

SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA BENGKEL SEPEDA MOTOR UD. CIPTA KARYA KEC. BANGKO JAYA, ROKAN HILIR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Riau Pekanbaru*



Oleh :

PUJI DELIA ASTUTI
NPM 145210010

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2019**



UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharudin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Puji Delia Astuti
NPM : 145210010
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Judul : Analisis Kualitas Pelayanan Pada Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya
Kec. Bangko Jaya, Rokan Hilir

Disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

(Drs. Syahdanur, M.Si)

(Eva Sundari, SE., MM)

Mengetahui:

Dekan

Ketua Prodi Manajemen

(Drs. H. Abrar, M.Si., Ak., CA)

(Azmansyah, SE., M.Econ)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharudin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

TANDA PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Puji Delia Astuti
NPM : 145210010
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Judul : Analisis Kualitas Pelayanan Pada Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya
Kec. Bangko Jaya, Rokan Hilir
Disetujui Oleh: Tim Penguji
Nama Dosen
1. Yul Efnita, SE., MM
2. Kamar Zaman, SE., MM
3. Suyadi, SE., M.Si

Mengetahui

Pembimbing I

(Drs Syahdanur, M.Si)

Pembimbing II

(Eva Sundari, SE., MM)

Mengetahui

Ketua Program Studi

(Azmansyah, SE., M.Econ)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS EKONOMI

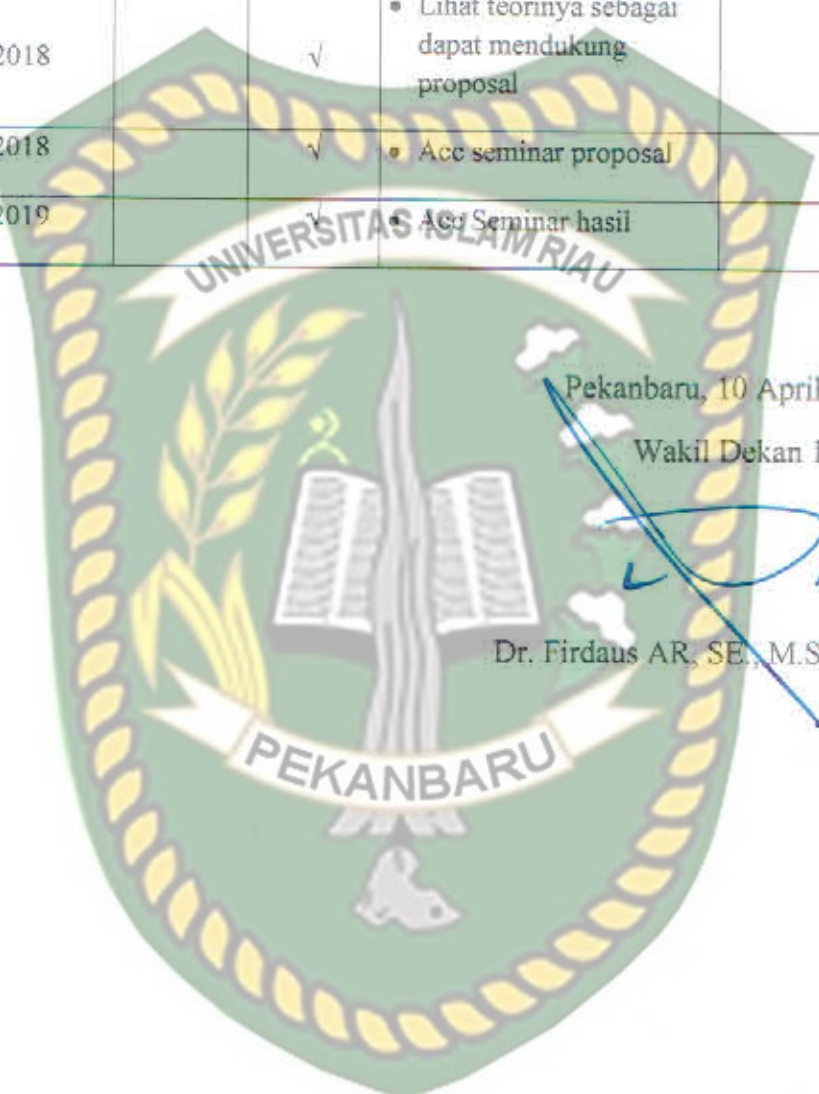
Alamat: Jalan Kaharudin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax. (0761) 674834 Pekanbaru-28284

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Puji Delia Astuti
NPM : 145210010
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul : Analisis Kualitas Pelayanan Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya, Rokan Hilir

NO	Tanggal	Catatan		Paraf	
		Sponsor	Co. Sponsor	Sponsor	Co. Sponsor
1	03/05/2018	√		• Penelitian terdahulu harus disesuaikan dengan objek penelitian	
2	13/07/2018	√		• Teruskan ke pembimbing II untuk di bimbing lagi	
3	31/07/2018	√		• Acc Seminar Proposal	
4	11/02/2019	√		• Acc Outline	
5	14/03/2019	√		• Teruskan ke pembimbing II untuk di bimbing lagi	
6	19/03/2019	√		• Acc Seminar Hasil	

NO	Tanggal	Catatan		Berita Acara Bimbingan	Paraf	
		Sponsor	Co. Sponsor		Sponsor	Co. Sponsor
1	18/07/2018		√	<ul style="list-style-type: none"> Lihat teorinya sebagai dapat mendukung proposal 		
2	01/08/2018		√	<ul style="list-style-type: none"> Acc seminar proposal 		
3	19/03/2019		√	<ul style="list-style-type: none"> Acc Seminar hasil 		



Pekanbaru, 10 April 2019
Wakil Dekan I

Dr. Firdaus AR, SE, M.Si., Ak., CA

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau No: 1715/Kpts/FE-UIR/2019, Tanggal 26 Maret 2019, Maka pada Hari Kamis 18 April 2019 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** S1 Tahun Akademis 2018/2019.

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Nama | : Puji Delia Astuti |
| 2. N P M | : 145210010 |
| 3. Program Studi | : Manajemen S1 |
| 4. Judul skripsi | : Analisis Kualitas Pelayanan Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya Kecamatan Bangko Jaya, Rokan Hilir |
| 5. Tanggal ujian | : 18 April 2019 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang sidang meja hijau Fekon UIR |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : B⁺ (70,17) |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua



Dr. Firdaus AR, SE, M. Si, Ak. CA
Wakil Dekan bid. Akademis

Sekretaris



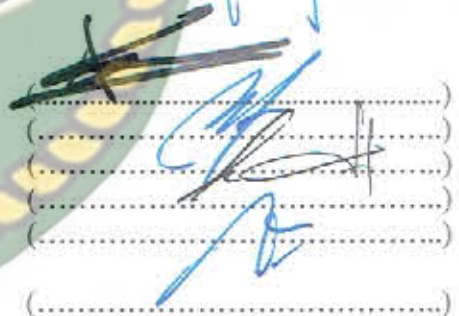
Azmansyah, SE, M. Econ
Ketua Prodi Mgt S1

Dosen penguji :

1. Drs. Syahdanur., M.Si
2. Azmansyah, SE., M.Econ
3. Yul Efnita, SE., MM
4. Kamar Zaman, SE., MM
5. Suyadi, SE., M.Si

Saksi

1. Awliya Afwa, SE., MM



(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Pekanbaru 18 April 2019

Mengetahui
Dekan,



Drs. H. Abrar, M. Si, Ak. CA

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Nomor: 1715/Kpts/FE-UIR/2019

TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dilaksanakan ujian skripsi/oral komprehensif sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.

- Mengingat : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
d. Nomor : 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:

Nama : Puji Delia Astuti
N P M : 145210010
Jurusan/Jenjang Pendd : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya Kecamatan Bangko Jaya, Rokan Hilir

2. Penguji ujian skripsi/oral komprehensif mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Drs. Syahdanur, M.Si	Lektor Kepala, D/a	Materi	Ketua
2	Azmansyah, SE., M.Econ	Lektor, C/c	Sistematika	Sekretaris
3	Yul Efrita, SE., MM	Lektor, C/c	Methodologi	Anggota
4	Kamar Zaman, SE., MM	Lektor, C/c	Penyajian	Anggota
5	Suyadi, SE., M.Si	Lektor Kepala, D/a	Bahasa	Anggota
6	Awliya Afwa, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	-	Saksi I
7			-	Saksi II
8			-	Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.

Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 18 April 2019
Dekan,

Drs. Abrar., M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru
4. Yth : Sdr. Kepala BAAK UIR di Pekanbaru

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpovan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Puji Delia Astuti
NPM : 145210010
Program Studi : Manajemen / SI
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya Kecamatan Bangko Jaya, Rokan Hilir
Hari/Tanggal : Rabu 27 Maret 2019
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Drs. Syahdanur., M.Si		
2	Eva Sundari, SE., MM		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Yul Efnita, SE., MM		
2	Kamar Zaman, SE., MM		
3	Suyadi, SE., M.Si		

Hasil Seminar : *)

- 1. Lulus (Total Nilai)
- 2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai 65,35 (B))
- 3. Tidak Lulus (Total Nilai)

Mengetahui
An.Dekan



Dr.Firdaus AR,SE.M.Si.Ak.CA
Wakil Dekan I

Pekanbaru, 27 Maret 2019
Ketua Prodi



Azmansyah,SE.M.Econ

*) Coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL.

Nama : Puji Delia Astuti
 NPM : 145210010
 Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya, Rokan Hilir
 Pembimbing : 1. Drs. Syahdanur., M.Si
 2. Eva Sundari, SE., MM
 Hari/Tanggal Seminar : Rabu 31 Oktober 2018

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

1. Judul : Disetujui/ dirubah/ perlu diseminarkan *)
2. Permasalahan : Jelas/ masih kabur/ perlu dirumuskan kembali *)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/ mengambang/ perlu diperbaiki *)
4. Hipotesa : Cukup tajam/ perlu dipertajam/ di perbaiki *)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/ Kurang jelas *)
6. Alat yang dipakai : Cocok/ belum cocok/ kurang *)
7. Populasi dan sampel : Jelas/ tidak jelas *)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/ tidak jelas *)
9. Sumber data : Jelas/ tidak jelas *)
10. Cara memperoleh data : Jelas/ tidak jelas *)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/ tidak jelas *)
12. Daftar kepustakaan : Cukup/ belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian *)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/ belum memenuhi syarat *)
14. Kesimpulan tim seminar : ~~Perlu/ tidak perlu diseminarkan kembali *)~~

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Drs. Syahdanur., M.Si		1. _____
2.	Drs. Asril., MM		2. _____
3.	Suyadi, SE., M.Si		3. _____
4.	Yul Efnita, SE., MM		4. _____
5.	Kamar Zaman, SE., MM		5. _____
6.			6. _____

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
 An. Dekan Bidang Akademis

Pekanbaru, 31 Oktober 2018
 Sekretaris,



Dr. Firdaus AR, SE.M.Si.Ak.CA

Azmansyah, SE., M.Econ

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Mhik :

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 456/Kpts/FE-UIR/2018
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1
Bismillahirrohmanirrohim
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang: 1. Surat penetapan Ketua Jurusan / Program Studi Manajemen tanggal 26 April 2018 tentang penunjukan Dosen Pembimbing skripsi mahasiswa.
 2. Bahwa dalam membantu mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga Mendapat hasil yang baik perlu ditunjuk Dosen Pembimbing yang Akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap mahasiswa tersebut

- Mengingat: 1. Surat Mendikbud RI:
 a. Nomor: 0880/U/1997 c. Nomor: 0378/U/1986
 b. Nomor: 0213/0/1987 d. Nomor: 0387/U/1987
 2. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
 a. Nomor : 192/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
 b. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Manajemen
 c. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/DX/2013, tentang Akreditasi Akuntansi S1
 d. Nomor : 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D.3 Akuntansi
 3. Surat Keputusan YLPI Daerah Riau
 a. Nomor: 66/Skep/YLPI/II/1987
 b. Nomor: 10/Skep/YLPI/IV/1987
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013
 5. Surat Edaran Rektor Universitas Islam Riau tanggal 10 Maret 1987
 a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

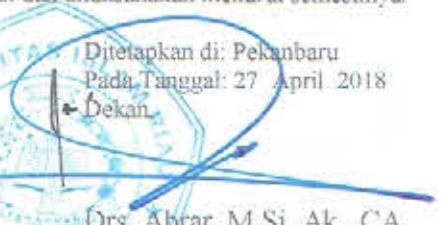
- Menetapkan: 1. Mengangkat Saudara - saudara yang tersebut namanya di bawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu.

No	Nama	Jabatan/Golongan	Keterangan
1.	Drs. Syahdanur, M.Si	Lektor Kepala, D/a	Pembimbing I
2	Eva Sundari, SE., MM	Lektor, C/c	Pembimbing II

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah:

Nama : Puji Delia Astuti
 N P M : 145210010
 Jurusan/Jenjang Pendid. : Manajemen (S1)
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bengkel sepeda motor UD, Cipta Karya Kec. Bangko Jaya Rokan Hilir.

3. Tugas pembimbing adalah berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor: 52/UIR/Kpts/1989 tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Universitas Islam Riau.
 4. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya memperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal.
 5. Kepada pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
 6. Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini segera akan ditinjau kembali.
 Kutipan: Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan menurut semestinya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
 Pada Tanggal: 27 April 2018
 Dekan

 Drs. Abrar, M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada:

1. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau
 2. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik Sarjana, baik di Universitas Islam Riau maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak manapun, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dengan disebutkan nama pengarah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik berupa pencabutan yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Pekanbaru, 21 Maret 2019

Saya yang membuat pernyataan



Rupi Delta Astuti

MOTTO



“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (Qs. Al-insyirah)

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan kebanyakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilannya saat mereka memilih menyerah.”(penulis)

LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Rasa terimakasih akan kupersembahkan kepada Allah SWT dan orang-orang yang mendukungku serta mencintaiku sampai ajal menjemputku yaitu kedua orang tuaku;

ayahanda (SAKINO)

&

Ibunda (SUTARMI)”

“serta abangku yang tersayang (ARI WIBOWO)

& adikku yang tercinta (NILA ZAHARA)”

Skripsiku ini kupersembahkan untuk kalian karena kalian yang tak pernah lelah mendidikku, menyayangiku, mengasihiku dan memberikan warna dalam hidupku serta menemani hari-hariku disaat adinda senang dan disaat adinda membutuhkan kalian. Dan terimakasih tanpa do'a - do'a yang kalian panjatkan untuk kesuksesan dan kebahagiaan adinda, adinda tidak bisa sekuat dan setegar ini hingga detik ini.

ABSTRAK
**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA BENGKEL UD. CIPTA
KARYA KEC. BANGKO JAYA, ROKAN HILIR**

Oleh:
PUJI DELIA ASTUTI
NPM: 145210010

This study tries to analyze the quality of service at the UD workshop. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya, Rokan Hilir. In this study, the sample of this research is customers or service users who represent ninety people from six thousand four hundred twenty two using the Slovin formula and using samples with accidental sampling, primary data types and secondary data sources, then techniques start data using questionnaires and interviews. And data analysis uses descriptive analysis, then data obtained in sports, tabulated and then analyzed and approved with a theoretical basis and then concluded.

From the results of research on the quality of service at the UD workshop. Cipta Karya, which consists of five dimensions of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, the number of respondents' answers agree or in other words good, that is equal to (3,580) three thousand five hundred and eighty and proven by the results of the total service quality of motorcycle workshops is amounting to 6,952 (six thousand nine hundred fifty two).

Keywords: *Service Quality*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan pada bengkel UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya, Rokan Hilir. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel penelitian ini adalah para pelanggan atau pengguna jasa bengkel yaitu berjumlah sembilan puluh delapan orang dari enam ribu empat ratus dua puluh dua dengan menggunakan rumus slovin dan pendekatan sampel dengan aksidental sampling, jenis dan sumber data yaitu data primer dan data skunder, kemudian tehnik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Dan analisis data menggunakan analisis deskriptif kemudian data yang di peroleh di olah, di tabulasikan lalu di analisis dan dihubungkan dengan landasan teori lalu di ambil kesimpulan.

Dari hasil penelitian kualitas pelayanan pada bengkel UD. Cipta Karya yang terdiri dari lima dimensi *Tangible, Reliability, Responsivieness, Assurance, Emphaty* jumlah skor jawaban responden menyatakan setuju atau dengan kata lain baik yaitu sebesar (3.580) tiga ribu lima ratus delapan puluh dan dibuktikan dengan hasil skor total kualitas pelayanan bengkel sepeda motor adalah sebesar 6.952 (enam ribu sembilan ratus lima puluh dua).

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selain itu Sholawat beriring salam juga dikirimkan kepada junjungan Besar Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam jahiliyah kealam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Untuk menyelesaikan Strata satu (S1) diperlukan satu karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Pada kesempatan ini, penulis membuat skripsi yang berjudul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA BENGKEL SEPEDA MOTOR UD. CIPTA KARYA KEC. BANGKO JAYA, ROKAN HILIR”. Adapun skripsi ini dianjurkan untuk memenuhi syarat dalam mengikuti ujian oral comprehensive guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau di Pekanbaru.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa sebagai karya manusia biasa, skripsi ini masih jauh dari penulisan skripsi ini, penulisan banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik segi ini maupun penulisan. Demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun.

Selain dari itu penulis juga banyak mendapat bantuan baik moril maupun materil serta bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Drs. Abrar, M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIR.
2. Bapak Azmansyah, SE., M.Econ selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIR.
3. Bapak Drs. Syahdanur, M.Si selaku dosen pembimbing I yang tak pernah lelah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis sehingga kerja ilmiah ini selesai.
4. Ibu Eva Sundari, SE., MM selaku dosen pembimbing II dan juga selaku Pembimbing Akademik yang takhenti-hentinya memberikan motivasi, memperbaiki dan menyempurnakan sehingga penulis karya ilmiah ini dapat diselesaikan pada waktunya.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama dibangku kuliah serta karyawan/I Tata Usaha Fakultas Ekonomi UIR yang telah ikut membantu proses kegiatan belajar mengajar dikampus.
6. Ayahanda Sakino dan Ibunda Sutarmi serta abang adinda Ari Wibowo dan adikku Nila Zahara, terimakasih yang tak terhingga atas segala kasih sayang, cinta, do'a, perhatian, dorongan semangat, bantuan baik moril maupun materil dan segalanya kepada adinda selama ini.

7. Pemilik serta pimpinan Bengkel UD. Cipta Karya beserta karyawan Bengkel UD. Cipta Karya di Rokan Hilir yang telah bersedia memberi kemudahan dalam pengambilan data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini.
8. Terimakasih untuk para sahabat Anjas Suwendarita Rizki, Eka Aprilia Pujianti, Elna Yanti, Jumalia dan serta teman-teman di Fakultas Ekonomi UIR yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
9. Terimakasih juga untuk Adikku Nurmadiyah yang tersayang atas dukungan, bantuan fisik maupun material serta tak lupa do'a dan kasih sayangnya selama ini.
10. Terimakasih juga untuk para keluarga konyolku Rika Purwati S.Pd, Nurainun S.Pd, Riska Dilla Putri S.Pd, Taufik Hidayat S.Pd, dan M. Novian yang telah memberikan semangat, motivasi, do'a serta kasih sayang kepada adinda.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon semoga bimbingan, bantuan, pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan yang layak dari Allah SWT, Amin Yarabbal Alamin. Wassalamu'alaikumwr.,wb

Pekanbaru, April 2019

PUJI DELIA ASTUTI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN MOTTO	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pengertian Jasa.....	10
2.2 Karakteristik Jasa	11
2.3 Pengertian Kualitas	14
2.4 Pengertian Pelayanan	16
2.5 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
2.6 Dimensi Kualitas Layanan	25
2.7 Penelitian Terdahulu	28
2.8 Kerangka Pemikiran.....	29
2.9 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi/Objek Penelitian	31
3.2 Jenis dan Sumber Daya	31

3.3 Operasional Variabel.....	32
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Analisis Data	35
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	37
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	38
4.3 Aktivitas Perusahaan.....	42
BAB V HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden	44
5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
5.1.2 Responden Berdasarkan Umur.....	44
5.2 Uji Validitas dan Realibilitas	45
5.3 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan	49
5.3.1 <i>Tangible</i>	49
5.3.2 <i>Realibility</i>	56
5.3.3 <i>Responsiveness</i>	64
5.3.4 <i>Assurance</i>	73
5.3.5 <i>Emphaty</i>	84
5.4 Pembahasan.....	95
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	100
6.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pemakai Jasa Bengkel Sepeda Motor	3
Tabel 1.2 Data Karyawan Bengkel Sepeda Motor	6
Tabel 2.1 Tabel Mapping Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Skala Likert	36
Tabel 4.1 Data Jumlah Pelanggan Bengkel.....	43
Tabel 5.1 Responden Menurut Kelompok Jenis Kelamin	44
Tabel 5.2 Responden Menurut Kelompok Umur.....	45
Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Tangible</i>	46
Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Reliability</i>	46
Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Responsiveness</i>	47
Tabel 5.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Assurance</i>	47
Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Emphaty</i>	48
Tabel 5.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 5.9 Jawaban Responden Tentang Karyawan Berpakaian Rapi.....	50
Tabel 5.10 Jawaban Responden Tentang Bengkel Memiliki peralatan yang Modern	52
Tabel 5.11 Jawaban responden Tentang Lokasi Bengkel yang Strategis ...	54
Tabel 5.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Tangible.....	56

Tabel 5.13 Jawaban Responden Tentang Layanan yang diberikan sesuai	
Prosedur.....	57
Tabel 5.14 Jawaban Responden Tentang Kecepatan Pengecekan Awal	
Pada Motor	59
Tabel 5.15 Jawaban Responden Tentang Ketepatan Waktu Penyelesaian	
Sesuai yang di janjikan	61
Tabel 5.16 Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang <i>Realibility</i>	63
Tabel 5.17 Jawaban Responden Tentang Karyawan mengetahui	
Kebutuhan Konsumen.....	64
Tabel 5.18 Jawaban Responden Tentang Karyawan Memberikan	
Pelayanan yang Tepat.....	66
Tabel 5.19 Jawaban Responden Tentang Jika ada Masalah, Pihak	
Bengkel Simpatik dan Memberikan Kepastian.....	68
Tabel 5.20 Jawaban Responden Tentang Memiliki Kemauan	
Membantu Konsumen	70
Tabel 5.21 Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang <i>Responsiveness</i>	72
Tabel 5.22 Jawaban Responden Tentang Bengkel dapat DiPercaya	73
Tabel 5.23 Jawaban Responden Tentang Karyawan Menguasai	
Jasa yang Ditawarkan.....	75
Tabel 5.24 Jawaban Responden Tentang Karyawan yang Sopan.....	77
Tabel 5.25 Jawaban Responden Tentang Konsumen Merasa Aman	

Bertransaksi	79
Tabel 5.26 Jawaban Responden Tentang Jaminan Kualitas Produk dan Jasa	81
Tabel 5.27 Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang <i>Assurance</i>	83
Tabel 5.28 Jawaban Responden Tentang Perhatian Karyawan Terhadap Konsumen	84
Tabel 5.29 Jawaban Responden Tentang Kepedulian Teknisi dan Karyawan Kepada Konsumen	86
Tabel 5.30 Jawaban Responden Tentang Keramahan karyawan Kepada Konsumen	88
Tabel 5.31 Jawaban Responden Tentang Pihak Komunikasi dan Kejelasan Informasi Kerusakan Motor Kepada Konsumen	90
Tabel 5.32 Jawaban Responden Tentang <i>Emphaty</i>	92
Tabel 5.33 Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan	93

DAFTAR GAMBAR KERANGKA

Gambar 1.1 Jumlah Pemakai Jasa Bengkel.....	4
Gambar 1.1 Model Kualitas Pelayanan.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD. Cipta Karya	41



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan perekonomian Indonesia yang pesat saat ini tidak hanya didominasi industri manufaktur, tetapi juga diikuti oleh industri otomotif. Hal ini ditunjukkan dengan bergesernya angka kenaikan penjualan motor yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Menyebabkan sektor jasa yang bergerak dibidang perawatan kendaraan berlomba-lomba melakukan inovasi, meningkatkan produksi dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang unggul. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa perlu merumuskan strategi untuk melatih dan mempekerjakan karyawan yang terampil, berpenampilan menarik serta berwawasan dan memiliki pengetahuan luas. Disisi lain, hampir setiap hari masyarakat menggunakan motornya untuk bekerja dan beraktivitas. Namun sebagian besar dari mereka tidak sempat meluangkan sedikit waktu untuk merawat motornya. Hal inilah yang menjadikan peluang bisnis yang menjanjikan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang perbengkelan. Peranan manajemen dalam memasarkan jasa perusahaan juga sangat mempengaruhi meningkatnya penjualan perusahaan. Berkaitan fenomena tersebut penting bagi perusahaan jasa melalui pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang unggul dan prima.

Persaingan di bidang perbengkelan yang semakin kompetitif menuntut bengkel sepeda motor UD.Cipta Karya untuk memberikan pelayanan terbaik

kepada pelanggan, karena semakin disadari bahwa kualitas jasa merupakan faktor yang paling penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Menurut Levit dalam Tjiptono (1997), syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan pelanggan dengan harga yang pantas (*reasonable*).

Pengaruh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat akan pelayanan yang baik, termasuk dalam hal ini adalah usaha dibidang bengkel yang akhir-akhir ini berkembang pesat, baik secara kualitas maupun kuantitas. Dapat kita lihat hampir disetiap jalan raya maupun wilayah perkampungan banyak tempat-tempat yang menyediakan jasa bengkel. Dengan banyaknya usaha dibidang perbengkelan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara satu bengkel dengan bengkel lainnya. Dengan adanya persaingan ini pula maka masing-masing bengkel berusaha meningkatkan jumlah pelanggan serta mempertahankan pelanggan agar tetap setia menggunakan jasanya dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepadatan aktivitas di jalan menuntut kenyamanan dalam berkendara. Untuk itu kendaraan yang dipakai harus selalu dalam keadaan baik. Agar kendaraan selalu dalam keadaan baik maka diperlukan perawatan dan servis berkala. Untuk itu sangat dibutuhkan jasa bengkel motor. Bengkel motor adalah usaha yang didirikan dengan tujuan menerima jasa perawatan

dan perbaikan kendaraan roda dua atau umumnya disebut motor (Effendi,2009).

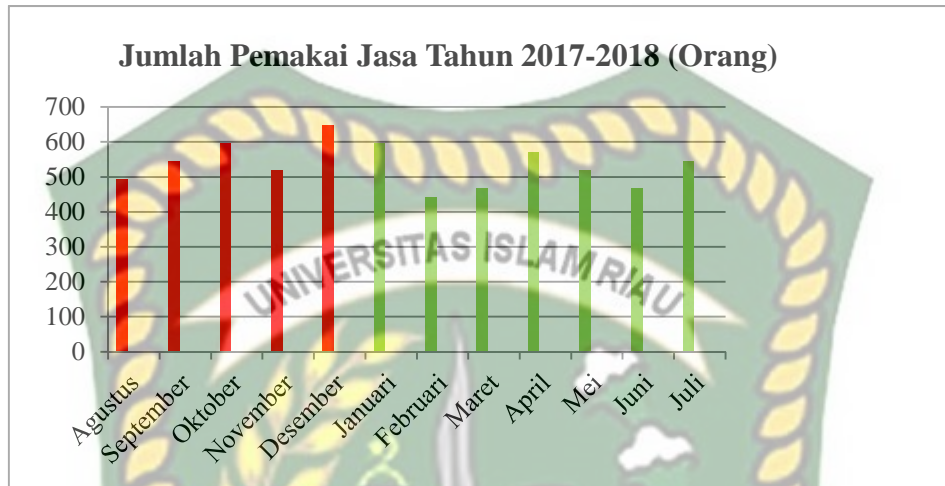
Kunci sukses agar pelayanan memilih jasa pelayanan bengkel adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan tersebut dapat dicapai melalui pemberian layanan dan dukungan yang optimal kepada pelanggan. Banyaknya pesaing tidak menghalangi Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya untuk tetap bertahan, bahkan mampu berkembang pesat sampai sekarang ini. Memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan merupakan visi dari Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya untuk tetap eksis di dunia perbengkelan terutama di wilayah Kec. Bangko Pusako, Rokan Hilir. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jumlah pemakai jasa Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya selama bulan Januari 2017 sampai Oktober 2018.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pemakai Jasa Bengkel Sepeda Motor di UD. Cipta Karya
Periode agustus 2017 - juli 2018.

No	Tahun	Bulan	Jumlah Pemakai Jasa (Orang)
1	2017	Agustus	494
2	2017	September	546
3	2017	Oktober	598
4	2017	November	520
5	2017	Desember	650
6	2018	Januari	598
7	2018	Februari	442
8	2018	Maret	468
9	2018	April	572
10	2018	Mei	520
11	2018	Juni	468
12	2018	Juli	546
Jumlah			6.422

Sumber data : UD. Cipta Karya

Gambar 1.1 Jumlah Pemakai Jasa Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya



Data Olahan Gambar Jumlah Pemakai jasa tahun 2017-2018

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa pada bulan agustus jumlah pemakai jasa adalah 494 orang, dan pada bulan september mengalami kenaikan jumlah pemakai jasa adalah 546 orang. Dengan demikian terjadi peningkatan jumlah pemakai sebanyak 52 orang. Selanjutnya bulan oktober jumlah pemakai jasa adalah sebanyak 598 orang, dan pada bulan november dan desember jumlah pemakai jasa adalah sebanyak 520 orang dan 650 orang. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa pada bulan oktober sampai dengan bulan november bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya mengalami penurunan sebanyak 78 jumlah pemakai jasa dan pada bulan desember mengalami kenaikan sebanyak 130 orang. Dan pada bulan januari dan februari mengalami penurunan sebanyak 52 orang dan 156 orang dan untuk di bulan maret dan april mengalami kenaikan sebanyak 26orang dan 102 orang. Pada bulan mei dan juni mengalami penurunan sebanyak 52 orang dan

52 orang pada bulan juni. Untuk bulan juli mengalami kenaikan sebanyak 78 orang pemakai jasa di bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya.

Pada tabel diatas juga dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya cukup banyak. Namun hal tersebut tidak menjamin bahwa pelanggan akan selalu merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan pada Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya.

Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya mempunyai peluang dan tantangan seperti bengkel-bengkel pada umumnya. Pelanggan akan membandingkan layanan dan dukungan yang diberikan Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya dengan layanan dan dukungan yang mereka harapkan. Bila pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali lagi ke Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain, sehingga jumlah pelanggan Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya akan bertambah. Tetapi jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan akan mengeluhkan ketidakpuasannya tersebut kepada pihak Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya. Keluhan atau ketidakpuasan pelanggan seharusnya ditanggapi pihak bengkel dengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga pelanggan akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak bengkel.

Perusahaan yang sukses dapat memuaskan konsumen mereka, dengan kata lain konsumen yang tidak puas akan mempengaruhi bisnis secara negatif. Pemuasan Konsumen harus disertai dengan pemantauan terhadap

kebutuhan dan keinginan mereka. Untuk itu, perusahaan harus mempertimbangkan sisi kualitas pelayanan agar dapat memberi kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Kualitas pelayanan jasa bersifat abstrak dan konsepnya sulit dipahami, karena adanya karakteristik yang unik pada jasa yaitu tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan antara produksi dan konsumsi, variabilitasnya tinggi, tidak tahan lama dan tidak menyebabkan kepemilikan (Parasuraman, Zeithaml and Berry 1985).

Tabel 1.2
Data Karyawan Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya

No	Keterangan Karyawan	Jumlah
1	Karyawan Sparepart	8
2	Karyawan Teknisi mekanik	10
3	Karyawan Teknisi Bubut/Boring	5
4	Karyawan Administrasi	2
Jumlah		25

Sumber data : UD.Cipta Karya

Dalam perusahaan, khususnya pada Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya, tidak hanya kepuasan pelanggan yang menjadi kunci utamanya, tetapi karyawan yang bekerja di Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya juga sangat dibutuhkan. Karena karyawan merupakan suatu penggerak dalam mencapai keuntungan yang ingin dicapai Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya. Berdasarkan uraian diatas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti secara ilmiah, **Analisis Kualitas Pelayanan Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya Rokan Hilir.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana Kualitas Pelayanan pada Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya Rokan Hilir ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan pada Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya Rokan Hilir.

2. Manfaat Penelitian

- a) Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti tentang kualitas pelayanan bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya.
- b) Bagi perusahaan, melalui penelitian ini bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya bisa melihat apa yang perlu di perhatikan dalam mengutamakan kualitas pelayanan terhadap pelanggan tersebut.
- c) Bagi pihak lain atau masyarakat, agar dapat memberikan ilmu pengetahuan masyarakat serta dapat digunakan untuk bahan penelitian dalam mendapatkan masukan dalam kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika ini untuk lebih memudahkan dan terarahnya penulisan skripsi ini. Penulis menyusun dalam sistematika yang terdiri dari 6 (enam) bab, masing-masing bab dibagi beberapa sub bab yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tinjauan pustaka, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tinjauan teori yang dipergunakan sebagai dasar penelitian, yaitu : pengertian jasa, pengertian kualitas, pengertian kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, perumusan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini merupakan uraian mengenai variabel penelitian dan definisi operasional variabel, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM BENGKEL

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang sejarah singkat Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya Rokan Hilir

BAB V : HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

Merupakan uraian tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisa perhitungan data, pembahasan tentang interpretasi hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam pendahuluan berdasarkan teori yang ada.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan uraian tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari hasil penelitian yang sudah terlaksana.



BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Pengertian Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Sebenarnya perbedaan secara tegas antara barang dan jasa sering kali sukar dilakukan, hal ini dikarenakan pembelian suatu barang sering disertai dengan jasa-jasa tertentu dan sebaliknya pembelian suatu jasa sering kali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya, meskipun demikian menurut Kotler, jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Jasa atau layanan sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa atau pelayanan itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini, sudah banyak pakar pemasaran yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner dalam Hurriyati (2010, 28), jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan *output* selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa jasa pada dasarnya merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur

ketidakberwujudan yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya dan memberikan berbagai manfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Selanjutnya akan disajikan pengertian jasa yang dikemukakan oleh Hasan (2008;5) mengemukakan jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.” Jasa menurut Lovelock et al (2010, 6) adalah suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Sering kali kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu (*time-based*), dalam bentuk suatu kegiatan (*performances*) yang akan membawa hasil yang diinginkan kepada penerima, obyek, maupun aset-aset lainnya yang menjadi tanggung jawab dari pembeli. Pada kenyataannya, suatu penawaran dapat bervariasi dari dua kutub ekstrim, yaitu murni berupa barang pada satu sisi dan jasa murni pada sisi lainnya.

Produksi jasa ini bisa dikaitkan dengan produk fisik ataupun tidak. Suatu perusahaan yang bergerak dalam penawaran sesuatu ke pasar biasanya melibatkan jasa pelayanan. Pelayanan di sini bisa bersifat utama ataupun sebagai pendukung.

2.2 Karakteristik Jasa

Karakteristik jasa menurut Kotler dan Keller (2009, 227) adalah sebagai berikut:

1) *Intangibility* (tidak berwujud)

Artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium dan didengar sebelum dibeli. Menurut Berry dalam Enis dan Cox, konsep intangible memiliki dua pengertian yaitu:

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa
- b. Sesuatu yang tidak mudah di definisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah.

2) *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu di konsumsi sedangkan jasa biasanya dijual dahulu baru kemudian di produksidan di konsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa danpelanggan merupakan iri khusus dalam pemasaran jasa, keduanya mempengaruhi hasil (*Out come*) dari jasa tersebut. Biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Jika seseorang memberikan jasa tersebut, penyediannya adalah bagian dari jasa itu.

3) *Variability* (bervariasi)

Jasa bersifat sangat *variable* karena merupakan *non standardized* output artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana saja tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabellitas kualitas jasa menurut *Bovee, Houston,* dan *Thill* (1995) yaitu kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan dan beban kerja perusahaan.

4) *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Namun menurut Stanton, Etzel, dan Walker (1991), ada pengecualian dalam karakteristik *perishability* dan penyimpanan jasa. Dalam kasus tertentu Jasa tidak dapat disimpan yaitu dalam bentuk pemesanan (misalnya *reservasi* tiket pesawat dan kamar hotel), peningkatan permintaan akan suatu jasa pada saat penundaan penyampaian jasa (misalnya asuransi).

Ciri-ciri khusus jasa (*service*) sebagai suatu produk sangat berbeda dengan produk yang bersifat kongkret (*physical product*) seperti pada barang-barang manufaktur. Ciri-ciri yang spesifik itu adalah:

- a. Jasa tidak bisa diraba atau disentuh karena sifatnya yang tidak nyata.
- b. Proses produksi dan konsumsi jatuh padasaat bersamaan.
- c. Jasa tidak bisa dipisahkan, dan untuk mengkonsumsinya konsumen harus datang pada produsen.
- d. Konsumen terlibatdalam proses produksi.
- e. Jasa tidak bisa ditimbun, karena itu dalam hal jasa, penggunaan gudang tidak diperlukan.
- f. Jasa tidak memiliki standar atau aturan yang objektif.
- g. Jasa tidak dapat dicoba, karena itu pelanggan tidak bisa mencicipinya terlebih dahulu.
- h. Kualitas hasil produk berupa jasa (*service*) sangat tergantung pada tenaga manusia dan sedikit sekali dapat digantikan oleh mesin.

- i. Permintaan atas produk jasa (*service*) tidak tetap melainkan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor non ekonomis.
- j. Umumnya peranan perantara tidak diperlukan, tapi untuk produk tertentu perantara diperlukan untuk penggunaan terbatas.

2.3 Pengertian Kualitas

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Menurut ISO-8402 (Loh, 2001:35), Kualitas adalah totalitas fasilitas dan karakteristik dari produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan, tersurat maupun tersirat.

Tjiptono (2004:11), Mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian untuk digunakan (*fitness untuk digunakan*). Definisi lain yang menekankan orientasi harapan pelanggan pertemuan.

Kadir (2001:19), Menyatakan bahwa kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami (tujuan yang sulit dipahami), karena harapan para konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan

lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir (meningkatkan kualitas kontinuitas).

Menurut Kotler dan Keller (2009: 143) mengatakan “kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Dalam perspektif Total Quality Management (TQM), kualitas dipandang secara lebih luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan, dan manusia. Kualitas merupakan suatu proses didalam penilaian suatu produk atau jasa yang akan dirasakan langsung dari pelanggan atau si penerima pelayanan itu sendiri.

Kualitas juga dapat diartikan sebagai standar yang harus dicapai oleh seseorang, kelompok, atau lembaga organisasi mengenai kualitas SDM, kualitas cara kerja, serta barang dan jasa yang dihasilkan. Kualitas pula mempunyai arti yaitu memuaskan kepada yang dilayani baik secara internal maupun eksternal yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan atau masyarakat.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, kualitas adalah standar yang harus dicapai oleh seseorang, kelompok, atau lembaga organisasi mengenai kualitas SDM, kualitas cara kerja, serta barang dan jasa yang dihasilkan. Kualitas juga mempunyai arti yaitu memuaskan kepada yang dilayani baik secara internal maupun eksternal yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan atau masyarakat. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang telah memenuhi standar dan dilakukan secara maksimal yang harus dicapai oleh suatu organisasi atau instansi.

2.4 Pengertian Pelayanan

Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan. Dan setelah menikmati jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan. Menurut Soegito (2007, 152) mengemukakan pelayanan (*service*) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelanggan.

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak perusahaan.

Dalam bukunya yang bertajuk Hubungan Masyarakat Membina Hubungan Baik Dengan Publik (2001 : 138), Loina beranggapan bahwa :

Pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan

perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan.

Menurut Moenir dalam bukunya Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, mengatakan bahwa : ” Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.” (Moenir, 1992 : 16). Penekanan terhadap definisi pelayanan diatas adalah pelayanan yang diberikan menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan.

Sedangkan Brata mengeluarkan definisi yang berbeda dalam karyanya yang berjudul Dasar-Dasar Pelayanan Prima, mengatakan bahwa : ”Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.” (Brata, 2003 : 9). Selain itu Brata juga menambahkan bahwa suatu layanan dapat terjadi antara seseorang dengan seseorang, seseorang dengan kelompok, ataupun kelompok dengan seseorang seperti halnya orang-orang yang berada dalam sebuah organisasi. Yang memberikan layanan kepada orang-orang yang berada disekitarnya yang membutuhkan informasi organisasi tersebut. Dan jika dikaitkan dengan masalah penelitian ini, maka hal ini dapat dilihat dari peran dan fungsi Humas itu sendiri dalam menjalankan setiap program-program kegiatannya, dengan kata lain pemberian pelayanan yang dilakukan oleh Humas Carrefour dapat terlihat dari bagaimana Humas itu memanfaatkan salah satu media informasi eksternal sebagai alat perantara dalam menunjang

kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan Publik eksternalnya, yakni para pelanggan pada khususnya.

Kejelasan akan pemberian informasi kepada pelanggan merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan yang bergerak di bisnis retail seperti Carrefour ini. Dapat dilihat pada setiap Brosur yang di terbitkan oleh Humas Carrefour yang selalu mencantumkan alamat-alamat lengkap dari kantor-kantor cabang Carefour di Jabodetabek, serta carrefour selalu memberikan kejelasan informasi setiap mutu dan kualitas produk yang ditawarkan kepada para pelangganya. Sehingga pelanggan dapat mengerti dan paham akan isi dari informasi yang disampaikan oleh pihak perusahaan melalui media Brosur ini, dan pelanggan pun diharapkan dapat memberikan pandangan yang positif terhadap perusahaan.

Maka dapat ditarik sebuah kesimpulan dari definisi-definisi diatas bahwa pelayanan merupakan segala usaha atau kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan orang lain.

2.5 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Di dalam jangka panjang ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka

panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan kualitas (*service quality*) kepada pelanggan. Menurut *American Society For Quality Control* kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Service quality dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan. Jadi definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut *Wyckof* (dalam *Lovelock, 1998*) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (parasuraman, et al., 1985). Apabila jasa yang diterima atau disarankan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik

atau tidaknya kualitas pelayanan pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang ada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan

keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

Kualitas pelayanan (*service quality*) sangat bergantung pada tiga hal, yaitu: sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar sehingga kualitas pelayanan lebih sulit ditiru dibandingkan dengan kualitas produk dan harga. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas pelayanan suatu produk memiliki esensi yang penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Lebih lanjut, menurut Wyckof dalam Tjiptono dan Chandra (2005, 260) mendefinisikan kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan harus

dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi terhadap kualitas jasa. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelanggan (dan bukan penyedia jasa) yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expect service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expect service*) maka, kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Setiap perusahaan tentunya akan berlomba-lomba meningkatkan kinerja pelayanan untuk tercapainya standar kualitas yang tinggi agar pelanggan tidak mudah berpindah pada pesaing.

Lupiyoadi dan Hamdani (2008: 181) menjelaskan bahwa “kualitas produk atau jasa merupakan sejauh mana produk atau jasa memenuhi spesifikasinya.” Pendapat lain dikemukakan oleh Tjiptono (2008: 247) bahwa pada prinsipnya “definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu pemenuhan harapan kepada perusahaan terhadap suatu produk atau layanan yang diterima pelanggan. Salah satu studi mengenai SERVQUAL, menurut Parasuraman (1998) dalam Ratnasari dan Aksa (2011: 107-109) terdapat 5 dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*).

Kualitas jasa pelayanan sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen satu dengan konsumen lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Kualitas mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau konsumen mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik. Menurut Wyckoff dalam Lovelock (2007) memberikan pengertian kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

- 1) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- 2) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
- 3) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived serviced*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsika baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima

lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

Kualitas total suatu jasa ada tiga komponen utama (Gronroos dalam Hutt dan Spence, 1992), yaitu:

- 1.) *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Menurut (Parasuraman et al., dalam Bojanic, 1991), *technical quality* di perincikan lagi menjadi:
 - a. *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
 - b. *Experience Quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa. Contohnya ketetapan waktu, kecepatan pelayanan, dan kerapian hasil.
 - c. *Credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan, meskipun telah mengonsumsi jasa. Misalnya kualitas operasi jantung.
- 2.) *Functional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.

3.) *Corporate Image*, yaitu profil, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

2.6 Dimensi Kualitas Layanan

Konsep kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi fisik dan kinerja layanan, Parasuraman dalam Kotler dan Keller (2009, 56), menyimpulkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Bukti fisik (*tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan satu indikator yang paling konkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.
- 2) Keandalan (*reliability*), merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Menurut Lovelock, *reliability to perform the promised service dependably, this means doing it right, over a period of time*. Artinya, keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu

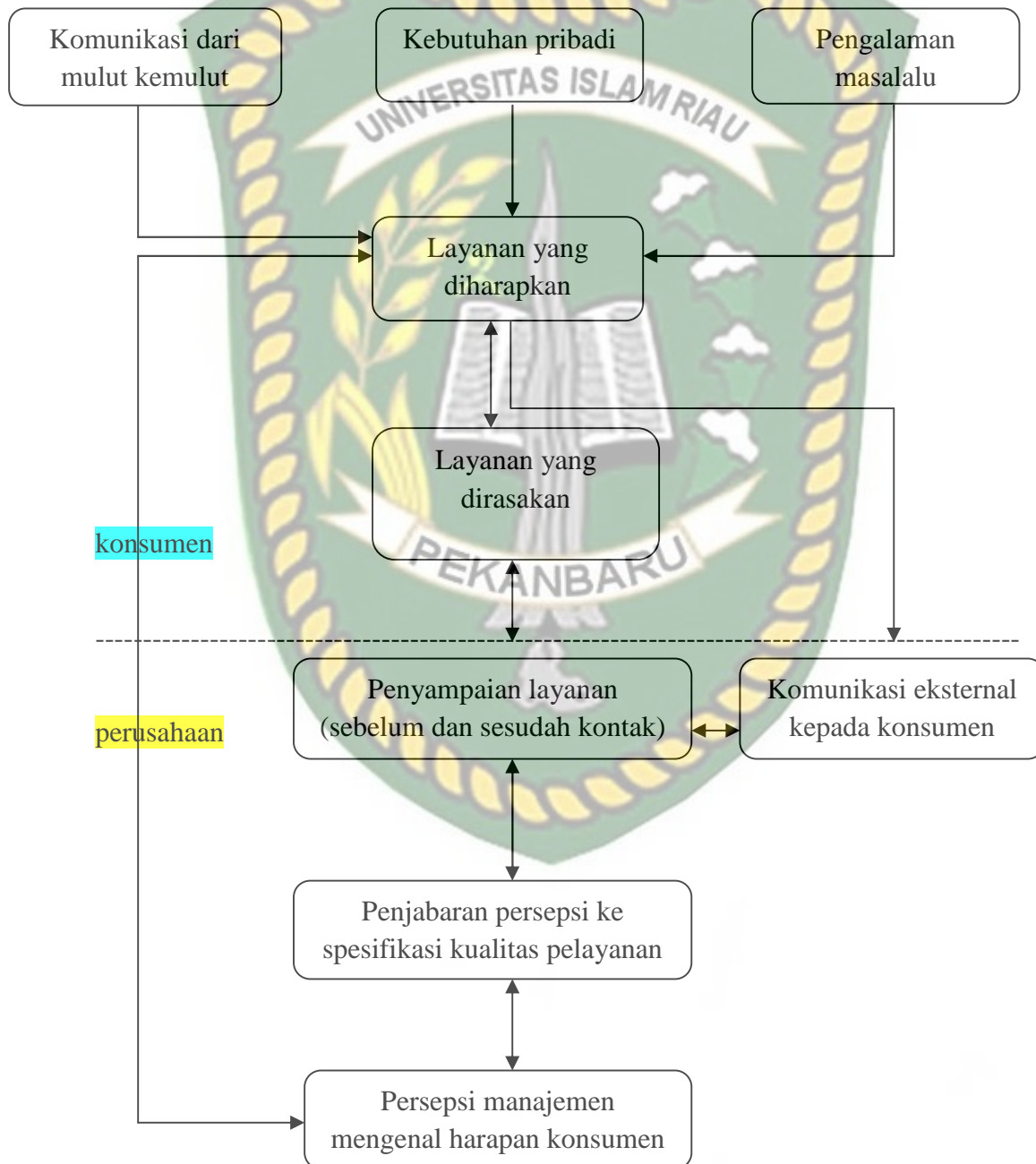
dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.

- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan.
- 4) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal.
- 5) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati merupakan *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.

Dari uraian di atas dapat disarikan bahwa kinerja pelayanan adalah hasil kerja yang dicapai oleh pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawabnya yang diukur berdasarkan indikator bukti fisik

(*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

GAMBAR 1.2
Model Kualitas Pelayanan



sumber : parasuraman, 1985 : 44

2.7 Penelitian Terdahulu

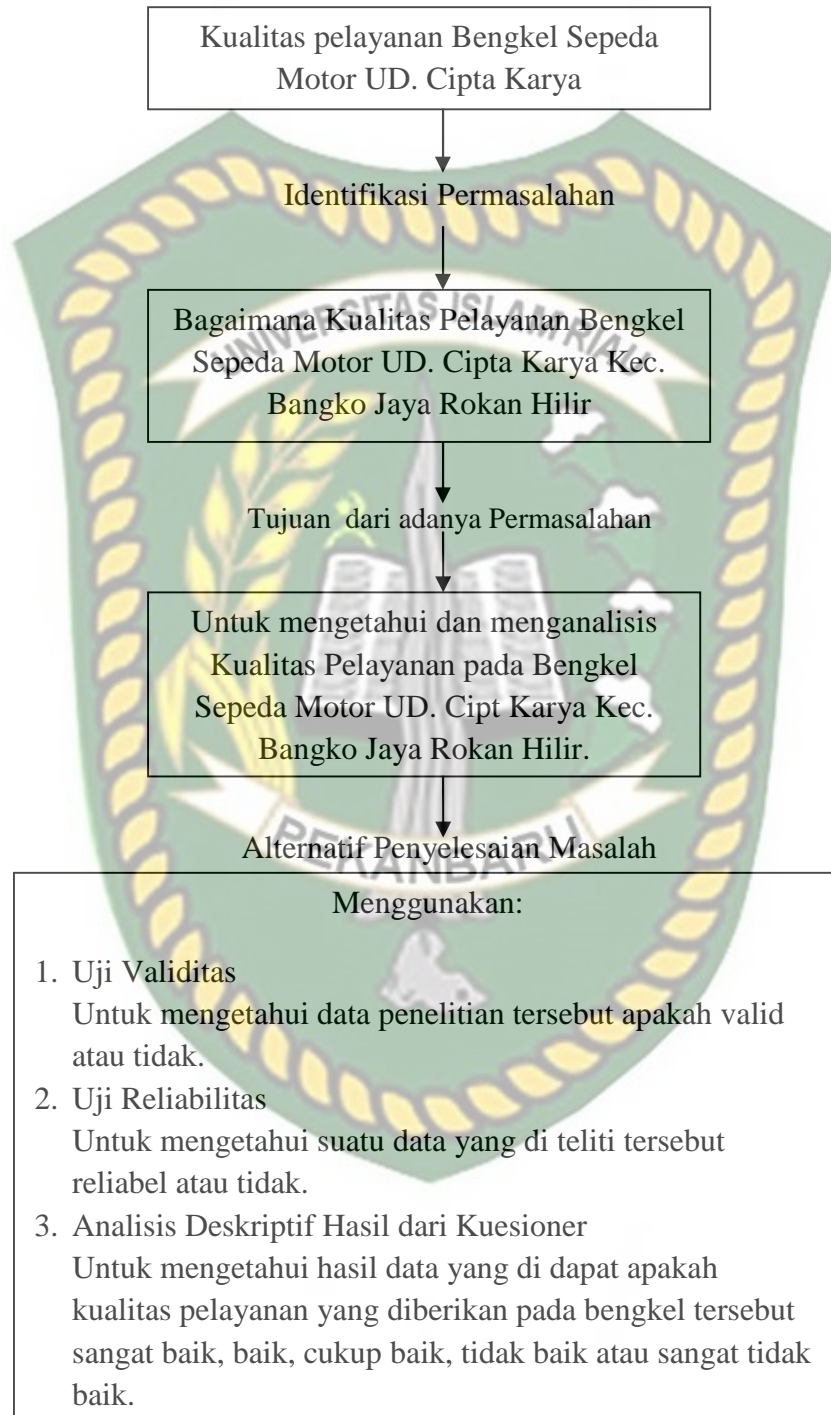
TABEL 2.1

TABEL MAPING PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Objek Peneliti	Alat Analisis	Kesimpulan
1	Damar Murhadi, S.Pi.,MM	Analisis Kualitas Pelayanan pada Bengkel Sepeda Motor Honda CV. Marabunta Motor Wonosobo	Bengkel Sepeda Motor Honda CV. Marabunta Motor Wonosobo	<i>Importance Performance Analysis</i>	Hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikansi $<0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data ini valid.
2	Agung Budiono	Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Bengkel Mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa Soekarno-Hatta Bandung	Bengkel Mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa Soekarno-Hatta Bandung	metode SERVQUAL	Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa nilai rata-rata Total SERVQUAL menunjukkan angka -0,41, yang mana terdapat <i>gap</i> antara persepsi dengan harapan konsumen Bengkel Mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa Soekarno-Hatta Bandung.
3	Wiliyana Kumala, Hotniar Siringoringo, Ina Siti Hasanah	Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Bengkel di PT. Istana Kebayoran Honda Fatmawati berdasarkan Tingkat Kepuasan Pelanggan	PT. Istana Kebayoran Honda Fatmawati	Validitas dan Reliabilitas	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan sudah valid dan <i>reliabel</i> .

sumber; Jurnal penelitian terdahulu

2.8 Kerangka Pemikiran



2.9 Hipotesis

Menurut Prof. Dr. S. Nasution definisi hipotesis ialah “pernyataan tentative yang merupakan dugaan mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya”. (Nasution:2000) Zikmund (1997:112) mendefinisikan hipotesis sebagai: “*Unproven proposition or supposition that tentatively explains certain facts or phenomena; a probable answer to a research question*”. Menurut Zimund hipotesis merupakan proposisi atau dugaan yang belum terbukti yang secara tentative menerangkan fakta-fakta atau fenomena tertentu dan juga merupakan jawaban yang memungkinkan terhadap suatu pertanyaan riset.

Dari kerangka pemikiran diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis skripsi ini yaitu diduga kualitas pelayanan pada bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya cukup baik.

BAB III

METODE PENELITIAN

2.6 Lokasi/Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat pada Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya, yang berlokasi di Desa Dusun Wonosari Kec. Bangko Jaya Rokan Hilir.

2.7 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang dikumpulkan yaitu :

1.)Data primer

Yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pemilik Bengkel, Karyawan dan Pelanggan Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya Rokan Hilir.

2.)Data skunder

Yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini, dokumentasi dan kuisioner merupakan sumber data sekunder.

3.3 Operasional Variabel

Berdasarkan pada keterangan hipotesis yang sudah dijelaskan maka penelitian ini memiliki 1 (satu) jenis variabel yaitu, 1) Kualitas Pelayanan.

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan Menu rut Wyckof (dalam Lovelock, 1998) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan.	1. (<i>Tangible</i>) Bukti Langsung	1. Karyawan berpakaian rapi 2. Memiliki peralatan yang modern 3. Lokasi yang strategis	Ordinal
	2. (<i>Realibility</i>) Keandalan	1. Layanan diberikan sesuai prosedur 2. Kecepatan pengecekan awal pada motor 3. Ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang di janjikan	Ordinal
	3. (<i>Responsiveness</i>) Daya Tanggap	1. Mengetahui kebutuhan konsumen 2. Karyawan memberikan layanan yang tepat 3. Jika ada masalah, pihak bengkel simpatik dan memberi kepastian 4. Memiliki Kemauan membantu konsumen	Ordinal
	4. (<i>Assurance</i>) Jaminan	1. Bengkel dapat dipercaya 2. Karyawan menguasai jasa yang ditawarkan 3. Karyawan yang sopan 4. Konsumen merasa aman bertransaksi 5. Jaminan kualitas produk dan jasa	Ordinal
	5. (<i>Empathy</i>) Empati	1. Perhatian karyawan terhadap pelanggan 2. Kepedulian teknisi dan karyawan 3. Keramahan karyawan 4. Komunikasi dan Kejelasan informasi kerusakan motor kepada konsumen	Ordinal

3.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, umumnya berupa orang, objek transaksi atau kejadian, dimana peneliti mempelajari atau menjadikannya objek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah data mengenai hasil jumlah pengunjung yang berkunjung di Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya Rokan Hilir Agustus 2017 - Juli 2018 berjumlah 6.422 orang.

b. Sampel

Sampel yang akan diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau dapat mewakili. Karena banyak jumlah populasi maka di ambil sampel dengan menggunakan rumus slovin (Husein Umar 2009;78) sebagai berikut:

Formula;

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

Keterangan:

N : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir 10%

1 : Angka kanstan

Rumus pengambilan sampel diambil yaitu:

$$n = \frac{6.422}{1 + 6.422 (0,10)^2}$$

$$n \approx \frac{6.422}{1 + 6.422 (0,01)}$$

$$n = \frac{6.422}{1 + 64.22}$$

$$n = \frac{6.422}{65.22}$$

$$n = 98.46$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat dari rumus slovin diatas, maka diketahui jumlah sampelnya sebanyak 98,46 di bulatkan menjadi 98 orang.

Maka sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 98 orang dengan pendekatan aksidental sampling yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data pelanggan bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya kec. Bangko Jaya, Rokan Hilir agustus 2017- juli 2018.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam pembahasan ini yaitu melalui Kuisisioner, Kuisisioner yaitu data yang diperoleh dalam penelitian ini dan didapatkan langsung dari pengisian kuisisioner (angket) yang ditujukan kepada responden tentang tanggapan atau pandangannya terhadap kualitas pelayanan bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya tersebut.

3.6 Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif, analisis deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari alat, teknik, atau prosedur yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan yang telah dilakukan. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain adalah kegiatan pengumpulan data, pengelompokan data, penentuan nilai dan fungsi statistik, serta pembuatan grafik, diagram dan gambar.

Analisis deskriptif ini merupakan metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan, peringkasan, dan penyajian suatu data sehingga memberikan informasi yang berguna dan juga menatanya ke dalam bentuk yang siap untuk dianalisis. Dengan kata lain, analisis deskriptif ini merupakan fase yang membicarakan mengenai penjabaran dan penggambaran termasuk penyajian data.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dimaksud untuk menjelaskan secara terperinci mengenai variabel penelitian yang di teliti berdasarkan data-data yang diperoleh dan menghubungkan dengan teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang ada kemudian diambil suatu kesimpulan. Tingkat pengukuran yang dipakai dalam penelitian ini untuk mengukur variabel adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang ata sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2012:132). Peneliti memberikan 5 (lima) alternatif jawaban kepada

responden, maka skala yang digunakan 1 sampai 5, bobot penetapan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Tanggapan	Skor	Interval Penelitian
1	Sangat Setuju	5	80% - 100%
2	Setuju	4	60% - 80%
3	Netral	3	40% - 60%
4	Tidak Cetujui	2	20% - 40%
5	Sangat Tidak Setuju	1	<20%

Sumber : Sugiyono (2012:86)

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Bengkel sepeda Motor UD. Cipta Karya yang berada di Kec. Bangko Jaya Rokan Hilir ini berdiri 01 April 2003 yang di dirikan oleh Junaidi, S.T seorang wirausahawan yang mahir dalam bidangnya, beliau mendirikan usaha ini sesuai bakat dan bidangnya dalam mekanik, bengkel ini mengikuti perkembangan market pasar yang terus berubah. Bengkel Sepeda Motor ini merupakan usaha yang banyak dicari oleh kebanyakan orang jika tanggung jawab, empati dan memiliki bukti langsung. Di tempat ini konsumen dapat memilih produk dan jasa sesuai dengan keinginannya masing-masing, mulai dari memilih onderdil ataupun karyawan yang akan memegang motor yang akan di service atau di perbaiki dan lainnya yang tersedia di bengkel tersebut.

Ciri khas dari bengkel ini yaitu dapat menikmati musik yang di sediakan. Bengkel ini tidak membatasi umur pengunjungnya karena target pasarnya untuk semua yang membutuhkan produk dan jasa yang ada di bengkel tersebut. Kenapa di kasih nama UD. Cipta karya? Karena ingin mengembangkan cipta dan karya kemekanikan saya pemilik bengkel maupun karyawan di bengkel ini, maka dari itu saya pakai nama tersebut.

Bengkel ini memiliki tim kerja yang saya bentuk dengan sendirinya setelah saya rekrut karyawan-karyawan di bengkel saya dengan melihat kemampuannya masing-masing serta dengan melihat kerja keras dan

kejujurannya. Dengan adanya pelanggan yang loyal atau setia untuk melakukan pengulangan pembelian dan service motor atau masalah yang lainnya pada sepeda motornya. Terkadang pelanggan jika mempunyai rasa kepuasan maka dia akan mencurahkan rasa senangnya dengan mengunggah ke media sosial, dari mulut kemulut untuk memperkenalkan bengkel yang terbaik menurutnya sehingga bengkel ini sehingga meluas citra baik bengkel ini ke masyarakat luas.

4.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Untuk mencapai suatu tujuan, setiap perusahaan sangat membutuhkan struktur organisasi, struktur organisasi yang dibentuk tentunya struktur organisasi yang baik. Struktur organisasi yang baik harus mempunyai syarat sehat dan efisien. Struktur organisasi yang sehat berarti setiap satuan organisasi yang ada dapat menjalankan perannya dengan tertib, sesuai tanggung jawab serta kepercayaan yang diberikan. Sedangkan struktur organisasi yang efisien adalah dalam menjalankan perannya masing-masing satuan organisasi dapat mencapai perbandingan terbaik antara tanggung jawab dan hasil kerjanya.

Pentingnya struktur organisasi didalam suatu perusahaan bertujuan agar masing-masing karyawan dapat mengetahui posisi, tugas, tanggung jawab dan wewenangnya didalam perusahaan dan di harapkan agar masing-masing jabatan mampu bekerja sama dengan bagian lainnya. Untuk lebih jelasnya

mengenai struktur organisasi pada bengkel UD. Cipta Karya dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya Rokan Hilir



(Sumber: Bengkel UD. Cipta Karya)

Kesuksesan sebuah bengkel, tidak terlepas dari andil atau kontribusi yang dihasilkan oleh tim marketing nya. Di beberapa bengkel besar, tenaga marketing nya tentu bukan hanya satu atau dua orang. Ini disebabkan karena tugas marketing bengkel yang tidak sedikit. Banyak hal yang harus dilakukan marketing bengkel agar bengkel tersebut tetap menjadi pilihan favorit bagi

semua orang. Lalu apa saja tugas marketing di bengkel tersebut? Seperti penjelasan berikut;

Berikut adalah beberapa tugas karyawan bengkel UD. Cipta Karya, yaitu;

1. Pemilik Usaha/Bengkel

Jabatan : Kepala Usaha

Bagian : Manajemen Usaha

Tanggung jawab : Membina dan memberikan pengarahan kepada bawahan dan para pekerja.

Tugas dan Wewenang sebagai berikut;

- 1) Menjamin kualitas pelayanan konsumen dan kualitas para pekerja bengkel
- 2) Menciptakan, memastikan dan meningkatkan keuntungan usaha bengkel
- 3) Menjamin kualitas pengawasan intern agar para pekerja terkontrol
- 4) Menjamin Produktivitas, kemampuan, motivasi dan disiplin pegawai yang tinggi.

2. Bagian Keuangan dan Administrasi

Bertugas melayani konsumen dengan menggunakan jasa perbaikan dalam hal pembayaran serta melakukan pembukuan keuangan.

Jabatan : Keuangan dan Administrasi

Bagian : Manajemen Keuangan dan Administrasi

Tanggung jawab : Menjaga & mengatur keuangan bengkel

Tugas dan Wewenang sebagai berikut;

- 1) Menjamin efisiensi keuangan bengkel
- 2) Mengatur pemasukan dan pengeluaran keuangan bengkel
- 3) Menggaji para karyawan dan pekerja
- 4) Administrasi dana

3. Karyawan

Berfungsi sebagai penyedia *sparepart* (suku cadang) sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan.

Bagian : *Sparepart*

Tanggung jawab : Memeriksa baik tidaknya kualitas produk

Tugas dan Wewenang sebagai berikut;

- 1) Mengerjakan proses penjualan
- 2) Menjamin kualitas produk dan jasa yang di berikan
- 3) Memeriksa hasil penjualan produk dan jasa yang telah di berikan

4. Teknisi Mekanik

Orang yang memiliki pengetahuan dan keahlian dalam melakukan perbaikan sepeda motor, tugasnya memperbaiki kerusakan sepeda motor sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Bagian : Teknisi mekanik dan bubut

Tanggung Jawab : Memeriksa kerusakan dan memperbaiki kerusakan

Tugas dan Wewenang sebagai berikut;

- 1) Memeriksa kerusakan motor
- 2) Mengerjakan proses perbaikan kerusakan motor
- 3) Memeriksa hasil perbaikan

4.3 Aktivitas Perusahaan

Aktivitas perusahaan merupakan kegiatan-kegiatan yang terjadi dalam dan di luar perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung yang akan mempengaruhi kelancaran perusahaan. Dengan aktivitas perusahaan yang lancar diharapkan akan dapat mendorong tercapainya perusahaan secara efektif dan efisien dalam usaha meningkatkan hasil yang seoptimal mungkin.

Adapun aktivitas bengkel UD. Cipta Karya ini diantaranya memasarkan *sparepart* (suku cadang) sepeda motor, *chain saw*, diesel, alat bangunan, listrik dan lainnya. Dan yang terpenting adalah sesuai di bidangnya yaitu jasa bubut, boring, fress, dan lainnya. Dan ternyata selain jasa perbaikan sepeda motor bengkel UD. Cipta Karya ini juga menjual alat-alat di luar untuk sepeda motor. Untuk jasa service dan perbaikan sepeda motor model atau tipe kendaraan yang dapat mereka perbaiki pada bengkel ini adalah semua jenis sepeda motor, bengkel UD. Cipta Karya juga menyediakan suku cadang yang asli dan lengkap untuk semua jenis dan tipe sepeda motor, diharapkan hal ini dapat membantu pelanggan dan memberikan kemudahan dalam mengatasi kerusakan pasca pembelian.

Adapun tingkat pemakaian jasa bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya selama 5 tahun terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Data jumlah pelanggan bengkel UD. Cipta Karya Tahun 2013-2017

No	Tahun	Jumlah Pelanggan/Tahun
1	2013	5.847
2	2014	5.861
3	2015	5.893
4	2016	5.970
5	2017	6.175
Total		29.746

sumber: UD. Cipta Karya

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa jumlah pelanggan setiap tahunnya mengalami peningkatan yang baik, seperti pada tahun 2013 dan 2014 jumlah pelanggan mengalami peningkatan, selanjutnya tahun 2015 dan 2016 jumlah pelanggan meningkat seiring membaiknya tingkat perekonomian masyarakat. Dan untuk tahun 2017 peningkatan semakin membaik. Dari peningkatan jumlah pelanggan yang terus bertambah di harapkan perusahaan lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya, dan bukan dari segi pelayanannya saja, dari segi harga, ketepatan waktu pengerjaan, kebersihan dan kerapian pekerjaan maupun sarana dan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya juga harus diperhatikan agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam usaha jasa perbengkelan perusahaan dapat mengetahui kepuasan konsumennya (pelanggan) secara langsung dari konsumen karena tidak adanya batas antara konsumen dan perusahaan.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden

5.1.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Bagian ini akan memberikan gambaran umum mengenai responden dilihat dari kelompok jenis kelamin, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.1
Responden menurut kelompok jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Skor	
		Frekuensi	%
1	Perempuan	10	10.20%
2	Laki-laki	88	89.80%
	Jumlah	98	100.00%

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan tabel 5.1 diatas, diketahui bahwa berdasarkan dari kelompok perempuan sebanyak 10 orang atau 10.20% dan laki-laki sebanyak 88 orang atau 89.80% dari jumlah sampel yang di tetapkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden adalah laki-laki.

5.1.2 Responden Berdasarkan Umur

Selanjutnya bagian ini akan memberikan gambaran umum mengenai responden dilihat dari kelompok umur, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.2
Responden Menurut Kelompok Umur

No	Umur Responden	Skor	
		Frekuensi	%
1	15-24	32	32.66%
2	25-34	30	30.61%
3	>35	36	36.73%
	Jumlah	98	100.00%

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan tabel 5.2 diatas, diketahui bahwa berdasarkan dari jumlah sampel yang di tentukan kelompok umur responden yang berkisar antara 20-29 tahun sebanyak 25 orang atau 25.51%, kemudian 30-49 tahun sebanyak 61 orang atau 62,24%, dan > 40 tahun sebanyak 12 orang atau 12,24%, dari 98 orang responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata umur responden 30-39 tahun.

5.2 Uji Validitas dan Realibilitas

5.2.1 Uji Validitas

Validitas merupakan konsep pengukuran yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrument tersebut menghasilkan hasil ukur sesuai dengan tujuan pengukurannya. Jika suatu item pernyataan dinyatakan tidak valid maka item pertanyaan itu tidak dapat digunakan dalam uji-uji selanjutnya. Uji validitas dengan melihat koefisien korelasi (*pearson correlation*) antara butir-butir pertanyaan dengan skor jawaban.

Kemudian nilai koefisien korelasi dari setiap item pernyataan dibandingkan dengan 0.196. Jika koefisien korelasi suatu item lebih kecil dari 0.196 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pernyataan lainnya daripada dengan variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid (Umar : 2012). Berdasarkan data yang diperoleh telah dilakukan uji korelasi pearson dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 5.3
Hasil Uji Validitas Variabel *Tangible*

Tangible	R Hitung	R tabel	Ket
TA.1	0.631	0.196	Valid
TA.2	0.616	0.196	Valid
TA.3	0.494	0.196	Valid

Sumber : Data Hasil Penelitian

Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan variabel *Tangible* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang berarti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya.

Tabel 5.4
Hasil Uji Validitas Variabel *Reliability*

Reliability	R Hitung	R tabel	Ket
RE.1	0.591	0.196	Valid
RE.2	0.693	0.196	Valid
RE.3	0.595	0.196	Valid

Sumber : Data Hasil Penelitian

Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan variabel *Reliability* dalam

penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang berarti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya.

Tabel 5.5
Hasil Uji Validitas Variabel *Responsiveness*

Responsiveness	R Hitung	R tabel	Ket
RES.1	0.589	0.196	Valid
RES.2	0.497	0.196	Valid
RES.3	0.731	0.196	Valid
RES.4	0.555	0.196	Valid

Sumber : Data Hasil Penelitian

Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan variabel *Responsiveness* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang berarti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya.

Tabel 5.6
Hasil Uji Validitas Variabel *Assurance*

Assurance	R Hitung	R tabel	Ket
AS.1	0.676	0.196	Valid
AS.2	0.604	0.196	Valid
AS.3	0.757	0.196	Valid
AS.4	0.659	0.196	Valid
AS.5	0.518	0.196	Valid

Sumber : Data Hasil Penelitian

Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan variabel *Assurance* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang berarti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya.

Tabel 5.7
Hasil Uji Validitas Variabel *Emphaty*

Emphaty	R Hitung	R tabel	Ket
EM.1	0.647	0.196	Valid
EM.2	0.598	0.196	Valid
EM.3	0.505	0.196	Valid
EM.4	0.667	0.196	Valid

Sumber : Data Hasil Penelitian

Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan variabel *Emphaty* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang bearti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah angka indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dipercaya atau dapat diandalkan. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan suatu konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala yang sama.

Pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel. Pengukuran yang reliablitas menunjukan instrument sudah dipercaya sehingga menghasilkan data dapat dipercaya. Uji Reabilitas adalah alat untuk indikator dari variabel dan konstruk. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur Reabilitas dengan uji Statistik *Cronbach Alpha*. Suatu pengukuran dapat

diandalkan apabila memiliki koefisien *cronbach's alpha* sama atau lebih dari 0,60.

Tabel 5.8
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	<i>Tangible</i>	0.785	Reliabel
2.	<i>Reliability</i>	0.803	Reliabel
3.	<i>Resposiveness</i>	0.779	Reliabel
4.	<i>Assurance</i>	0.784	Reliabel
5.	<i>Emphaty</i>	0.780	Reliabel

Sumber : Data Hasil Penelitian

Berdasarkan tabel 5.8 tersebut dapat dilihat, koefisien *alpha* untuk masing-masing variabel >0.60 , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian yang *reliabel* karena nilai *cronbach alpa* lebih besar dari nilai koefisien *alpa* 0.60.

5.3 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan

5.3.1 *Tangible*

1.) Karyawan berpakaian rapi

Para pegawai yang memiliki tampilan fisik menarik cenderung lebih percaya diri. Dengan kepercayaan diri yang baik, para pegawai yang berpenampilan menarik sering dianggap memiliki kemampuan lebih unggul. Menilai kemampuan kerja seseorang berdasarkan penampilannya memang tampak tidak adil dan kurang sopan. Tapi ternyata peduli pada penampilan pribadi satu kemampuan profesional yang dicari para atasan.

Maka jawaban responden tentang karyawan berpakaian rapi dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 5.9
Jawaban responden tentang karyawan berpakaian rapi

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	10	10.20%	50
Setuju	47	47.96%	188
Netral	38	38.78%	114
Tidak Setuju	3	3.06%	6
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	358

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya berpakaian rapi menjadi mutlak yang harus dipakai setiap karyawan bengkel, dan pada kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel di atas menunjukkan bahwa 47 orang dari 98 orang sampel penelitian menyatakan bahwa karyawan berpakaian rapi sudah baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden melihat karyawan yang berpakaian rapi dan menjaga kebersihannya, meskipun pekerjaan mereka tidak luput dari oli yang kotor dan lainnya.

3. Apa Penyebabnya?

Karena ketersediaan dana pemilik untuk memperhatikan kerapian karyawannya dengan disediakannya baju yang seragam agar terlihat lebih rapi dan lebih bisa menjaga kebersihan pakaiannya.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa itu adalah kerapian, berpakaian rapi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi disiplin kerja karyawan, karena dengan berpakaian rapi suasana kerja akan terasa nyaman dan rasa percaya diri dalam bekerja akan tinggi meskipun kita mengetahui yang namanya kerja di bengkel pasti kotor-kotoran namun di dalam bengkel sekalipun jika pakaian rapi dan seragam pasti menambah rasa kepuasan konsumen untuk memilih jasa dibengkel tersebut dengan melihat karyawannya yang disiplin dan seragam.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 47 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap karyawan berpakaian rapi dengan persentase sebesar 47,96% atau dengan kata lain karyawan berpakaian rapi sudah baik.

2.) Bengkel memiliki peralatan yang modern

Dengan mengetahui macam-macam jenis dan fungsi alat kerja dan mesin perbengkelan dapat meningkatkan pengetahuan tentang perbengkelan dan dapat dipergunakan dalam proses kerja perbengkelan dengan lebih baik dan tepat. Tentunya dalam pengerjaan bengkel yang penuh resiko kecelakaan, keselamatan kerja menjadi hal utama dalam proses pengerjaan dalam perbengkelan. Dengan mematuhi segala aturan dan menjaga setiap alat kerja mesin dengan perawatan yang rutin dapat mengurangi

resiko kecelakaan itu sendiri. Karena sedikit keteledoran dapat berdampak sangat buruk baik bagi pekerja itu sendiri maupun penyelesaian pekerjaan dalam bengkel.

Misalnya seperti peralatan bengkel pada berikut ini:

1. Macam-macam kunci

Seperti kunci ring, kunci pas, kunci sok, obeng, tang, kunci mata bor dan lainnya.

2. Alat-alat yang digunakan dibengkel

Seperti alat potong plat, Alat-alat kerja bangku (gergaji tangan, kikir, tap, snai, siku-siku)

3. Mesin-mesin yang digunakan dibengkel

Seperti mesin bubut, mesin frais, mesin gergaji, mesin gerindra, las listrik.

Maka jawaban responden tentang Bengkel memiliki peralatan yang modern dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.10
Jawaban responden tentang bengkel memiliki peralatan yang modern

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	10	10.20%	50
Setuju	63	64.29%	252
Netral	22	22.45%	66
Tidak Setuju	3	3.06%	6
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	374

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwasannya bengkel memiliki peralatan yang modern menjadi hal yang harus dipenuhi dan

dimiliki guna untuk memperbaiki hasil kinerja karyawannya agar lebih maksimal, dan pada kenyataannya 63 orang dari 98 orang sampel penelitian menyatakan bahwa bengkel memiliki peralatan yang modern.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena dari yang responden lihat peralatan yang digunakan karyawannya sudah lebih canggih atau modern dari sebelumnya yang mereka gunakan.

3. Apa penyebabnya?

Karena dana yang tersedia untuk melengkapi peralatan bengkel yang lebih modern.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa itu adalah bengkel memiliki peralatan yang modern, dengan adanya peralatan bengkel yang modern kinerja karyawan juga semakin baik dan menuai hasil yang maksimal.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari 98 orang pada sampel penelitian ini sebanyak 63 orang menyatakan setuju atau dengan kata lain sudah baik dengan persentase 64,29% bahwa bengkel memiliki peralatan yang modern.

3.) Lokasi bengkel yang strategis

Lokasi menjadi perhitungan oleh sebagian konsumen, karna jarak lokasi bengkel dengan rumah yang cukup jauh akan menimbulkan rasa malas apalagi disaat terik matahari, tetapi jika kinerja karyawannya baik dan

harga juga terjangkau saya rasa tidak masalah jika jarak cukup jauh. Maka lokasi bengkel yang strategis juga berperan penting dalam penilaian konsumen untuk memilih dibengkel tersebut.

Maka jawaban responden tentang Lokasi bengkel yang strategis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.11
Jawaban responden tentang Lokasi bengkel yang strategis

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	42	42.86%	210
Setuju	41	41.84%	164
Netral	15	15.31%	45
Tidak Setuju	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	419

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya lokasi bengkel yang strategis menjadi hal yang penting di perhatikan oleh konsumen atau pelanggan, dan pada kenyataannya sebanyak 42 orang responden menyatakan setuju terhadap lokasi bengkel yang stragis.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena lokasi bengkel yang memang strategis untuk di tempuh oleh konsumennya.

3. Apa penyebabnya?

Karena strategi penentuan lokasi bengkel yang baik, dan melihat peluang untuk pemasaran jasa tersebut.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah lokasi bengkel yang strategis, Lokasi strategis adalah lokasi yang menguntungkan, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Salah satu hal yang paling banyak dibahas dalam teori lokasi adalah pengaruh jarak terhadap intensitas orang bepergian dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Analisis ini dapat dikembangkan untuk melihat suatu lokasi yang memiliki daya tarik terhadap batas wilayah pengaruhnya, dimana orang masih ingin mendatangi pusat yang memiliki daya tarik tersebut.

5. Kesimpulan

Bahwasannya 42 orang dari 98 orang pada sampel penelitian menyatakan sangat setuju sebesar 42.86% terhadap lokasi bengkel yang strategis atau dengan kata lain lokasi bengkel yang strategis sangat baik.

4.) Rekapitulasi jawaban responden tentang *Tangible*

Dari penilaian beberapa point indikator dari dimensi *tangible* ini maka Rekapitulasi jawaban responden tentang *tangible* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.12
Rekapitulasi jawaban responden tentang *Tangible*

No	Responsiveness	Skor Jawaban					Jumlah
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
1	Karyawan berpakaian rapi	10	47	38	3	-	
	Bobot nilai	50	188	114	6	-	388
2	Bengkel memiliki peralatan yang modern	10	63	22	3	-	
	Bobot nilai	50	252	66	6	-	374
3	Lokasi bengkel yang strategis	42	41	15	-	-	
	Bobot nilai	210	164	45	-	-	419
Total bobot nilai							1.018

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang *Tangible* (bukti fisik) dengan skor jawaban menunjukkan bahwa dimensi *tangible* yang harus lebih di perhatikan yaitu pada indikator bengkel memiliki peralatan yang modern karena melihat dari jumlah skor jawaban yang lebih rendah sebesar 374 dibandingkan dengan jumlah skor indikator lainnya.

5.3.2 Reliability

1.) Layanan yang diberikan sesuai prosedur

Pelayanan jasa yang di berikan dilalukan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan sesuai prosedur perbaikan dibengkel tersebut.

Maka jawaban responden tentang layanan yang diberikan sesuai prosedur dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5.13
Jawaban responden tentang layanan yang diberikan sesuai prosedur

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	12	12.24%	60
Setuju	65	66.33%	260
Netral	20	20.41%	60
Tidak Setuju	1	1.03%	2
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	380

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya layanan yang diberikan sesuai prosedur menjadi hal yang mutlak untuk diperhatikan dan pada setiap karyawan bengkel tersebut, dan pada kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel di atas menunjukkan bahwa 65 orang dari 98 orang pada sampel penelitian menyatakan bahwa layanan yang diberikan sesuai prosedur sudah baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden melihat bahwa kinerja yang mereka lakukan sesuai dengan prosedur yang ada.

3. Apa penyebabnya?

Karena pemimpin yang selalu memberikan perhatian serta arahan, dan mengontrol pekerjaan karyawannya agar yang dikerjakan sesuai dengan prosedurnya.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah layanan yang diberikan sesuai prosedur, layanan yang di berikan sesuai prosedur berarti layanan

yang diberikan sesuai yang dibutuhkan pada kerusakan motor tersebut, misalnya kerusakan pada karburator maka layanan yang diberikan sesuai pada kerusakannya, kecuali ada terlihat kerusakan yang lain di temukan, maka harus ada kejelasan informasi kerusakan terlebih dahulu kepada konsumen atau pelanggan bengkel tersebut.

5. Kesimpulan

Bahwasannya 65 orang dari 98 orang pada sampel penelitian menyatakan setuju sebesar 66,33% atau dengan kata lain sudah baik terhadap layanan yang diberikan sesuai prosedur.

2.) Kecepatan pengecekan awal pada motor

Pemeriksaan tidak hanya sebatas pada mesin saja, namun juga pemeriksaan pada komponen lainnya, seperti OH Rem, OH Karburator, OH Transmisi, dan OH Distributor. Jadi *overhaul* adalah suatu kegiatan pembongkaran mesin pada kendaraan, dan kemudian komponen mesin tersebut diperiksa dengan sangat teliti supaya didapat data-data yang sah, sehingga langkah perbaikan selanjutnya dapat tepat, serta masalah pada mesin tersebut teratasi.

Orang awam sering menyebutkan pemeriksaan mesin sebagai turun mesin. Pada saat melakukan pemeriksaan mesin banyak komponen-komponen mesin yang diperiksa dengan sangat teliti, seperti piston, poros engkol, silinder blok, mekanisme katup, poros nok, dan lain sebagainya. Umumnya pemeriksaan mesin dilakukan karena adanya masalah pada

bagian mesin seperti adanya suara abnormal, kompresi rendah atau adanya oli yang terbakar akibat ausnya ring piston atau silinder pada silinder blok, kerusakan pada piston, batang piston, poros engkol dan lain sebagainya. Selain pemeriksaan mesin juga ada yang namanya *engine semi overhaul*, yaitu pembongkaran hanya setengah dari bagian mesin, tidak sampai pada silinder blok. Hal ini dilakukan ketika terjadi bercampurnya oli dan air akibat kepala silinder melengkung, ditambah gasket kepala silinder yang sudah rusak. Atau kerusakan pada mekanisme katup, poros nok, dan lain sebagainya.

Maka jawaban responden tentang Kecepatan pengecekan awal pada motor dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.14
Jawaban Responden tentang kecepatan pengecekan awal pada motor

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	8	8.16%	40
Setuju	48	48.98%	192
Netral	40	40.82%	120
Tidak Setuju	2	2.04%	4
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	356

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya kecepatan pengecekan awal pada motor menjadi hal yang mutlak untuk diperhatikan dan pada setiap karyawan bengkel tersebut untuk bersikap tanggap terhadap keluhan sepeda motor konsumennya, dan pada kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel di atas menunjukkan bahwa 48 orang dari

98 orang pada sampel penelitian menyatakan bahwa kecepatan pengecekan awal pada motor sudah baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden melihat ketanggapan karyawan yang tanggap dalam mengecek kerusakan pada motor.

3. Apa penyebabnya?

Karena pemimpin yang peduli terhadap kinerja karyawannya sehingga kinerja karyawan juga sering di control dan memberikan arahan jika didapati adanya keteledoran. Karna pemimpin yang tanggap akan mendorong karyawannya untuk tanggap juga terhadap tanggung jawabnya.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah kecepatan pengecekan awal pada motor. Pemeriksaan atau *overhaul* dalam istilah otomotif merupakan suatu kata dalam bahasa Inggris yang mempunyai arti pemeriksaan yang sangat teliti. Pengecekan awal pada motor saat konsumen datang maka mekanik atau karyawan segera memeriksa atau melakukan pemeriksaan, pemeriksaan ini meliputi pembongkaran komponen-komponen kendaraan, kemudian diperiksa dengan sangat teliti agar didapat data-data yang sah, sehingga langkah perbaikan selanjutnya dapat tepat atau sesuai. pengecekan awal pada motor ini harus disesuaikan dengan apa yang dikeluhkan konsumennya pada kerusakan motor tersebut.

5. Kesimpulan

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya 48 orang dari 98 orang pada sampel penelitian menyatakan setuju sebesar 48,98% atau dengan kata lain sudah baik terhadap kecepatan pengecekan awal pada motor.

3.) Ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang dijanjikan

Kinerja pelayanan jasa yang dapat dipercaya merupakan harapan dari konsumen dan berarti bahwa pelayanan tersebut telah dikerjakan tepat waktu, dengan cara yang sama/konsisten, dan tanpa kesalahan setiap saat.

Maka jawaban responden tentang Ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang di janjikan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.15
Jawaban responden tentang ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang dijanjikan

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	2	2.04%	10
Setuju	35	35.71%	140
Netral	59	60.20%	177
Tidak Setuju	2	2.04%	4
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	331

Sumber: Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya Ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang di janjikan menjadi hal yang mutlak untuk diperhatikan dan pada setiap karyawan bengkel tersebut untuk bisa bersikap konsisten terhadap waktu penyelesaian sepeda motor konsumennya, dan pada kenyataannya sesuai jawaban responden pada

tabel di atas menunjukkan bahwa 59 orang dari 98 orang pada sampel penelitian menyatakan netral bahwa ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang dijanjikan.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden melihat kinerja karyawan yang memang membutuhkan waktu lebih untuk penyelesaian perbaikan motor konsumen atau pelanggan jasa tersebut.

3. Apa penyebabnya?

Karena dengan melihat tingkat kesulitan perbaikannya.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa yaitu ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang dijanjikan. Kemampuan untuk mengerjakan pelayanan yang dijanjikan secara dependen dan akurat itu adalah hal yang sangat diinginkan oleh konsumen atau pelanggan karena termasuk pada kepuasan tersendiri yang mereka rasakan dengan kinerja karyawan tersebut, hal ini menjadikan satu hal juga untuk mengetahui kualitas layanan bengkel tersebut.

5. Kesimpulan

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya 59 orang dari 98 orang pada sampel penelitian menyatakan netral sebesar 60.20% atau dengan kata lain cukup baik terhadap ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang dijanjikan.

4.) Rekapitulasi jawaban responden tentang *Reliability*

Dari penilaian beberapa point indikator dari dimensi *reliability* ini maka rekapitulasi jawaban responden tentang *Reliability* dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 5.16
Rekapitulasi jawaban responden tentang *Reliability*

No	Responsiveness	Skor Jawaban					Jumlah
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
1	Layanan yang diberikan sesuai prosedur	12	65	20	1	-	
	Bobot nilai	60	260	60	2	-	380
2	Kecepatan pengecekan awal pada motor	8	48	40	2	-	
	Bobot nilai	40	192	120	4	-	356
3	Ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang di janjikan	2	35	59	2	-	
	Bobot nilai	10	140	177	4	-	331
Total bobot nilai							1.067

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang *reliability* (Kehandalan) dengan skor jawaban menunjukkan bahwa dimensi *reliability* yang harus di perbaiki dan diperhatikan yaitu pada indikator ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang dijanjikan karena melihat dari jumlah skor jawaban yang lebih rendah sebesar 331 dibandingkan dengan jumlah skor indikator lainnya.

5.3.3 Responsiveness

1.) Karyawan mengetahui kebutuhan konsumen

Pada indikator ini karyawan diminta untuk paham dan jeli akan kebutuhan konsumennya, apa yang menjadi kebutuhan konsumen tersebut karyawan atau mekanik harus tanggap dan mampu memberikan tindakan.

Maka jawaban responden tentang Karyawan mengetahui kebutuhan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.17
Jawaban responden tentang Karyawan mengetahui kebutuhan konsumen

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	8	8.16%	40
Setuju	48	48.98%	192
Netral	40	40.82%	120
Tidak Setuju	2	2.04%	4
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	356

Sumber: Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya karyawan mengetahui kebutuhan konsumen harus ditanamkan pada diri karyawan masing-masing, kenyataannya sesuai jawaban responden menunjukkan bahwa 48 orang dari 98 orang sampel penelitian menyatakan bahwa karyawan mengetahui kebutuhan konsumen sudah baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden melihat bahwa ketanggapan karyawan mengenai konsumen yang baik

3. Apa penyebabnya?

Karena karyawan memang diharuskan mengerti terhadap kebutuhan konsumennya masing-masing.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah karyawan mengetahui kebutuhan konsumennya. Pada indikator ini karyawan diminta untuk paham dan jeli akan kebutuhan konsumennya, apa yang menjadi kebutuhan konsumen tersebut karyawan atau mekanik harus tanggap dan mampu memberikan tindakan.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 48 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap karyawan mengetahui kebutuhan konsumen dengan persentase sebesar 48.98% atau dengan kata lain karyawan mengetahui kebutuhan konsumen sudah baik.

2.) Karyawan memberikan layanan yang tepat

Fasilitas pelayanan adalah sarana yang memegang peranan dalam pelaksanaan fungsi pelayanan menghadapi pelanggan. Aspek ini penting karena berkaitan dengan pelanggan sebagai pengguna jasa servis, karyawan atau mekanik harus mampu memberikan pelayanan yang tepat sesuai proporsi yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut.

Maka jawaban responden tentang Karyawan memberikan layanan yang tepat dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.18
Jawaban responden tentang karyawan memberikan layanan yang tepat

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	2	2.04%	10
Setuju	35	35.71%	140
Netral	59	60.20%	177
Tidak Setuju	2	2.04%	4
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	331

Sumber: Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya karyawan memberikan layanan yang tepat menjadi hal yang perlu di perhatikan, pada kenyataannya sesuai jawaban responden menunjukkan bahwa 59 orang dari 98 orang sampel penelitian menyatakan netral terhadap karyawan memberikan layanan yang tepat.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden melihat masih kurang puas terhadap karyawan memberikan layanan yang tepat terhadap konsumennya.

3. Apa penyebabnya?

Karyawan yang kurang mampu memberikan layanan yang tepat dan pimpinan yang kurang memperhatikan karyawannya.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah karyawan memberikan layanan yang tepat, Fasilitas pelayanan adalah sarana yang memegang peranan dalam pelaksanaan fungsi pelayanan menghadapi pelanggan.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 59 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan netral terhadap karyawan memberikan layanan yang tepat dengan persentase sebesar 60.20% atau dengan kata lain karyawan memberikan layanan yang tepat cukup baik.

3.) Jika ada masalah, pihak bengkel simpatik dan memberikan kepastian

Dalam proses pemeriksaan atau pengecekan pada sepeda motor konsumen, dapat dipastikan ada masalah pada motor tersebut, dan karyawan atau mekanik harus mampu memberikan kepastian tindakan apa yang harus dilakukan untuk perbaikan motor tersebut kepada konsumen.

Maka jawaban responden tentang Jika ada masalah, pihak bengkel simpatik dan memberi kepastian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.19
Jawaban responden tentang Jika ada masalah, pihak bengkel simpatik dan memberi kepastian

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	10	10.20%	50
Setuju	31	31.63%	124
Netral	56	57.14%	168
Tidak Setuju	1	1.02%	2
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	344

Sumber: Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya jika ada masalah, pihak bengkel simpatik dan memberikan kepastian harus lebih di perhatikan lagi dan pada kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel diatas menunjukkan bahwa 56 orang dari 98 orang sampel penelitian menyatakan bahwa jika ada masalah, karyawan simpatik dan memberikan kepastian cukup baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena reponden melihat karyawan yang kurang mampu memberikan rasa simpatik dan kepastian terhadap konsumennya.

3. Apa penyebabnya?

Karena karyawan yang masih ragu-ragu terhadap keputusannya untuk memberikan rasa simpatik dan kepastian terhadap konsumen atau pelanggan jasa tersebut atas masalah yang timbul.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah jika ada masalah, pihak bengkel simpatik dan memberikan kepastian. Dalam proses pemeriksaan atau pengecekan pada sepeda motor konsumen, dapat dipastikan ada masalah pada motor tersebut, dan karyawan atau mekanik harus mampu memberikan kepastian tindakan apa yang harus dilakukan untuk perbaikan motor tersebut kepada konsumen.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 56 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan netral terhadap indikator jika ada masalah, pihak bengkel simpatik dan memberikan kepastian dengan persentase 57.14% atau dengan kata lain cukup baik.

4.)Memiliki kemauan membantu konsumen

Dalam kesempatan ini karyawan atau mekanik diminta untuk *resflect* terhadap kesulitan yang di miliki konsumen tersebut, misal konsumen memiliki masalah terhadap motornya, tetapi konsumen tidak mengerti apa dan dimana kerusakannya maka disini para karyawan/mekanik diminta untuk *resflect* atau peduli terhadap konsumennya.

Maka jawaban responden tentang Memiliki kemauan membantu konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.20
Jawaban responden tentang Memiliki kemauan membantu konsumen

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	10	10.20%	50
Setuju	31	31.63%	124
Netral	56	57.14%	168
Tidak Setuju	1	1.02%	2
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	344

Sumber: Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya memiliki kemauan membantu konsumen manjadi mutlak yang harus dimiliki oleh karyawan, dan kenyataannya sesuai jaawaban responden pada tabel diatas menunjukkan bahwa 56 orang sampel penelitian menyatakan bahwa memiliki kemauan membantu konsumen cukup baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden melihat karyawan yang hanya terfokus pada pekerjaannya terlebih dahulu, baru kemudian dapat membantu permasalahan lain terhadap konsumennya.

3. Apa penyebabnya?

Karena karyawan yang mengejar waktu penyelesaian pekerjaannya terlebih dahulu.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah memiliki kemauan membantu konsumen. karyawan atau mekanik diminta untuk *respect* terhadap kesulitan yang di miliki konsumen tersebut, misal konsumen

memiliki masalah terhadap motornya, tetapi konsumen tidak mengerti apa dan dimana kerusakannya maka disini para karyawan/mechanik diminta untuk *respect* atau peduli terhadap konsumennya.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 56 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan netral terhadap indikator memiliki kemauan membantu konsumen dengan persentase sebesar 57.14% atau dengan kata lain cukup baik.

5.) Rekapitulasi jawaban responden tentang *Responsiveness*

Dari penilaian beberapa point indikator dari dimensi *responsiveness* ini maka Rekapitulasi Jawaban responden tentang *Responsiveness* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.21
Rekapitulasi jawaban responden tentang *Responsiveness*

No	Responsiveness	Skor Jawaban					Jumlah
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
1	Karyawan mengetahui kebutuhan konsumen	8	48	40	2	-	
	Bobot nilai	40	192	120	4	-	356
2	Karyawan memberikan pelayanan yang tepat	2	35	59	2	-	
	Bobot nilai	10	140	177	4	-	331
3	Jika ada masalah, pihak bengkel simpatik dan memberi kepastian	10	31	56	1	-	
	Bobot nilai	50	124	168	2	-	344
4	Memiliki kemauan membantu konsumen	10	31	56	1	-	
	Bobot nilai	50	124	168	2	-	344
Total bobot nilai							1.375

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang *responsiveness* (daya tanggap) dengan skor jawaban menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness* yang harus lebih diperhatikan yaitu indikator karyawan memberikan pelayanan yang tepat karena melihat dari jumlah skor jawaban yang lebih rendah sebesar 331 dibandingkan dengan jumlah skor indikator lainnya.

5.3.4 Assurance

1.) Bengkel dapat dipercaya

Dalam indikator ini konsumen memilih tempat yang dapat iya percaya untuk merawat sepeda motornya, percaya dalam hal tidak ada kecurangan harga, kejujuran penyampaian kerusakan motor kepada konsumen. Maka konsumen yang cerdas akan memilah dan dapat membandingkan dari pengalaman sebelumnya dari bengkel satu dengan yang lainnya. Maka dalam hal ini bengkel di minta mempunyai karyawan dan bengkel itu sendiri untuk bersifat jujur terhadap konsumennya.

Maka jawaban responden tentang Bengkel dapat dipercaya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.22
Jawaban responden tentang Bengkel dapat dipercaya

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	8	8.16%	40
Setuju	68	69.39%	272
Netral	20	20.41%	60
Tidak Setuju	2	2.04%	4
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	376

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya bengkel dapat dipercaya menjadi mutlak untuk diperhatikan, dan pada kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel diatas menunjukkan bahwa 68 orang dari

98 orang sampel penelitian menyatakan bahwa bengkel dapat dipercaya sudah baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden merasakan bengkel tersebut memang dapat dipercaya yang menyebabkan mereka menjadi loyal.

3. Apa penyebabnya?

Karena pihak bengkel atau pemimpin yang memberikan jaminan terhadap konsumennya, dan loyalnya konsumen terhadap bengkel tersebut.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah bengkel dapat dipercaya. konsumen memilih tempat yang dapat dipercaya untuk merawat sepeda motornya, percaya dalam hal tidak ada kecurangan harga, kejujuran dalam penyampaian kerusakan motor dan lain sebagainya. Maka konsumen yang cerdas akan memilah dan dapat membandingkan dari pengalaman sebelumnya dari bengkel satu dengan yang lainnya.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 68 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap indikator bengkel dapat dipercaya dengan persentase sebesar 69.39% atau dengan kata lain sudah baik.

2.) Karyawan menguasai jasa yang ditawarkan

Karyawan atau mekanik yang memiliki kemampuan rendah dalam masalah perbaikan sepeda motor mungkin pernah kita jumpai, maka dari itu pihak bengkel dalam merekrut karyawan harus diteliti dan di pilah dengan jeli mana yang mampu membawa bengkel tersebut berkembang/maju dan mana yang tidak mampu, karna kualitas pelayanan juga dilihat dari bagaimana konsumen tersebut merasa puas dengan jasa yang diberikan oleh pihak bengkel yang di tangani langsung oleh karyawan/mekanik tersebut.

Maka jawaban responden tentang Karyawan menguasai jasa yang ditawarkan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.23
Jawaban responden tentang Karyawan menguasai jasa yang ditawarkan

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	15	15.31%	75
Setuju	72	73.47%	288
Netral	11	11.22%	33
Tidak Setuju	-	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	396

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel di atas seyogianya karyawan menguasai jasa yang ditawarkan menjadi hal mutlak yang harus dipenuhi dan dimiliki karyawannya, kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel di atas menunjukkan bahwa 72 orang menyatakan bahwa karyawan berpakaian rapi sudah baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden yang merasa puas dengan hasil kinerja karyawan yang menguasai jasa yang ditawarkannya.

3. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena pimpinan yang menekankan bahwa karyawannya harus menguasai jasa yang ditawarkannya dengan bertujuan terciptanya visi dan misi bengkel tersebut yaitu agar konsumen atau pelanggan jasa merasa puas dengan hasil kinerja mereka.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah karyawan menguasai jasa yang ditawarkannya. Karyawan atau mekanik yang memiliki kemampuan rendah dalam masalah perbaikan sepeda motor mungkin pernah kita jumpai, maka dari itu pihak bengkel dalam merekrut karyawan harus diteliti dan di pilah dengan jeli mana yang mampu membawa bengkel tersebut berkembang/maju dan mana yang tidak mampu, karna kualitas pelayanan juga dilihat dari bagaimana konsumen tersebut merasa puas dengan jasa yang diberikan oleh pihak bengkel yang di tangani langsung oleh karyawan/mekanik tersebut.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 72 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap indikator karyawan menguasai jasa yang ditawarkan dengan persentase sebesar 73.47% atau dengan kata lain sudah baik.

3.) Karyawan yang sopan

Bersikap sopan kepada rekan kerja, pimpinan dan konsumen serta selalu beretika baik dalam bekerja merupakan salah satu ciri karyawan yang baik. Karena seorang karyawan yang bersikap seperti ini akan dihargai dan dicari oleh pimpinan, rekan kerja maupun konsumen juga memiliki nilai tambah. Karyawan yang baik juga selalu mengikuti kebijakan tempat dia bekerja dan selalu mentaati aturan-aturan tempat kerjanya.

Maka jawaban responden tentang Karyawan yang sopan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.24
Jawaban responden tentang Karyawan yang sopan

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	9	9.18%	45
Setuju	39	39.80%	156
Netral	48	48.98%	144
Tidak Setuju	2	2.04%	4
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100%	349

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya karyawan yang sopan menjadi hal yang mutlak demi menjaga image bengkel tersebut. Kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel diatas menunjukkan bahwa 48 orang dari 98 orang sampel penelitian menyatakan bahwa karyawan yang sopan cukup baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden melihat kesopanan karyawan bengkel tersebut kurang.

3. Apa penyebabnya?

Karena kurangnya rasa menghargai dan melayani konsumen dengan baik yang berdampak kesopanan mereka menjadi kurang sehingga tidak bisa menyesuaikan diri mereka untuk menyikapi konsumennya.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah karyawan yang sopan. Bersikap sopan kepada rekan kerja, pimpinan dan konsumen serta selalu beretika baik dalam bekerja merupakan salah satu ciri karyawan yang baik. Karena seorang karyawan yang bersikap seperti ini akan dihargai dan dicari oleh pimpinan, rekan kerja maupun konsumen atau pelanggan jasa juga memiliki nilai tambah dari hasil kinerjanya.

5. Kesimpulan

Berdasarkan dari sampel 98 orang sebanyak 48 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan netral terhadap indikator karyawan yang sopan dengan persentase sebesar 48.98% atau dengan kata lain cukup baik.

4.) Konsumen merasa aman bertransaksi

Dalam hal ini bengkel diharapkan dapat menunjukkan bahwa konsumen percaya terhadap bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya dan konsumen merasa aman bertransaksi dengan karyawan bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya.

Maka jawaban responden tentang Konsumen merasa aman bertransaksi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.25
Jawaban responden tentang Konsumen merasa aman bertransaksi

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	10	10.20	50
Setuju	31	31.63	124
Netral	56	57.14	168
Tidak Setuju	1	1.02	2
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100	344

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan dari tabel diatas seyogianya konsumen merasa aman bertransaksi menjadi hal yang mutlak di penuhi oleh pihak bengkel kepada karyawannya. Pada kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel diatas menunjukkan bahwa 56 orang dari 98 orang sampel penelitian menyatakan bahwa konsumen merasa aman bertransaksi cukup baik dirasakan.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden merasakan sedikit kurang aman bertransaksi di bengkel tersebut.

3. Apa penyebabnya?

Karena tempat kasir yang menjadi lalu lalang karyawan yang ingin mengambil peralatan atau onderdil yang melalui tempat bertransaksi tersebut.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah konsumen merasa aman bertransaksi. Dalam hal ini bengkel diharapkan dapat menunjukkan bahwa konsumen percaya terhadap bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya dan konsumen merasa aman bertransaksi dengan karyawan bengkel sepeda motoe UD. Cipta Karya.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 56 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan netral terhadap konsumen merasa aman bertransaksi dengan persentase 57.14% atau dengan kata lain cukup baik.

5.)Jaminan kualitas produk dan jasa

Quality Assurance atau penjamin mutu adalah istilah yang biasanya berhubungan dengan produsen, produk atau jasa, dan konsumen sebagai pelanggan. Akan tetapi saat ini mutu dari sebuah produk atau jasa dinilai berdasarkan kepuasan pelanggan. Maka bengkel juga dapat menjamin kualitas produk dan jasa yang ditawarkan oleh konsumen, dengan

begitu kualitas pelayanan akan terjawab dengan adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tersebut.

Maka jawaban responden tentang Jaminan kualitas produk dan jasa dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.26
Jawaban responden tentang Jaminan kualitas produk dan jasa

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	17	17.35	85
Setuju	66	67.35	264
Netral	13	13.27	39
Tidak Setuju	2	2.04	4
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100	392

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya jaminan kualitas produk dan jasa menjadi hal yang mutlak di berikan kepada konsumen atau pelanggannya, kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel diatas menunjukkan bahwa 66 orang orang dari 98 orang sampel penelitian menyatakan bahwa jaminan kualitas produk dan jasa sudah baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden merasakan jaminan kualitas produk dan jasa sudah baik di berikan bengkel kepada konsumen.

3. Apa penyebabnya?

Karena pemimpin yang menjadikan jaminan kualitas produk dan jasa sangat penting di perhatikan dan di berikan kepada pelanggan jasa.

Agar pelanggan dapat merasakan kepuasan pelayanan jasa yang di berikan pihak bengkel.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah jaminan kualitas produk dan jasa. *Quality Assurance* atau penjamin mutu adalah istilah yang biasanya berhubungan dengan produsen, produk atau jasa, dan konsumen sebagai pelanggan. Akan tetapi saat ini mutu dari sebuah produk atau jasa dinilai berdasarkan kepuasan pelanggan.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 66 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap jaminan kualitas produk dan jasa dengan persentase 67.35% atau dengan kata lain sudah baik.

6.) Rekapitulasi jawaban responden tentang *Assurance*

Dari penilaian beberapa point indikator dari dimensi *Assurance* ini maka Rekapitulasi jawaban responden tentang *Assurance* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.27
Rekapitulasi jawaban responden tentang Assurance

No	Responsiveness	Skor Jawaban					Jumlah
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
1	Bengkel dapat dipercaya	8	68	20	2	-	
	Bobot nilai	40	272	60	4	-	376
2	Karyawan menguasai jasa yang ditawarkan	15	72	11	-	-	
	Bobot nilai	75	288	33	-	-	396
3	Karyawan yang sopan	9	39	48	2	-	
	Bobot nilai	45	156	144	4	-	349
4	Konsumen merasa aman bertransaksi	10	31	56	1	-	
	Bobot nilai	50	124	168	2	-	344
5	Jaminan kualitas produk dan jasa	17	66	13	2	-	
	Bobot nilai	85	264	39	4	-	392
Total bobot nilai							1.857

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang *assurance* (jaminan) dengan skor jawaban menunjukkan bahwa dimensi *assurance* yang harus diperhatikan lagi yaitu indikator konsumen merasa aman bertransaksi karena melihat dari jumlah skor jawaban yang lebih rendah sebesar 344 dibandingkan dengan jumlah skor indikator lainnya.

3.3.5 *Emphaty*

1.) Perhatian karyawan terhadap konsumen

Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan perhatian dan pelayanan yang sesuai dengan yang mereka harapkan terutama untuk industri jasa.

Maka jawaban responden tentang Perhatian karyawan terhadap konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.28
Jawaban responden tentang Perhatian karyawan terhadap konsumen

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	9	9.18	45
Setuju	39	38.80	156
Netral	48	48.98	144
Tidak Setuju	2	2.04	4
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100	349

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya perhatian karyawan terhadap konsumen menjadi hal yang mutlak untuk diperhatikan lagi, kenyataannya sesuai jawaban responden paada tabel diatas menunjukkan bahwa 48 orang dari 98 orang sampel penelitian menyatakan bahwa perhatian karyawan cukup baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden melihat dan merasakan kurangnya perhatian karyawan kepada konsumen terhadap hal-hal tertentu.

3. Apa penyebabnya?

Hal ini disebabkan karena kemungkinan tugas karyawan yang melelahkan dan mengejar target untuk menyesuaikan waktu yang dijanjikan, sehingga terfokus dalam perbaikan kerusakan motor tersebut.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu layanan jasa adalah perhatian karyawan terhadap konsumen. Perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan jasa atau konsumen yang akan merasa puas apabila mereka mendapatkan perhatian dan pelayanan yang sesuai dengan yang mereka harapkan terutama untuk industri jasa.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 48 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan netral terhadap perhatian karyawan terhadap konsumen dengan persentase sebesar 48.98% atau dengan kata lain cukup baik.

2.) Kepedulian teknisi dan karyawan kepada konsumen

Hubungan yang diciptakan suatu bengkel dengan para pelanggan/konsumennya menentukan seberapa besar 'hubungan baik' yang dirasakan konsumen terhadap bengkel tersebut. Persepsi atas pelayanan yang diterima oleh konsumen tergantung pada harapan-harapan mereka. Jika perlakuan yang diterima konsumen lebih baik ketimbang yang

diharapkan, maka hal tersebut dianggap merupakan pelayanan yang bermutu tinggi. Jika perlakuan yang diterima konsumen kurang dari yang diharapkannya maka hal itu akan disebut sebagai pelayanan yang buruk. Maka kepedulian karyawan terhadap konsumennya juga akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel tersebut.

Maka jawaban responden tentang kepedulian teknisi dan karyawan kepada konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.29
Jawaban responden tentang Kepedulian teknisi dan karyawan kepada konsumen

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	5.10	25
Setuju	33	33.67	132
Netral	59	60.20	177
Tidak Setuju	1	1.02	2
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100	336

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya kepedulian teknisi dan karyawan kepada konsumen menjadi hal yang diinginkan dari konsumen yang harus diterapkan bagi pihak bengkel. Kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel diatas menunjukkan bahwa 59 orang dari 98 orang sampel penelitian mentyatakan bahwa kepedulian teknisi dan karyawan kepada konsumen cukup baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden merasakan kurangnya kepedulian teknisi ataupun karyawan kepada mereka.

3. Apa penyebabnya?

Karena teknisi dan karyawan yang mempunyai tugas yang harus diselesaikan hingga waktu yang tidak memungkinkan untuk membagi dengan lebih memperhatikan kepedulian nya terhadap konsumen.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu layanan jasa adalah kepedulian teknisi dan karyawan terhadap konsumen. Hubungan yang diciptakan suatu bengkel dengan para pelanggan/konsumennya menentukan seberapa besar 'hubungan baik' yang dirasakan konsumen terhadap bengkel tersebut. Persepsi atas pelayanan yang diterima oleh konsumen tergantung pada harapan-harapan mereka.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 59 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan netral terhadap kepedulian teknisi dan karyawan terhadap konsumen dengan persentase 60.20% atau dengan kata lain cukup baik.

3.) Keramahan karyawan

Pada saat konsumen datang kita harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebut

namanya. Namun jika belum kenal menyapa dengan sebut Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Usahakan pada saat melayani pelanggan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati konsumen serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumen, ini adalah salah satu kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan bengkel tersebut. Karena dengan begitu mereka seakan diistimewakan dan dihargai dan akan menimbulkan rasa kepuasan tersendiri oleh konsumen.

Maka jawaban responden tentang Keramahan karyawan kepada konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.30
Jawaban responden tentang Keramahan karyawan kepada konsumen

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	50	51.02	250
Setuju	34	34.69	136
Netral	13	13.27	39
Tidak Setuju	1	1.02	2
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100	427

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya keramahan karyawan kepada konsumen menjadi hal yang mutlak di berikan kepada konsumen atau pelanggan jasa dari pihak bengkel tersebut. Dan kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel diatas menunjukkan bahwa 50 orang dari

98 orang sampel penelitian menyatakan bahwa keramahan karyawan kepada konsumen sangat baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena responden merasakan keramahan yang diberikan oleh karyawan bengkel tersebut.

3. Apa penyebabnya?

Karena karyawan yang mementingkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah keramahan karyawan terhadap konsumen. Pada saat konsumen datang kita harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebut namanya. Namun jika belum kenal menyapa dengan sebut Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Usahakan pada saat melayani pelanggan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati konsumen serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumen, ini adalah salah satu kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan bengkel tersebut.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 50 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan sangat setuju terhadap

keramahan karyawan terhadap konsumen dengan persentase sebesar 51.02% atau dengan kata lain sangat baik.

4.) Komunikasi dan kejelasan informasi kerusakan motor kepada konsumen

Komunikasi dan kejelasan informasi pada kerusakan motor yang ditangani oleh karyawan/mekanik harus di jelaskan dengan baik dan disampaikan dengan baik kepada konsumen agar keluhan kerusakan dapat diterima dengan baik oleh konsumen serta karyawan/mekanik dapat memberikan solusinya terhadap kerusakan yang ada pada motor tersebut.

Maka jawaban responden tentang Komunikasi dan kejelasan informasi kerusakan motor kepada konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.31
Jawaban responden tentang Komunikasi dan kejelasan informasi kerusakan motor kepada konsumen

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	13	13.27	65
Setuju	69	70.41	276
Netral	15	15.31	45
Tidak Setuju	1	1.02	2
Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah	98	100	388

Sumber : Data Olahan, 2019

1. Apa yang terjadi?

Berdasarkan tabel diatas seyogianya komunikasi dan kejelasan informasi kerusakan motor kepada konsumen menjadi hal mutlak yang harus diberikan kepada konsumen dari pihak bengkel, dan pada

kenyataannya sesuai jawaban responden pada tabel diatas menunjukkan bahwa 69 orang dari 98 orang sampel penelitian menyatakan bahwa komunikasi dan kejelasan informasi kerusakan motor kepada konsumen sudah baik.

2. Mengapa terjadi?

Hal ini terjadi karena karyawan yang sudah baik dalam hal komunikasi dan kejelasan informasi kerusakan motor kepada konsumen.

3. Apa penyebabnya?

Karena karyawan yang mementingkan kepuasan konsumen terhadap komunikasi dan kejelasan informasi yang di berikan.

4. Hubungkan dengan teori

Salah satu bentuk layanan jasa adalah komunikasi dan kejelasan informasi kerusakan motor kepada konsumen. Komunikasi dan kejelasan informasi pada kerusakan motor yang ditangani oleh karyawan/mechanik harus di jelaskan dengan baik dan disampaikan dengan baik kepada konsumen agar keluhan kerusakan dapat diterima dengan baik oleh konsumen serta karyawan/mechanik dapat memberikan solusinya terhadap kerusakan yang ada pada motor tersebut.

5. Kesimpulan

Bahwasannya dari sampel 98 orang sebanyak 69 orang menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju terhadap komunikasi dan kejelasan informasi kerusakan motor kepada konsumen dengan persentase 70.41% atau dengan kata lain sudah baik.

5.) Rekapitulasi jawaban responden tentang *Emphaty*

Dari penilaian beberapa point indikator dari dimensi *Emphaty* ini maka Rekapitulasi jawaban responden tentang *Emphaty* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.32
Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang *Emphaty*

No	Responsiveness	Skor Jawaban					Jumlah
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
1	Perhatian karyawan terhadap konsumen	9	39	48	2	-	
	Bobot nilai	45	156	144	4	-	349
2	Kepedulian teknisi dan karyawan kepada konsumen	5	33	59	1	-	
	Bobot nilai	25	132	177	2	-	336
3	Keramahan karyawan kepada konsumen	50	34	13	1	-	
	Bobot nilai	250	136	39	2	-	427
4	Komunikasi dan Kejelasan informasi kerusakan motor kepada konsumen	13	69	15	1	-	
	Bobot nilai	39	276	45	2	-	362
Total bobot nilai							1474

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jawaban responden tentang *emphaty* (empati) dengan skor jawaban menunjukkan bahwa dimensi *emphaty* yang harus di perbaiki atau lebih diperhatikan yaitu indikator Kepedulian teknisi dan karyawan kepada konsumen

karena melihat dari jumlah skor jawaban yang lebih rendah sebesar 336 dibandingkan dengan jumlah skor indikator lainnya.

5.3.6 Rekapitulasi jawaban responden tentang Kualitas Pelayanan

Dari penilaian 5 (lima) dimensi ini maka Rekapitulasi jawaban responden tentang Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.33 Rekapitulasi jawaban responden tentang Kualitas Pelayanan

No	Kualitas Pelayanan	Jawaban					Jumlah
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
1	<i>Tangible</i>	62	151	75	6	-	
	Bobot nilai	310	604	225	12	-	1.151
2	<i>Reliability</i>	22	148	119	5	-	
	Bobot nilai	110	592	357	10	-	1.069
3	<i>Responsiveness</i>	30	145	211	6	-	
	Bobot nilai	150	580	633	12	-	1.375
4	<i>Assurance</i>	59	276	148	7	-	
	Bobot nilai	295	1.104	444	14	-	1.857
5	<i>Emphaty</i>	77	175	135	5	-	
	Bobot nilai	385	700	405	10	-	1.500
	Total bobot nilai	1.250	3.580	2.064	58	-	6.952

Sumber : Data Olahan, 2019

Dibaawah ini dapat diketahui nilai tertinggi dan terendah pada butiran pertanyaan responden mengenai kualitas pelayanan pada bengkel UD. Cipta Karya sebagai berikut:

$$\text{Skor tertinggi} = 19 \times 5 \times 98 = 9.310$$

$$\text{Skor terendah} = 19 \times 1 \times 98 = 1.862$$

Untuk mencari interval koefisiennya adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Skor}} = \frac{9.310 - 1.862}{5} = 1.489$$

untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan jasa pada bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya, Rokan Hilir maka dapat ditentukan sebagai berikut:

Sangat baik = 7.821 - 9.310

Baik = 6.332 - 7.821

Cukup baik = 4.843 - 6.332

Tidak baik = 3.354 - 4.843

Sangat tidak baik = 1.865 - 3.354

Berdasarkan tabel diatas, hasil skor total kualitas pelayanan bengkel sepeda motor adalah sebesar 6.952. pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 6.332 – 7.821, yang termasuk kategori baik. hal ini dapat dibuktikan bahwa konsumen atau pelanggan jasa merasakan kualitas pelayanan yang diberikan atau diterapkan oleh bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya kepada konsumen atau pelanggan jasa sesuai dengan keinginan konsumen sehingga bengkel tersebut dapat meningkatkan dan mempertahankan kinerja yang sudah baik dalam kinerjanya.

5.4 Pembahasan Hasil Penelitian

berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) hasilnya dapat dikatakan baik. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Lupiyoadi dan Hamdani (2008: 181) menjelaskan bahwa “kualitas produk atau jasa merupakan sejauh mana produk atau jasa memenuhi spesifikasinya.” Pendapat lain dikemukakan oleh Tjiptono (2008: 247) bahwa pada prinsipnya “definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu pemenuhan harapan kepada perusahaan terhadap suatu produk atau layanan yang diterima pelanggan, menurut Parasuraman (1998) dalam Ratnasari dan Aksa (2011: 107-109) terdapat 5 dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*).

Validitas merupakan konsep pengukuran yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrument tersebut menghasilkan hasil ukur sesuai dengan tujuan pengukurannya. Jika suatu item pernyataan dinyatakan tidak valid maka item pertanyaan itu tidak dapat digunakan dalam uji-uji selanjutnya. Uji validitas dengan melihat

koefisien korelasi (*pearson correlation*) antara butir-butir pertanyaan dengan skor jawaban.

Kemudian nilai koefisien korelasi dari setiap item pernyataan dibandingkan dengan 0.196. Jika koefisien korelasi suatu item lebih kecil dari 0.196 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pernyataan lainnya daripada dengan variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid (Umar : 2012).

Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan dimensi *Tangible* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang berarti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya.

Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan dimensi *Reliability* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang berarti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya.

Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan dimensi *Responsiveness* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang berarti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya.

Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan dimensi *Assurance* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang berarti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya.

Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan dimensi *Emphaty* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang berarti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya.

Reliabilitas adalah angka indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dipercaya atau dapat diandalkan. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan suatu konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala yang sama.

Pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel. Pengukuran yang reliabilitas menunjukkan instrument sudah dipercaya sehingga menghasilkan data dapat dipercaya. Uji Reabilitas adalah alat untuk indikator dari variabel dan konstruk. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur Reabilitas dengan uji Statistik *Cronbach Alpha*. Suatu pengukuran dapat diandalkan apabila memiliki koefisien *cronbach's alpha* sama atau lebih dari 0,60.

Berdasarkan tabel 5.8 tersebut dapat dilihat, koefisien *alpha* untuk masing-masing variabel >0.60 , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian yang *reliabel* karena nilai *cronbach alpa* lebih besar dari nilai koefisien *alpa* 0.60.

Dari jawaban responden tentang *tangible* dengan skor jawaban responden menyatakan setuju sebesar 604 terhadap karyawan berpakaian rapi, bengkel memiliki peralatan yang modern dan lokasi bengkel yang strategis.

Kemudian Jawaban responden tentang *realibility* dengan skor jawaban responden menyatakan setuju sebesar 592 terhadap layanan yang diberikan sesuai prosedur, kecepatan pengecekan awal pada motor dan ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang di janjikan.

Lalu jawaban responden tentang *responsiveness* dengan skor jawaban responden menyatakan netral sebesar 633 terhadap karyawan mengetahui kebutuhan konsumen, karyawan memberikan pelayanan yang tepat, jika ada masalah, pihak bengkel simpatik dan memberi kepastian dan memiliki kemauan membantu konsumen.

Jawaban responden tentang *assurance* dengan skor jawaban responden menyatakan setuju sebesar 1.104 terhadap bengkel dapat dipercaya, karyawan menguasai jasa yang ditawarkan, karyawan yang sopan, konsumen merasa aman bertransaksi dan jaminan kualitas produk dan jasa.

Jawaban responden tentang *emphaty* dengan skor jawaban responden menyatakan setuju sebesar 700 terhadap perhatian karyawan kepada konsumennya, kepedulian teknisi dan karyawan kepada konsumen, keramahan karyawan kepada konsumen dan pihak komunikasi dan kejelasan informasi kerusakan motor kepada konsumen.

Jawaban responden tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dengan jumlah skor jawaban responden menyatakan setuju atau dengan kata lain baik yaitu sebesar 3.580 dan dibuktikan dengan hasil skor total kualitas pelayanan bengkel sepeda motor adalah sebesar 6.952. Pada skala penelitian

skor tersebut berada pada rentang skala antara 6.332 – 7.821, yang termasuk kategori baik. Artinya rata-rata responden menyatakan setuju atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel, atau dengan kata lain kualitas pelayanan yang diterima konsumen sudah baik.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis kualitas pelayanan pada bengkel sepeda motor UD. Cipta Karya Kec. Bangko Jaya, Rokan Hilir dengan sampel 98 orang yang di ambil melalui rumus slovin dan menggunakan aksidental sampling untuk penyebaran kuesionernya. Maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan dimensi *Tangible* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang bearti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya. Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan dimensi *Reliability* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang bearti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya. Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan dimensi *Responsiveness* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang bearti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya. Dari hasil uji korelasi pearson, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan dimensi *Assurance* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang bearti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya. Dari hasil uji korelasi pearson,

dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan dimensi *Emphaty* dalam penelitian ini r hitung $>$ r tabel yang berarti valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk uji selanjutnya.

2. Berdasarkan tabel 5.8 tersebut dapat dilihat, koefisien *alpha* untuk masing-masing variabel >0.60 , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian yang *reliabel* karena nilai *cronbach alpa* lebih besar dari nilai koefisien *alpa* 0.60.
3. Jawaban responden tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dengan jumlah skor jawaban responden menyatakan setuju atau dengan kata lain baik yaitu sebesar 3.580 dan dibuktikan dengan hasil skor total kualitas pelayanan bengkel sepeda motor adalah sebesar 6.952. Pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 6.332 – 7.821, yang termasuk kategori baik. Artinya rata-rata responden menyatakan setuju atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel, atau dengan kata lain kualitas pelayanan yang diterima konsumen sudah baik.

6.2 Saran

Adapun saran-Saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah :

- a. Dari hasil jawaban responden dapat dilihat ada beberapa orang konsumen menjawab tidak setuju terhadap kualitas pelayanan yang di berikan bengkel sepeda motor tersebut dilihat dari jawaban butir-butir

pertanyaan pada indikator masing-masing dimensi pada Kualitas pelayanan pada Bengkel Sepeda Motor UD. Cipta Karya maka dalam penelitian ini saran peneliti kepada bengkel tersebut yaitu lebih memperbaiki setiap kinerja karyawan, pimpinan yang lebih memperhatikan karyawan serta keinginan konsumen. Untuk itu pihak bengkel hendaknya memperbaiki serta meningkatkan kualitas pelayanan, agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen atau pelanggan jasa.

- b. Dalam penelitian ini hanya menggunakan 5 dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* variabel dependennya. Dan yang perlu di perhatikan dalam bengkel UD. Cipta Karya yaitu dalam dimensi *reliability* karena memiliki nilai skor yang lebih rendah di antara dimensi lainnya yaitu sebesar 1.069 terhadap kualitas pelayanan bengkel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Jasfar, Farida. (2005). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12. Jakarta: Indeks.
- Kumala, wiliyana, siringoringo Hotmaria dan Ina Siti Hasanah. (2005). *Analisis kualitas Pelayanan Jasa Bengkel di PT. Istana Kebayoran Honda Fatmawati Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Universitas Gunadarma.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan JackyMussry. (2010). *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi*. Jilid I. Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ed. 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, Edisi Pertama, PT Salemba Emban Patria, Jakarta, 200 I.
- Murhadi, Damar. (2011). *Analisis Kualitas Pelayanan pada Bengkel Sepeda Motor Honda CV. Marabunta Motor Wonosobo*. E-Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol X, No 2, Sep 2011. Hal 202-219.
- Nazir, Moh. (2003). *Metode Penelitian*. Ed. 5. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tahendrika, Abner. (2015). *Analisis Kualitas Layanan Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Sepeda Motor Suzuki pada Bengkel PT. Sinar Galesong Pratama Makassar*. E-Journal Manajemen dan Perbankan Universitas Katolik Parahyangan, Vol 1, No 3, Des 2015: 85-99.
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Bayumedia Publishing, Jawa Timur..
- _____. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Umar, Husein. *Risel Pemosaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000.
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner dan Dwayne Gremler. (2009) *Service Marketing* (Fifth Edition). New York: McGraw-Hill International Edition.

_____, A. Parasuraman, and Leonard L. Beny. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectation.*, The Free Press, New York, 1990.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau