

ABSTRACT

Peri Efendi (2012), Effect of Service Quality Dimensions Of Customer Satisfaction bike repair services on motor Aladin workshop Kamal. under the guidance of Bambang setiyo Pambudi, SE, MM and Nirma Kurriwati, SP, M.Sc.

The purpose of this study to determine the effect of the dimensions of service quality to customer satisfaction on a motorcycle repair shop in Kamal Aladin. Along with these problems analytical methods used Multiple Linear Regression. This research workshop held at the Aladin motor on Kamal. The population in this study is the consumers who use the services of dating and motorcycle repair workshops, Aladin motor Kamal. Sampling techniques in the study was purposive Sampling Sampling is a technique in the determination of the sample based on the determination of the sample with particular consideration, for example, will do research on the dimensions of service quality workshop so people who actually buy services make up the motor on a motorcycle repair shop in Kamal Aladin. number of samples used in this study were 60 people.

Based on the results of the studies it appears that the five dimensions of service quality dimensions addressed a positive relationship and significant to customer satisfaction of service users on a motorcycle repair shop in Kamal Aladin. Contribution coefficient of the variable dimensions of quality of service to the five dimensions of service quality to form a relationship that is positive and significant impact on customer satisfaction in service motorcycle repair shop in Kamal Aladin respectively to the physical evidence is 0.204, 0.212 for the reliability, responsiveness to 0.182, to guarantee 0.156 and 0.282 for empathy. Of the five dimensions of service quality dimensions of empathy was the most influential in customer satisfaction in service motorcycle repair shop in Kamal Aladin. This was due to the mechanics at the bike shop Aladin always give personal attention to customers, enabling customers to deliver advice and criticism, Aladdin and motorcycle repair shop has suitability time with services that are sold.

Key words: dimensions of service quality, customer satisfaction

ABSTRAK

Peri Efendi (2012), Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan jasa perbaikan motor pada bengkel Aladin motor di Kamal. dibawah bimbingan Bambang Setiyo Pambudi, SE, M.M dan Nirma Kurriwati, S.P., M.Si.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Aladin motor di Kamal. Seiring dengan masalah ini digunakan metode analisis *Regresi Linier Berganda*. Penelitian ini diadakan pada bengkel Aladin motor di Kamal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang dan menggunakan jasa perbaikan motor pada bengkel Aladin motor di Kamal. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Sampling purposive* pada penarikan sampel yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya akan dilakukan penelitian tentang dimensi kualitas pelayanan jasa bengkel maka orang yang benar-benar membeli jasa perbaikan motor pada bengkel Aladin motor di Kamal. jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 60 orang.

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa kelima dimensi dari dimensi kualitas pelayanan menunjukan suatu hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pada bengkel Aladin motor di Kamal. Kontribusi koefisien dari variabel dimensi kualitas pelayanan terhadap kelima dimensi dari kualitas pelayanan membentuk suatu hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pada bengkel Aladin motor di Kamal masing-masing untuk bukti fisik adalah 0,204, untuk kehandalan 0,212, untuk daya tanggap 0,182, untuk jaminan 0,156 dan untuk empati 0,282. Dari kelima dimensi kualitas pelayanan ternyata dimensi empati yang paling berpengaruh dalam kepuasan pelanggan jasa pada bengkel Aladin motor di Kamal. Hal tersebut disebabkan karena para mekanik pada bengkel Aladin motor selalu memberikan perhatian personal kepada pelanggan, mempermudah pelanggan dalam menyampaikan saran dan kritik, dan bengkel Aladin motor memiliki kesediaan waktu dengan jasa yang di jual.

Kata kunci: dimensi kualitas pelayanan jasa, kepuasan pelanggan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PERSETUJUAN.....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
HALAMAN PERNYATAAN.....	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
ABSTRAK.....	I
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	3
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 LandasanTeori.....	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	6
2.2 Konsep Jasa.....	9
2.2.1 Pengertian Jasa.....	9
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	9
2.2.3 Kualitas Jasa.....	11
2.2.4 Klasifikasi Jasa.....	13
2.2.5 Identifikasi Dimensi Kualitas Jasa Dan Pengukurannya.....	15
2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan	16
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	16
2.3.2 Mengukur kepuasan Pelanggan.....	17

2.4 Hubungan Dimensi kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan.....	18
2.5 Penelitian Sebelumnya.....	19
2.6 Kerangka Konseptual.....	21
2.7 Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Pendekatan Penelitian.....	23
3.2 Devinisi Variabel.....	23
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	23
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4 Prosedur penentuan Sampel.....	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel.....	27
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	28
3.6 Sekala Pengukuran.....	28
3.7 Teknik Analisis data.....	29
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	29
3.7.2 Uji instrument (Validitas dan Reabilitas).....	29
3.7.3 Analisis Regresi linear Berganda.....	30
3.7.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.3.2 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	31
3.7.4 Uji Hipotesis.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Sejarah Singkat perusahaan.....	35
4.2 Statistik Deskriptif.....	35
4.2.2 Analisis Deskriptif berdasarkan penilaian responden.....	37
4.2.2.1 Hasil Penelitian.....	37
4.2.2.2 karakteristik responden penelitian.....	38
4.2.2.3 Deskriptif dimensi kualitas pelayanan.....	39

4.2.2.4 Dimensi bukti langsung.....	40
4.2.2.5 Dimensi Kehandalan.....	42
4.2.2.6 Dimensi Daya Tanggap.....	44
4.2.2.4 Dimensi jaminan.....	46
4.2.2.5 Dimensi empati.....	47
4.2.2.6 Deskriptif Kepuasan pelanggan.....	49
4.2 Hasil Pengujian Data.....	51
4.2.2 Uji Validitas.....	51
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	53
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.3.2 Uji Normalitas.....	55
4.3.3 Uji Multikolonieritas.....	56
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.4 Uji Analisis Regresi linear berganda.....	57
4.5 Uji Hipotesis.....	60
4.5.2 Uji F (Uji Simultan).....	61
4.5.3 Uji t (Uji Parsial).....	61
4.5.4 Dominan.....	62
4.6 Pembahasan.....	63
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN.....	67
5.1 kesimpulan.....	67
5.2 saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Uji Deskriptif Statistik.....	36
4.1.1 Uji Statistik deskripti.....	36
4.1.2 Tabel deskriptif berdasarkan jenis kelamin.....	38
4.1.3 Tabel deskriptif berdasarkan kelompok umur.....	39
4.1.4 Tingkat penilaian responden terhadap bukti langsung.....	40
4.1.5 Tingkat penilaian responden terhadap kehandalan.....	42
4.1.6 Tingkat penilaian responden terhadap daya tanggap.....	44
4.1.7 Tingkat penilaian responden terhadap jaminan.....	46
4.1.8 Tingkat penilaian responden terhadap empati.....	48
4.1.9 Tingkat penilaian responden terhadap keputusan pembelian.....	49
4.2 Uji Validitas.....	51
4.3 Uji Reliabilitas.....	53
4.4 Uji Multikolonieritas.....	56
4.5 Uji Analisis Regresi linear Berganda.....	58
4.6 Uji t.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Model Kualitas jasa.....	12
2.6 Kerangka Konseptual.....	21
4.1 Uji Normalitas.....	55
4.2 Uji heteroskedastisitas.....	57