih besar dari 0,050. Salon Mobil BJ'S Auto Care dalam memberikan pelayanan, membutuhkan interaksi yang baik dengan pelanggan. Karena produk yang

berupa pelayanan atau jasa lebih membutuhkan penjelasan yang lebih mendalam dibandingkan barang terutama jenis pelayanan atau perawatan serta produk yang diberikan oleh Salon Mobil BJ'S Auto Care kepada konsumennya. Jadi sebaiknya perusahaan selain terus melakukan evaluasi perusahaan juga perlu meningkatkan dan menjaga relasi dengan para konsumen (memberikan perhatian atau pemahaman secara pribadi kepada konsumen) karena dengan variabel *empathy* yang berkualitas baik, hal ini akan mempermudah Salon Mobil BJ'S Auto Care dalam menyampaikan informasi serta memperoleh kritik dan saran yang membangun dari konsumen.

3. Variabel *Responsiveness* dalam hasil penelitian yang telah dilakukan, dicapai hasil pada variabel *responsiveness* memiliki probabilitas signifikansi sebesar 0,636 sehingga variabel *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care di Yogyakarta, karena probabilitas 0,636 lebih besar dari 0,050. Konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care menganggap variabel *responsiveness* ini sebagai variabel yang penting dalam bisnis perawatan mobil, karena perusahaan ini bergerak dibidang jasa. Dalam penelitian ini, dimana dimensi kualitas *responsiveness* ini meliputi kemauan dan kesiapan karyawan dan staff perusahaan dalam menanggapi keluhan konsumen, menanggapi pertanyaan pelanggan dan kecepatan perusahaan dalam memberikan pelayanan (proses pendaftaran dan perawatan). Saran yang perlu dilakukan adalah sebaiknya Salon Mobil BJ'S Auto Care, memiliki front-line staf atau karyawan yang khusus melayani (suara

konsumen) ketika konsumen datang yang bertugas untuk menanggapi keluhan konsumen, memberikan solusi dan penjelasan yang dapat menjawab keluhan dan pertanyaan pelanggan sehingga konsumen merasa lebih dihargai.

4. Variabel *Tangibles* dalam hasil penelitian pada variabel ini memiliki probabilitas signifikansi sebesar 0,530 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care di Yogyakarta. Jasa merupakan kinerja yang tidak dapat dilihat wujudnya sebagaimana halnya produk yang berupa barang, maka konsumen tentunya cenderung lebih memperhatikan dimensi *tangibles* (bukti fisik) yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Banyak konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care yang merasa kurang nyaman dan tidak puas karena peralatan dan perlengkapan yang disediakan tidak dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan dari konsumen. Banyak konsumen memberikan penilaian yang kurang baik terhadap variabel ini, jadi sebaiknya yang perlu dilakukan oleh Salon Mobil BJ'S Auto Care dapat menambah peralatan yang dibutuhkan apabila perusahaan dalam kondisi yang memungkinkan dan juga solusi lainnya adalah dengan memberikan batas kapasitas maksimal konsumen yang melakukan perawatan pada jangka waktu tertentu sehingga lebih menjamin kepada kepuasan konsumen.
5. Variabel *Assurance* dalam hasil penelitian probabilitas signifikansi pada variabel *assurance* sebesar 0,000 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel

assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care di Yogyakarta. Dimensi *assurance* yang diberikan oleh Salon Mobil BJ'S Auto Care mencakup pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan yang harus dimiliki karyawan dan staffnya. Variabel *assurance* merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam pemasaran jasa karena dibutuhkan untuk membangun image suatu perusahaan jasa dan juga dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para konsumennya. Kondisi seperti inilah yang perlu terus dipertahankan bahkan terus ditingkatkan menjadi lebih baik lagi, agar terciptanya kepuasan pada konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mungkin berpengaruh terhadap hasil yang diperoleh, yaitu sebagai berikut :

- a. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sangat terbatas karena hanya berjumlah 100 orang responden, sehingga memungkinkan terjadinya hasil yang kurang tepat dan biasa karena responden kurang mewakili jumlah konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care Yogyakarta.
- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *reliability*, *empathy*, *responsiveness*, *tangibles* dan *assurance*. Dimana masih terdapat variabel-variabel lain yang diduga mampu mempengaruhi kepuasan konsumen Salon Mobil BJ'S Auto Care Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Arief, 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit : PT. Indeks, Jakarta
- Aritonang, Lerbin R.2005, *Kepuasan Konsumen, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*, edisi pertama, Penerbit : Gramedia Pustaka utama Jakarta.
- Barata, 2004, *Pemasaran jasa (the essence of Service Marketing)*, Terjemahan Fandy Tjiptono, edisi pertama, cetakan pertama, penerbit : Andi, Yogyakarta
- Ghozali, 2006. *Perilaku Konsumen – Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta
- Go Bookee, 2012, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Haspari Palembang*, (Online), (<http://www.getbookee.org/pemasaran-jasa-tjiptono/>, diakses mei 2012).
- Huriyati, 2005, *Mengukur Kepuasan Pelanggan (Terjemahan)*, Pusat Pengembangan Manajemen, Jakarta.
- John C.Mowel, Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, Edisi kelima, Jilid kedua, Penerbit: Erlangga, Jakarta
- Josee Bloemer, Walton, and Tse 1998, *Cutomer Satisfaction in a Service*, penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler Phillip dan Gary Armstrong, 2002, *DDP Principles of Marketing 7e*, Penerbit : Prenhallindo, Jakarta

Kotler Phillip dan Gary Armstrong, 2004, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, jilid dua, edisi keduabelas, Penerbit : Erlangga, Jakarta

Kotler, Philip, 1999, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, edisi 12 Penerbit : PT. Indeks, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi pertama, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta

Subroto, Nasution, M.N. 2001. *Manajemen Jasa*, edisi revisi, penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta

Tjiptono Fandy, 2005, *Pemasaran jasa*, Penerbit : Bayu Media Publising, Bandung

Umar, Husen, 2005. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Mutu Layanan Jasa Lembaga Pendidikan Musik Farabi Bogor*. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

Vidya, 2012, *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK, Cabang Ahmad Yani Makasar*, (Online), (<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/2087/Skripsi%20Vidya%20Asnita%20Muchlis.pdf?sequence=1>), diakses Juli 2012).

Zeithaml, Valerie A., Bitner, Mary Jo. 2006, *Service marketing*, penerbit : Mc. Graw Hill, New York.