



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA BENGKEL SUMBER AGUNG TLOGOMAS
(Studi Kasus Pada Konsumen Sumber Agung
Tlogomas No.30 Malang)**

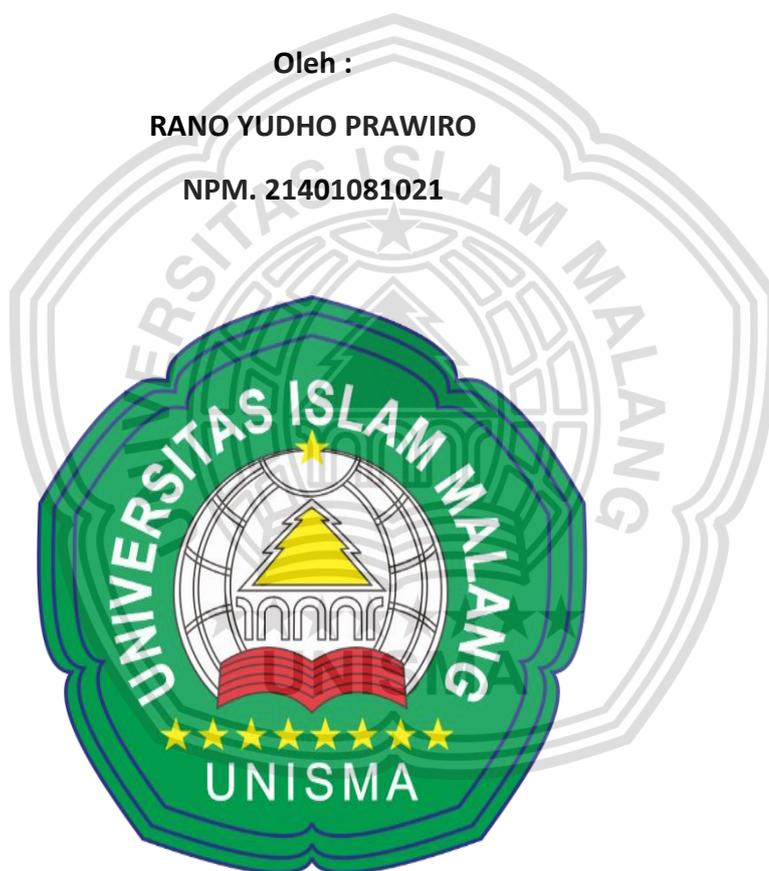
SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Unutuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh :

RANO YUDHO PRAWIRO

NPM. 21401081021



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN**

2020



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA BENGKEL SUMBER AGUNG TLOGOMAS
(Studi Kasus Pada Konsumen Sumber Agung
Tlogomas No.30 Malang)**

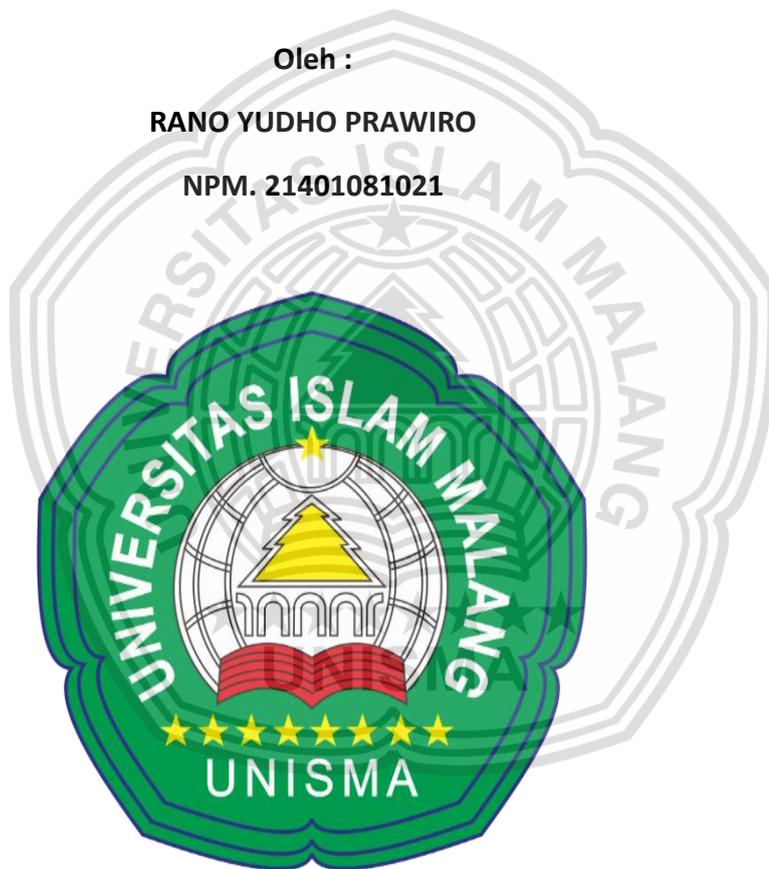
SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Unutuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh :

RANO YUDHO PRAWIRO

NPM. 21401081021



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN**

2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible terhadap kepuasan konsumen di bengkel Sumber Agung Tlogomas secara silmutan dan parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen bengkel Sumber Agung atau konsumen yang pernah menggunakan jasa Sumber Agung. Jumlah sampel diperoleh dengan menggunakan perhitungan Slovin sebanyak 77 responden dengan menggunakan metode non probability sampling. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 2.0. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Sumber Agung.

Kata kunci : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan



ABSTRACK

This study aims to determine and analyze the effect of service quality which consists of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible variables to the satisfaction of consumers in the Sumber Agung Tlogomas workshop silmutaneously and partially. The population in this study are Sumber Agung workshop consumers or consumers who have used Sumber Agung services. The number of samples obtained using Slovin calculations as many as 77 respondents using non-probability sampling method. The analytical method used in this research is descriptive analysis and multiple regression analysis using the SPSS 2.0 program. From the results of the study showed that the quality of service partially and simultaneously had a positive and significant effect on consumer satisfaction at Sumber Agung Workshop.

Key word :Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kualitas pelayanan yang baik adalah upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Upaya peningkatan kualitas pelayanan akan sangat efektif apabila peningkatan kualitas pelayanan merupakan tujuan sehari-hari, mulai dari pimpinan puncak atau direktur sampai dengan para pelaksana pelayanan atau karyawan.

Tjiptono (2008:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Dalam melakukan pelayanan perusahaan juga berusaha mengadakan penyesuaian dan perbaikan diberbagai bidang dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan melakukan perencanaan dan pelatihan baik secara teori maupun praktek kepada bagian pelayanan konsumen.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan (service) merupakan kegiatan tidak berwujud yang dapat dirasakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang menimbulkan kepuasan berdasarkan perbandingan antara persepsi dan harapan mereka dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Jasa bengkel tidak hanya dituntut untuk memenuhi pelayanan dengan baik, akan tetapi juga harus mampu bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Bengkel adalah salah satu bisnis yang menjual jasa. Di Malang banyak sekali Bengkel, salah satunya yang berada di daerah Tlogomas No.30 Malang. Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan kebutuhan sekundernya maka bengkel akan memenuhi setiap keinginan para konsumen. Banyak faktor yang perlu di perhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satunya kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen merasa terpuaskan. Pada penelitian ini penulis memilih bengkel Sumber Agung.

Sumber Agung adalah jasa yang bergerak dalam bidang perbengkelan. Bengkel menyediakan perlengkapan (onderdil) sepeda motor honda, Yamaha, Suzuki dan lain-lain, pelayanan jasa bengkel dan perangkat lain yang ada dibengkel adalah untuk membangun dan mempererat hubungan baik konsumen. Suksesnya suatu pemasaran didukung pula oleh peran pelayanan yang dilakukan perusahaan tanpa mengabaikan kegiatan pemasaran lainnya (Kotler, 2007:20). Perusahaan harus mengetahui bagaimana cara melayani konsumen dengan baik agar jasa yang ditawarkan menjadi lebih menarik sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan jasa tersebut..

Bengkel merupakan salah satu bisnis yang bergerak di sektor jasa, segmen pasarnya yaitu para konsumen untuk menservis atau memperbaiki sepeda motornya. Oleh karena itu, kualitas pelayanan, montir yang dapat dipercaya, dan keramah tamahan kepada

konsumen yang datang adalah menjadi hal yang dibutuhkan konsumen. Ini merupakan kewajiban pihak bengkel untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumennya. Setiap konsumen pastinya menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli karena itu adalah yang menjadi haknya. Setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, jujur dan perlakuan atau pelayanan secara benar. Dalam dunia bisnis tidak terkecuali bengkel, kepuasan konsumen adalah menjadi salah satu yang diutamakan, karena hal itulah yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha bengkel. Konsumen yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi jasa yang sama, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan jasa bengkel lain (pesaing), sehingga membuat konsumen memiliki banyak perbandingan untuk memilih bengkel mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.

Hasil pengamatan menunjukkan Bengkel Sumber Agung telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang di inginkan dan dibutuhkan konsumen diantaranya para petugas bengkel selalu bersikap ramah kepada konsumen mulai dari konsumen datang hingga motor konsumen selesai diperbaiki, petugas juga selalu tegas dalam mengarahkan dan menjelaskan kepada konsumen yang baru pertama kali melakukan perawatan dan perbaikan motor dibengkel. Pelayanan tersebut didukung pula dengan fasilitas yang lengkap dan lingkungan perusahaan yang nyaman serta bersih seperti adanya ruang tunggu merokok dan bebas rokok, minuman, makanan ringan serta hostpot area.

Fasilitas yang memadai dan mencukupi yang diberikan oleh pihak bengkel Sumber Agung diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

Pelayanan terhadap konsumen harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi konsumen. Oleh karena itu berhasil tidaknya perusahaan dalam berkomunikasi dengan para konsumennya tergantung pada pelayanannya. Berdasarkan uraian di atas, penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Sumber Agung Tlogomas No.30 Malang“

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah yang akan diajukan sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen bengkel Sumber Agung?
- b. Apakah kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen bengkel Sumber Agung?

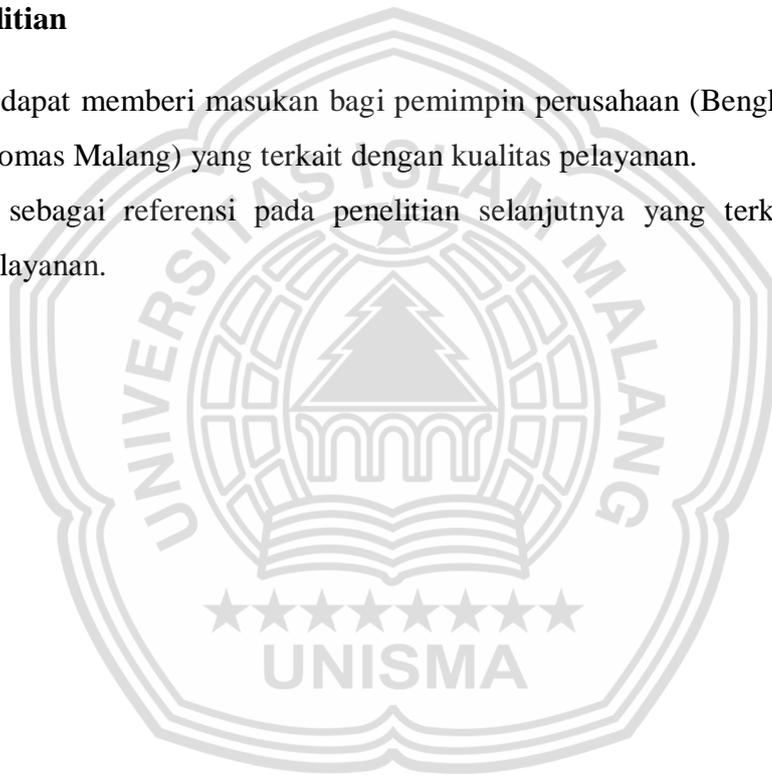
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empaty* secara silmutan terhadap kepuasan konsumen bengkel Sumber Agung.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empaty* secara parsial terhadap kepuasan konsumen bengkel Sumber Agung.

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Diharapkan dapat memberi masukan bagi pemimpin perusahaan (Bengkel Sumber Agung Tlogomas Malang) yang terkait dengan kualitas pelayanan.
- b. Diharapkan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya yang terkait dengan kepuasan pelayanan.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Penelitian ini tentang pengaruh *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen bengkel Sumber Agung Tlogomas, menyimpulkan bahwa:

- a. Variabel *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
- b. Variabel *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
- c. Variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
- d. Variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
- e. Variabel *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

1.2 Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini terbatas pada variabel *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Sumber Agung Tlogomas yang hanya mampu menjelaskan sebesar 20% sedangkan 80% di jelaskan oleh variabel yang tidak di maksukan dalam model

1.3 Saran-Saran

- a. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah variabel dan juga jumlah responden penelitian, untuk memperoleh informasi yang lebih akurat.
- b. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambah variabel agar mendapat nilai koefisien determinasi yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusty, Ferdinand 2006. *Metode Penelitian Manajemen*; Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang Universitas Diponegoro.
- Ajzen, I., & Fishbein, M., 1975, *Belief, Attitude, intention, and Behavior. An Introduction to Theory and research*, 129-385 Addison-Wesley, Reding MA.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur penelitian pendekatan praktek*. Jakarta:
- Assael, Henry, 1995. *Customer Behavior and Marketing Action*, Keat publishing company, Boston
- Bogan dan Taylor, 1975 dalam J Meleong, Lexy. 1975. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Business-to-Consumer Online Purchase Context. International Journal of*
- Chen, et al. 2010. *Molecular subtype approximated by quantitative estrogen receptor, progesterone receptor and her2 can predict the prognosis of breast cancer*. *Tumori*, 96:103-110
- Doni, Juni Priansa. 2016. *Perencanaan dan Pengembangan SDM*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- E-Commerce (Studi pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Ganguly, et al. 2010. *The Effects Of Website Design On Purchase Intention In Online Shopping: The Mediating Role Trust and The Moderating Role Culture*.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Dengan Program SPSS Cetakan Keempat. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Semarang. Bidang Penerbit UNDIP
- Gujarati, D.N., 2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Terjemahan Mangusong R.C Salemba Empat.

- Gujarati, Damodar N. (2007). *Dasar-dasar Ekonometrika*, Edisi 3, Jilid 2, Terjemahan oleh Julius A. Mulyadi. Jakarta: Erlangga.
- Hutami, Permata, Sari. 2016. *Pengaruh Citra Merk, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negri Yogyakarta.
- Igraria, M., A. Chakrabarti. (2000). “*Computer Anxiety and Attitudes Towards Microcomputer Use*”. Behaviour Inform. Tech. 9(3).
- Indrianto, N. dan Sumpomo 2014. “*Metode Penelusuran Bisnis*”. Edisi pertama Yogyakarta Penerbit BPF. Yogyakarta.
- Indriantoro, Nur dan Bambang, (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPF, Yogyakarta.
- Istijanto, 2006. *Riset Sumberdaya Manusia*. Edisi Kedua. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Khan, et al. 2012. *Impact Of Brand Related Attributes On Purchase Intention Of Customers. A Study About The Costomers Of Punjab, Pakistan*. Interdisciplinary Journal of Conteporary Journal Of Conteporary Research in Business.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2004). “*Principles of Marketing*”. 10th Ed. NewJersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip, dan Kevin dan Lane Kaller 2009. *Manajemen Pemasaran* edisi 13. Jakarta Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit. Erlangga. Jakarta
- Kuncoro. Mudrajid. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Laudon, Kenneth C., & Laudon, Jane P. (2007). *Sistem Informasi Manajegen* Edisi Ke-10. *Management Reviews*, 13.
- Mcknight, D.H., V. Choudury., & C.J. Kacmar, (2002). *Developing And Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology*. *Information System Research*.13(3),

- Mowen, Jhon C. Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen* edisi 5. Jakarta. Erlangga.
- Nasir. 1999. *Metode Penelitian*. Cetakan Keempat. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Prioyono, Agus. 2015. *Analisis Data dengan SPSS*. Cetakan Pertama Malang FE UNISMA.
- Priyono, Agus. 2015. "Panduan SPSS uji statistik".
- Rofiq, Ainur. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan*.
- Rossiter, jhon R, Larry Percy, 1998. *Asvertising Communication and Promotion Manajemen*.
- Sanusi A. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Selatan Salemba Empat.
- Schiffman dan Kanuk, 2007. *Perilaku konsumen*. Edisi kedua Jakarta PT. indeks gramedia.
- Schiffman, Leon G., & Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sugiono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung ; Alfabeta.
- Sugiono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono Tarsito. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung
- Sugiyono, Tarsito. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*, cetakan kesembilan, Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, 2010. *Studi Kelayakan Bisnis Pendektan Praktis*.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- sunarto, Andi. (2009). *Seluk Beluk E-commerce*. Yogyakarta: Garailmu.

Swasta, Basu & Handoko, Hani. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE.

Terjemahan Christian Sungkono dan Machmudin eka P. Jakarta: Salemba Empat.

Tjiptono, Fandy, Gregorius Candra, & Dadi Adriana. (2008), *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Uma Sekaran. 2006. *Metedologi penelitian Untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba empat.

