ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PEMAKAI SEPEDA MOTOR KAWASAKI DALAM MENGGUNAKAN PELAYANAN JASA BENGKEL PT.SUMBER BUANA MOTOR KAWASAKI CABANG YOGYAKARTA

Nama	:	Damar Wendo
No Mahasiswa	:	01311581
Jurusan	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Pemasaran

Yogyakarta, Maret 2006

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

(Sri Hardjanti, Dra,Hj,MM)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecilku ini kepada :

- Kedua Orang tuaku tercinta sebagai tanda baktiku bagi Babe dan Mbuk yang senantiasa mencurahkan cinta kasih dan Do'anya untukku.
- Untuk kakak dan adikku tercinta Lia dan Utie yang memberikan Semangat, Keceriaan dan Kritikan.
- Santi Oktaviani yang telah sabar, penuh pengertian, setia dan telah banyak, meringankan langkahku dalam suka dan duka.

ABSTRAKSI

Pertumbuhan dan perkembangan riset dan teknologi yang terjadi sangat pesat di Indonesia saat ini memunculkan pertumbuhan di bidang usaha dan salah satu potensi yang dapat dimunculkan adalah pendirian usaha pelayanan jasa bengkel. Peranan konsumen sangat penting dalam menentukkan masa depan perusahaan untuk itu perusahaan dapat memberikan pelayanan yang terbaik agar kepuasan konsumen tercapai.

Metode Analisis yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah analisis tingkat perbedaan *(Gap)* dan diagram kartesius. Sampel yang diambil sebagai responden adalah pelanggan yang menggunakan pelayanan jasa bengkel PT. Sumber Buana Motor Kawasaki Cabang Yogyakarta.

Dari penelitian yang telah dilakukan, mayoritas tingkat pendidikan responden adalah akademi atau perguruan tinggi dan responden bekerja sebagai pegawai negeri atau karyawan swasta. Secara keseluruhan rata-rata gap sebesar -0.28 artinya harapan konsumen atas kinerja pada jasa bengkel PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta belum terpenuhi. Tingkat kepuasan konsumen tertinggi adalah pada dimensi emphaty, dimensi yang perlu diprioritaskan atau diperbarui adalah dimensi tangible, reliability, responsiveness, dan assurance. Oleh karena itu Bengkel Kawasaki PT. Sumber Buana Motor Cabang Yogyakarta harus meningkatkan kinerjanya pada dimensi-dimensi tersebut agar kepuasan konsumen tercapai.

Saran ditujukan sebagai bahan pertimbangan pihak bengkel untuk melakukan upaya apa saja yang perlu dipertahankan atau diperbaiki sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya dan bahkan dapat merebut konsumen pesaing.

1. Drs.Asmai Ishak, M. Bus, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Drs.Hj.MM. Sri Hardjanti , selaku dosen pembimbing atas arahan dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Babe Dan Mbuk, atas semua cinta, kasih sayang, serta doa yang selalu menyertai dan juga atas semua nasehat yang selalu menjadi pegangan untuk tetap lurus dan terus berjuang dalam menghadapi segala sesuatu yang telah/akan terjadi.
4. Mbah Putri Suharti, Om Marno, Om Hari ,Bule' Erni, Bule' Marni, Makasih Sumbangsihnya baik materil maupun moril.Thank's a Lot.
5. Kakakku tercinta Lia , Adekku Utie Anik, Andri. Thank's For Everything .Support Kalian sangat berarti untukku.
6. My Lovely Gembul & Beautiful One Anti, I Love You This Much!!Terima kasih Perhatian, Kasih sayang dan Motivasinya. Perjuanganku ini adalah untuk kita berdua .
7. Anak-anak Kost Jihad Putra 129 B Kang Joe-joe, Mantos,Bang Jaya, Mas Sulak, Prasetyo, Untung Once, Hanif, Andri Ninja, Wide Mazda, Juanda , Nunu',Oo', Ade, Tutus, Anto.
8. My G-Side, Lek No Agbas, Ambon Ndandung Tralala, Danang Jadi Mbantul, Ade Nda-bild, Lulu Syekh Udin, Mbox Ma'nun, Passive Karnita, Pak Gali Tukiyo, Admar Jalenk, Andi Jihad, Mila, Eka Unyil, . Ika Emes, and Suci. Thank for everything, You all my sunshine!

1. Drs.Asmai Ishak, M. Bus, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Drs.Hj.MM. Sri Hardjanti., selaku dosen pembimbing atas arahan dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Babe Dan Mbuk, atas semua cinta, kasih sayang, serta doa yang selalu menyertai dan juga atas semua nasehat yang selalu menjadi pegangan untuk tetap lurus dan terus berjuang dalam menghadapi segala sesuatu yang telah/akan terjadi.
4. Mbah Putri Suharti, Om Marno, Om Hari ,Bule' Erni, Bule' Marni, Makasih Sumbangsihnya baik materil maupun moril.Thank's a Lot.
5. Kakakku tercinta Lia , Adekku Utie Anik, Andri. Thank's For Everything .Support Kalian sangat berarti untukku.
6. My Lovely Gembul & Beautiful One Anti, I Love You This Much!!Terima kasih Perhatian, Kasih sayang dan Motivasinya. Perjuanganku ini adalah untuk kita berdua .
7. Anak-anak Kost Jihad Putra 129 B Kang Joe-joe, Mantos,Bang Jaya, Mas Sulak, Prasetyo, Untung Once, Hanif, Andri Ninja, Wide Mazda, Juanda , Nunu',Oo', Ade, Tutus, Anto.
8. My G~Side, Lek No Agbas, Ambon Ndandung Tralala, Danang Jadi Mbantul, Ade Nda-bild, Lulu Syekh Udin, Mbox Ma'nun, Passive Karnita, Pak Gali Tukiyo, Admar Jalenk, Andi Jihad, Mila, Eka Unyil, . Ika Emes, and Suci. Thank for everything, You all my sunshine!

1.4. Manfaat Penelitian 6

BAB II KAJIAN PUSTAKA 7

2.1. Landasan Teori 7

2.1.1. Pengertian Pemasaran dan Definisi Pemasaran 7

2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran 9

2.1.3 Pengertian Konsep 11

2.1.4 Strategi Pemasaran 11

2.1.5 Pengertian Perilaku Pemasaran 13

2.1.6 Faktor-faktor Lingkungan Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 15

2.1.6.1 Faktor-faktor Lingkungan Ekstern Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 15

2.1.6.2 Faktor-faktor Lingkungan Intern Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 18

2.1.7 Produk Dan Jasa 20

2.1.7.1 Konsep Produk Dan Jasa 20

2.1.7.2 Konsep Karakteristik Jasa 21

2.1.7.3 Penawaran Jasa 22

2.1.7.4 Klasifikasi Jasa 24

2.1.7.5 Strategi Pemasaran Jasa 26

2.1.7.6. Kualitas Jasa 32

1.4 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan secara keseluruhan yang dirasakan konsumen pemakai sepeda motor Kawasaki setelah menerima pelayanan jasa bengkel Kawasaki PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta.
3. Untuk Mengetahui dimensi yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pemakai sepeda motor Kawasaki pengguna jasa bengkel Kawasaki PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Dengan mengetahui pemecahan masalah maka akan diperoleh beberapa manfaat, antara lain :

1 Bagi penulis adalah untuk mengaktualisasikan teori-teori yang telah didapat selama dibangku kuliah dengan kondisi riil dilapangan.
2. Bagi perusahaan penelitiaan ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang kepuasan konsumen pengguna jasa bengkel tersebut sebagai pedoman untuk meningkatkan mutu pelayanan.
3. Bagi pihak lain hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan bacaan untuk menambah pengetahuan dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penelitian yang berhubungan dengan pemasaran.

2.1.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara pada suatu masalah penelitian, dirumuskan berdasarkan pernyataan yang dapat menjelaskan hubungan antara dua perubahaan atau lebih.

Dalam penelitian ini akan diajukan berupa anggapan sementara yang berfungsi sebagai pedoman untuk mempermudah jalannya penelitian. yakni :

1. konsumen telah puas atas hasil yang dirasakan sebagai pengguna jasa pelayanan bengkel PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta.
2. Dimensi bukti langsung *(Tangible)* meliputi fasilitas fisik pendukung pelayanan bengkel dan kelengkapan bengkel paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa pelayanan pada bengkel PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta.

12. Dealer Division Manager.

- Bertugas mengatur dan mengawasi setiap aktivitas operasional dealer dalam pengadaan barang berupa motor dan sparepart yang dibutuhkan perusahaan untuk menjalankan kegiatan usahanya.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen yang merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan konsumen terhadap pelayanan jasa bengkel PT. Sumber Buana Motor Kawasaki Yogyakarta yang meliputi :

a) Bukti Lansung / Tangible

Meliputi tampilan fisik yang berupa produk dan jasa, serta penampilan pegawai dan sarana komunikasi yang akan menarik pelanggan dengan tersedianya fasilitas dan pelayanan secara lebih baik.

Indikator dimensi Bukti langsung adalah :

1. fasilitas fisik pendukung pelayanan bengkel.
2. kelengkapan bengkel.

b) Keandalan / Reliability

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang berkualitas dan profesional sangat dibutuhkan perusahaan agar memberikan rasa puas dalam diri pelanggan melalui komunikasi pemasaran :

tertentu. Maksudnya bahwa diambil dari konsumen yang kebetulan ditemui dibengkel PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta. Adapun untuk menentukan sampelnya memakai rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

d = Nilai presisi dalam penelitian ini digunakan 10 % (0,1) dengan derajat kepercayaan 90 %.

Dengan asumsi sementara jumlah pelanggan yang menggunakan pelayanan jasa bengkel PT. Sumber Buana Motor pada tahun 2006 sebanyak 500 pelanggan. Maka perhitungan jumlah sampel adalah:

$$n = \frac{500}{500(0,1)^2 + 1}$$

$$= 83,33$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel adalah 83,33. Dengan menambah jumlah sampel 10 % dari sampel minimal maka jumlah sampel yang diambil 105 sampel.

karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan standar rata-rata kinerja,walaupun adanya kepentingan konsumen yang lebih tinggi dari kinerja perusahaan.

- Mempengaruhi kepuasan konsumen dinilai masih dianggap kurang penting oleh konsumen, sehingga prioritas pelaksanaan oleh perusahaan dilaksanakan biasa saja.
- Konsumen dinilai tidak terlalu penting bagi perusahaan ,tetapi pelaksanaannya dilakukan terlalu berlebihan, akibatnya akan menjadi mahal dan pemborosan. Oleh karena itu lebih baik menitikberatkan faktor-faktor lainnya yang lebih penting yang membutuhkan penanganan secepatnya.

pekerjaan yang lain yaitu pedagang/wiraswasta sebesar 36,2 persen (38 orang), dan responden yang memiliki pekerjaan pelajar / mahasiswa sebanyak 24 orang atau 22,9%.

Kenyataan ini berarti jenis pekerjaan konsumen yang menggunakan jasa di Bengkel PT. Sumber Buana Motor Kawasaki Cabang Yogyakarta adalah pegawai negeri / karyawan swasta. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pengguna jasa di bengkel Kawasaki PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta sebagian besar telah memiliki jenis pekerjaan yang tetap sehingga kemampuan konsumen untuk membiayai perawatan dan perbaikan sepeda motor adalah tinggi.

4.3. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu analisis data yang berdasarkan pada masalah yang dapat dinyatakan dalam angka. Analisis data ini meliputi analisis *Gap* , dan analisis diagram kartesius.

4.3.1. Analisis *Gap*

Analisis ini berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penelitian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai gap antara tingkat kepentingan dan pelaksanaannya. Gap adalah hasil selisih antara skor kinerja dengan skor kepentingan. Semakin tinggi tingkat Gap berarti semakin besar kepuasan konsumen.

Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus :

Gap = Kinerja – Kepentingan

Sebagai contoh pada item pertanyaan Fasilitas fisik pendukung pelayanan dengan skor kinerja (Xi) = 4,06 dan skor kepentingan (Yi) sebesar 4,33 maka besarnya gap adalah sebagai berikut:

Gap = 4,06 – 4,33 = - 0,28

Begitu juga perhitungan untuk item-item yang lain dapat dilakukan dengan cara yang sama seperti pada lampiran. Hasil selengkapnya analisis gap dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7
Hasil Gap antara Kinerja dan Kepentingan Pada Bengkel PT. Sumber Buana Motor Kawasaki Cabang Yogyakarta

No	DIMENSI	Kinerja	Kepentingan	Gap
A. Tangible				
1	Fasilitas fisik pendukung pelayanan	4.06	4.33	-0.28
2	Kelengkapan peralatan bengkel	4.29	4.27	0.02
	Rata-rata			-0.13
B. Reliability				
3	Kenyamanan pelanggan	3.99	4.35	-0.36
4	Kebersihan bengkel	3.88	4.30	-0.43
5	Ketepatan waktu dalam melayani pelanggan	3.58	4.27	-0.69
	Rata-rata			-0.48
C. Responsiveness				
6	Meliputi tanggap terhadap keluhan	3.85	4.30	-0.46
7	Cepat dalam melayani pelanggan	3.83	4.36	-0.53
	Rata-rata			-0.50
D. Assurance				
8	Kecakapan pegawai	4.11	4.30	-0.18
9	Pengetahuan mekanik	3.84	4.19	-0.35
10	Kemampuan mekanik menjalankan tugasnya	3.92	4.36	-0.44
	Rata-rata			-0.32
E. Emphati				
11	Keramahan pegawai	3.99	3.95	0.04
12	Kesopanan pegawai	4.02	3.98	0.04
	Rata-rata			0.04

Sumber : Data primer diolah, 2006

terhadap kualitas pelayanan pada Kenyamanan pelanggan, karena belum dapat memenuhi harapan konsumen

Skor kinerja untuk atribut Kebersihan bengkel adalah sebesar 3,88 dan skor kepentingan adalah sebesar 4,30 dengan gap sebesar -0,43. Hal ini berarti terdapat perbedaan antara kinerja dan kepentingan konsumen tentang Kebersihan bengkel. Artinya konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan pada kebersihan bengkel, karena belum dapat memenuhi harapan konsumen

Skor kinerja untuk atribut Ketepatan waktu dalam melayani pelanggan adalah sebesar 3,58 dan skor kepentingan adalah sebesar 4,27 dengan gap sebesar –0,69. Hal ini berarti terdapat perbedaan kinerja dan kepentingan konsumen tentang Ketepatan waktu dalam melayani pelanggan. Artinya konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan pada ketepatan waktu dalam melayani pelanggan, karena belum dapat memenuhi harapan konsumen

Hasil analisis gap diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi Reliability belum memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi Reliability masih memiliki gap rata-rata sebesar -0,48 , dimana nilai tersebut masih negatif.

c. Dimensi Responsiveness

Skor kinerja untuk atribut Meliputi tanggap terhadap keluhan adalah sebesar 3,85 dan skor kepentingan adalah sebesar 4,30 dengan gap sebesar

Skor kinerja untuk atribut Pengetahuan mekanik adalah sebesar 3,84 dan skor kepentingan adalah sebesar 4,19 dengan gap sebesar -0,35. Hal ini berarti terjadi perbedaan kinerja dan kepentingan konsumen tentang Pengetahuan mekanik. Artinya konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan pada pengetahuan mekanik, karena belum dapat memenuhi harapan konsumen

Skor kinerja untuk atribut Kemampuan mekanik menjalankan tugasnya adalah sebesar 3,92 dan skor kepentingan adalah sebesar 4,36 dengan gap sebesar –0,44. Hal ini berarti terjadi perbedaan kinerja dan kepentingan konsumen tentang Kemampuan mekanik menjalankan tugasnya. Artinya konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan pada kemampuan mekanik menjalankan tugasnya, karena belum dapat memenuhi harapan konsumen

Hasil analisis gap diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi Assurance cukup memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi Assurance masih memiliki gap rata-rata sebesar –0,32 , dimana nilai tersebut masih negatif.

e. Dimensi Empati

Skor kinerja untuk atribut keramahan pegawai adalah sebesar 3,99 dan skor kepentingan adalah sebesar 3,95 dengan gap sebesar 0,04. Hal ini berarti kepentingan konsumen tentang keramahan pegawai sudah