



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA P.T. JAYAMANDIRI GEMASEJATI (JG MOTOR GROUP)  
CABANG SUKABUMI**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Rachmatnur Maulana Alamsyah  
021113465

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR**

2017

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA P.T. JAYAMANDIRI GEMASEJATI (JG MOTOR GROUP)  
CABANG SUKABUMI**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan  
Bogor

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA.)

Ketua Program Studi

(Herdiyana, SE., MM.)

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA P.T. JAYAMANDIRI GEMASEJATI (JG MOTOR GROUP)  
CABANG SUKABUMI**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada hari Sabtu, tanggal 29 Juli 2017

Rachmatnur Maulana Alamsyah

021113465

Menyetujui:

Dosen Penilai,



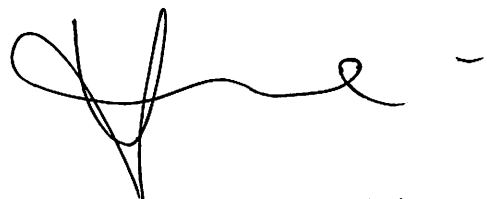
(Oktori Kiswati Z, SE., MM.)

Ketua Komisi Pembimbing



(Ferdisar Adrian, S.E., M.M.)

Anggota Komisi Pembimbing



(Yuary Farradia, Ir. M.Sc.)

## ABSTRAK

RACHMATNUR MAULANA ALAMSYAH, NPM 021113465, Program Studi Manajemen, Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada P.T. Jayamandiri Gemasejati (JG Motor Group) cabang Sukabumi, pembimbing dalam penyusunan skripsi ini adalah Bapak FERDISAR ADRIAN, dan komisi pembimbing Ibu YUARY FARRADIA, Tahun 2017.

JG Motor adalah dealer resmi Yamaha dengan badan hukum P.T. Jayamandiri Gemasejati. Bergerak di bidang penjualan retail kendaraan otomotif khususnya motor dengan merk Yamaha. Dimata masyarakat JG Motor Sukabumi merupakan distributor produk Yamaha resmi baik produk, *spare part*, dan layanan service Yamaha dan dealer yang besar serta telah berdiri cukup lama sehingga dikenal oleh banyak masyarakat di daerah Sukabumi dan sekitarnya. Faktanya dalam beberapa tahun terakhir JG Motor mengalami penurunan jumlah konsumen service. Hal ini sejalan dengan jumlah keluhan konsumen yang meningkat dalam beberapa tahun terakhir.

**Tujuan penelitian ini adalah** untuk menganalisis tingkat kualitas pelayanan di JG Motor, untuk menganalisis bagaimana tingkat kepuasan konsumen di JG Motor dan untuk menyusun rekomendasi terkait penerapan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di JG Motor.

Penelitian ini bersifat *Verifikatif Explanatory*, data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi langsung ke perusahaan. Metode yang digunakan adalah metode *Importance Performance Analysis*.

Hasil penelitian ini Berdasarkan hasil pemetaan pada diagram kartesius terhadap indikator kualitas pelayanan PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) didapatkan hasil sebagai berikut :Pada kuadran A (prioritas utama) terdiri dari atribut Perbaikan sesuai dengan kebutuhan, Karyawan mencairitahu kebutuhan konsumen, Suku cadang dijamin keasliannya, Karyawan teliti dalam bekerja. Pada kuadran B (pertahankan prestasi) terdiri dari atribut Kecanggihan teknologi, Karyawan berpakaian rapi berseragam, Jumlah mekanik memadai, Penjelasan yang lengkap dan mudah dimengerti terkait perawatan motor, Karyawan mengerjakan pekerjaannya tepat waktu. Pada Kuadran C (berlebihan) teridiri dari atribut Kemudahan mendapat informasi, Karyawan berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan, Tindakan cepat akurat, Pengerjaan service cepat dan sesuai, Mekanik JG motor memiliki kemampuan teknis yang baik. Sedangkan pada kuadran D (prioritas rendah) terdiri dari atribut Ruang tunggu luas dan nyaman, Keahlian terampil karyawan JG Motor, Kesungguhan memahami kebutuhan konsumen, Kemampuan berkomunikasi, Keluangan waktu karyawan untuk melayani konsumen.

**Kata kunci:** *Analisis, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahuwata'ala, yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya untuk memudahkan saya sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada P.T. Jayamandiri Gemasejati (JG Motor Group) cabang Sukabumi". Laporan proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. Bapak Herdiyana, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Jurusan Manajemen.
3. Bapak Ferdisar Adrian, S.E., M.M. atas bimbingan, saran dan motivasi yang telah diberikan.
4. Ibu Yuary Farradia, Ir. M.Sc. atas bimbingan, saran dan motivasi yang telah diberikan.
5. Ibu Nancy Yusnita, SE., MM selaku Koordinator Tugas Akhir dan Skripsi Jurusan Manajemen Universitas Pakuan.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmu nya kepada segenap Mahasiswa Fakultas Ekonomi.
7. Kedua orangtua ku, Bapak Nanang Hidayatulloh, SH., MM. dan Ibu Siti Nurhanidah Nasution atas do'a, dukungan, motivasi, dan kasih sayang yang selalu tercurahkan selama ini
8. Adik-adik ku, Abdurrahman Muhammad, Rifqi Rizaldi, Muhammad Zaelani Dahlan atas dukungan kalian dan kehadiran kalian di sampingku.
9. Om Aziz dan Bu Inur atas do'a, bimbingan, dukungan dan kasih sayang yang tak pernah henti.
10. Keluarga Besar Basri Nasution, dan Keluarga Besar Ijat Sangkabuana.
11. Rekan-rekan Badan Eksekutif Mahasiswa Keluarga Besar Mahasiswa Universitas Pakuan 2016.
12. Rekan-rekan Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan 2016.
13. Rekan-rekan UKM Basket Universitas Pakuan.
14. Orang-orang terdekatku, Silvia Barokah, Ryan Nugraha, Aji Budi, Achdam Karisma, Shella Martadipura, Ricky Simorangkir, Anjar Juliar, Ade Umar, Eki Abdullah, Ismy Alia, Hilmy Pandu, Siti Nuroby, Gyan Azmi, Dian Suliatiawati, Rausyan Fikri, Rivaldi Gusti Praseptya, Desi Purnamasari, Bagus Dewa, Nizar, Fadly, Raka Agus, Subhan Maulana, Syaidina Aby'ad,

Lutfi, Apang, Inesha, Mamat, Heikal, Hendro, Dayat, Asep, Tegguh, Liani, Reza Agustiandi, Dear Zarrin, Krisdayuma Agung, Dinar Perdana, Wildan Barokah, dan lainnya yang tidak dapat saya sebutkan semuanya. Saya bangga dan merasa terhormat bisa mengenal dan dekat dengan kalian.

15. Seluruh Civitas Akademika Universitas Pakuan, yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis.
16. Branch Manager JG Motor Sukabumi, Bapak Agus Sujono beserta jajarannya Ibu Nia, Adinda, Bapak Oboy, Rido, Herdi, Alfi, Maman, Ridwan, Yanto yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk melakukan riset di PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor Sukabumi).

Kami menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut. Amin.

Bogor, Agustus 2017

Penyusun

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	5
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	5
1.2.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.3.1. Maksud Penelitian .....	5
1.3.2. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2. Konsep Pemasaran .....	8
2.1.3. Tujuan Pemasaran .....	11
2.1.4. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.5. Tugas Manajemen Pemasaran .....	12
2.2. Pelayanan .....	13
2.2.1. Pengertian Pelayanan .....	13
2.2.2. Karakteristik Pelayanan .....	14
2.2.3. Pengertian Kualitas .....	15

2.2.4. Kualitas Pelayanan.....	16
2.2.5. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	17
2.2.6. Kepuasan Konsumen .....	19
2.2.6.1. Pengertian Harapan Konsumen .....	19
2.2.6.2. Pengertian Kinerja Pelayanan.....	21
2.2.7. Konsep Kepuasan.....	23
2.2.8. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan .....	24
2.2.9. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	26
2.2.9. Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	26
2.3. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran.....	31
2.3.1. Penelitian Sebelumnya .....	31
2.3.2. Kerangka Pemikiran .....	33
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian .....	36
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian .....	36
3.2.1 Objek Penelitian.....	36
3.2.2 Unit Analisis.....	36
3.2.3 Lokasi Penelitian .....	36
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	36
3.3.1 Jenis Data.....	36
3.3.2 Sumber data .....	36
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	37
3.5. Metode Penarikan Sampel .....	38
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	38
3.7. Metode Pengolahan atau Analisis Data .....	39
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	39



3.7.2. Analisis Kuantitatif.....	39
3.7.3. Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
4.1. Hasil Pengumpulan Data .....	48
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan JG Motor .....	48
4.1.2 Kegiatan Usaha .....	48
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	49
4.2. Pembahasan .....	53
4.2.1 Karakteristik Responden.....	53
4.2.2 Pendapat Responden.....	56
4.3. Hasil Penelitian .....	60
4.3.1 Analisis Kualitas Pelayanan PT. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) .....	60
4.3.2 Analisis Kepuasan Konsumen pada PT. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor).....	75
4.3.3 Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) .....	95
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan.....	99
5.2. Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Jumlah Konsumen Service Motor .....	2
Tabel 1.2.	Data Jumlah Keluhan Konsumen .....	3
Tabel 3.1.	Operasionalisasi Variabel .....	37
Tabel 3.2.	Nilai Kriteria Interval Penilaian .....	39
Tabel 3.3.	Hasil Uji Validitas (X) .....	41
Tabel 3.4.	Keterangan Hasil Uji Validitas (X) .....	42
Tabel 3.5.	Hasil Uji Validitas (Y) .....	43
Tabel 3.6.	Keterangan Hasil Uji Validitas (Y) .....	44
Tabel 4.1.	Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 4.2.	Status Responden.....	54
Tabel 4.3.	Usia Responden .....	54
Tabel 4.4.	Penghasilan Responden .....	55
Tabel 4.5.	Kunjungan Responden.....	56
Tabel 4.6.	Kunjungan Responden.....	57
Tabel 4.7.	Informasi tentang JG Motor .....	57
Tabel 4.8.	Frekuensi kedatangan Responden.....	58
Tabel 4.9.	Pertimbangan kedatangan Responden .....	59
Tabel 4.10.	Interval Tanggapan Responden .....	60
Tabel 4.11.	Pernyataan responden atas kinerja teknologi canggih yang dimiliki .....	61
Tabel 4.12.	Pernyataan responden atas kinerja ruang tunggu luas dan nyaman yang dimiliki.....	62
Tabel 4.13.	Pernyataan responden atas kinerja kerapihan pakaian berseragam .	62
Tabel 4.14.	Pernyataan responden atas kinerja keahlian mekanik yang diketahui .....	63
Tabel 4.15.	Pernyataan responden atas kinerja jumlah mekanik.....	64
Tabel 4.16.	Pernyataan responden atas kinerja penjelasan service.....	65
Tabel 4.17.	Pernyataan responden atas kinerja perbaikan yang sesuai .....	65

Tabel 4.18. Pernyataan responden atas kinerja mudahnya mendapat informasi	66
Tabel 4.19. Pernyataan responden atas kinerja kesungguhan karyawan .....	67
Tabel 4.20. Pernyataan responden atas kinerja kemampuan berkomunikasi karyawan.....	68
Tabel 4.21. Pernyataan responden atas kinerja karyawan mencaritahu kebutuhan konsumen.....	68
Tabel 4.22. Pernyataan responden atas kinerja kesediaan karyawan membantu konsumen.....	69
Tabel 4.23. Pernyataan responden atas kinerja tindakan karyawan cepat akurat	70
Tabel 4.24. Pernyataan responden atas kinerja keluangan waktu karyawan untuk konsumen.....	71
Tabel 4.25. Pernyataan responden atas kinerja pengerjaan service yang cepat dan akurat .....	71
Tabel 4.26. Pernyataan responden atas kinerja kemampuan teknis yang dimiliki mekanik .....	72
Tabel 4.27. Pernyataan responden atas kinerja ketepatan waktu pekerjaan.....	73
Tabel 4.28. Pernyataan responden atas kinerja jaminan keaslian suku cadang..	74
Tabel 4.29. Pernyataan responden atas kinerja ketelitian karyawan dalam bekerja .....	74
Tabel 4.30. Pernyataan responden atas kinerja teknologi canggih yang dimiliki .....	76
Tabel 4.31. Pernyataan responden atas harapan teknologi canggih yang dimiliki .....	76
Tabel 4.32. Pernyataan responden atas kinerja ruang tunggu luas dan nyaman yang dimiliki.....	77
Tabel 4.33. Pernyataan responden atas harapan ruang tunggu luas dan nyaman yang dimiliki.....	77
Tabel 4.34. Pernyataan responden atas kinerja kerapihan pakaian berseragam.	78
Tabel 4.35. Pernyataan responden atas harapan kerapihan pakaian berseragam	78
Tabel 4.36. Pernyataan responden atas kinerja keahlian mekanik yang diketahui .....	79
Tabel 4.37. Pernyataan responden atas harapan keahlian mekanik yang diketahui .....	79
Tabel 4.38. Pernyataan responden atas kinerja jumlah mekanik.....	80

Tabel 4.39. Pernyataan responden atas harapan jumlah mekanik .....	80
Tabel 4.40. Pernyataan responden atas kinerja penjelasan service.....	81
Tabel 4.41. Pernyataan responden atas harapan penjelasan service .....	81
Tabel 4.42. Pernyataan responden atas kinerja perbaikan yang sesuai .....	82
Tabel 4.43. Pernyataan responden atas harapan perbaikan yang sesuai .....	82
Tabel 4.44. Pernyataan responden atas kinerja mudahnya mendapat informasi	83
Tabel 4.45. Pernyataan responden atas harapan mudahnya mendapat informasi.....	83
Tabel 4.46. Pernyataan responden atas kinerja kesungguhan karyawan .....	84
Tabel 4.47. Pernyataan responden atas harapan kesungguhan karyawan.....	84
Tabel 4.48. Pernyataan responden atas kinerja kemampuan berkomunikasi karyawan.....	85
Tabel 4.49. Pernyataan responden atas harapan kemampuan berkomunikasi karyawan.....	85
Tabel 4.50. Pernyataan responden atas kinerja karyawan mencaritahu kebutuhan konsumen.....	86
Tabel 4.51. Pernyataan responden atas harapan karyawan mencaritahu kebutuhan konsumen.....	86
Tabel 4.52. Pernyataan responden atas kinerja kesediaan karyawan membantu konsumen.....	87
Tabel 4.53. Pernyataan responden atas harapan kesediaan karyawan membantu konsumen.....	87
Tabel 4.54. Pernyataan responden atas kinerja tindakan karyawan cepat akurat	88
Tabel 4.55. Pernyataan responden atas harapan tindakan karyawan cepat akurat .....	88
Tabel 4.56. Pernyataan responden atas kinerja keluangan waktu karyawan untuk konsumen.....	89
Tabel 4.57. Pernyataan responden atas harapan keluangan waktu karyawan untuk konsumen.....	89
Tabel 4.58. Pernyataan responden atas kinerja pengerjaan service yang cepat dan akurat .....	90

Tabel 4.59. Pernyataan responden atas harapan pengerjaan service yang cepat dan akurat .....	90
Tabel 4.60. Pernyataan responden atas kinerja kemampuan teknis yang dimiliki mekanik .....	91
Tabel 4.61. Pernyataan responden atas harapan kemampuan teknis yang dimiliki mekanik.....	91
Tabel 4.62. Pernyataan responden atas kinerja ketepatan waktu pekerjaan .....	92
Tabel 4.63. Pernyataan responden atas harapan ketepatan waktu pekerjaan.....	92
Tabel 4.64. Pernyataan responden atas kinerja jaminan keaslian suku cadang..	93
Tabel 4.65. Pernyataan responden atas harapan jaminan keaslian suku cadang	93
Tabel 4.66. Pernyataan responden atas kinerja ketelitian karyawan dalam bekerja .....	94
Tabel 4.67. Pernyataan responden atas harapan ketelitian karyawan dalam bekerja .....	94
Tabel 4.68. Penilaian tingkat kinerja dan tingkat harapan pada atribut kualitas pelayanan PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi .....	95

## Daftar Gambar

Gambar 1.1. Grafik Jumlah Konsumen Service .....	2
Gambar 1.2. GambarJumlah Keluhan Konsumen .....	4
Gambar 2.1. Konsep Pemasaran .....	9
Gambar 2.2. Bagan Gap Serve Qual .....	22
Gambar 2.3. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	23
Gambar 2.4. Proses Penanganan Keluhan .....	28
Gambar 2.5. Konstelasi Pemikiran .....	35
Gambar 3.1. Diagram Kartesius .....	46
Gambar 4.1. Struktur Organisasi .....	49
Gambar 4.2. Jenis Kelamin Responden .....	53
Gambar 4.2. Status Responden .....	54
Gambar 4.2. Usia Responden .....	55
Gambar 4.2. Penghasilan Responden .....	55
Gambar 4.2. Kunjungan Responden .....	56
Gambar 4.2. Kunjungan Responden .....	57
Gambar 4.2. Informasi tentang JG Motor .....	58
Gambar 4.2. Frekuensi Kedatangan Responden.....	58
Gambar 4.2. Pertimbangan Kedatangan Responden.....	59
Gambar 4.2. Diagram Kartesius.....	96

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1.Latar Belakang Penelitian**

Dalam era globalisasi, perusahaan harus peka dalam menghadapi perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis. Apalagi dengan munculnya banyak perusahaan baru yang menawarkan produk yang lebih baik. Tentu saja, perusahaan harus berusaha meningkatkan kepekaan dengan kebutuhan konsumen. Selanjutnya, perusahaan dapat memanfaatkan peluang itu dengan memberikan pelayanan yang baik dan menyediakan produk yang bermutu atau berkualitas baik. Selain itu, perusahaan perlu memberikan informasi-informasi terbaru tentang produk sehingga konsumen dapat mengetahui produk dengan secepatnya.

Kebutuhan alat transportasi di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan, oleh karena itu dalam rangka pemenuhan kebutuhan tersebut perlu dibuat alat transportasi yang layak dan sesuai dengan keinginan konsumen. Di tahun 2016 ini perkembangan usaha Dealer kendaraan roda dua di Indonesia mengalami peningkatan yang drastis dengan berdirinya perusahaan-perusahaan yang baru dalam bidang usaha yang sama sehingga menimbulkan persaingan usaha yang sangat ketat dalam bidang usaha yang sama. Dengan banyaknya perusahaan yang serupa, maka dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat perusahaan harus mempunyai strategi pasar yang baru dan tepat dalam mengembangkan usahanya dan sekaligus memberikan kepuasan kepada konsumen konsumennya.

Kendaraan merupakan kebutuhan sekunder yang dibutuhkan oleh setiap orang di Indonesia sebagai alat transportasi. Dengan berbagai jenis produk kendaraan yang ditawarkan oleh perusahaan otomotif kepada masyarakat, produk otomotif ini merupakan salah satu solusi bagi masyarakat untuk memiliki kendaraan pribadi. Sebagai masyarakat yang belum mempunyai kendaraan, memiliki kendaraan merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi sebagai alat transportasi yaitu dengan memiliki kendaraan yang canggih dan aman dengan harga terjangkau. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di benak masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi keputusan pembelian barang atau jasa.

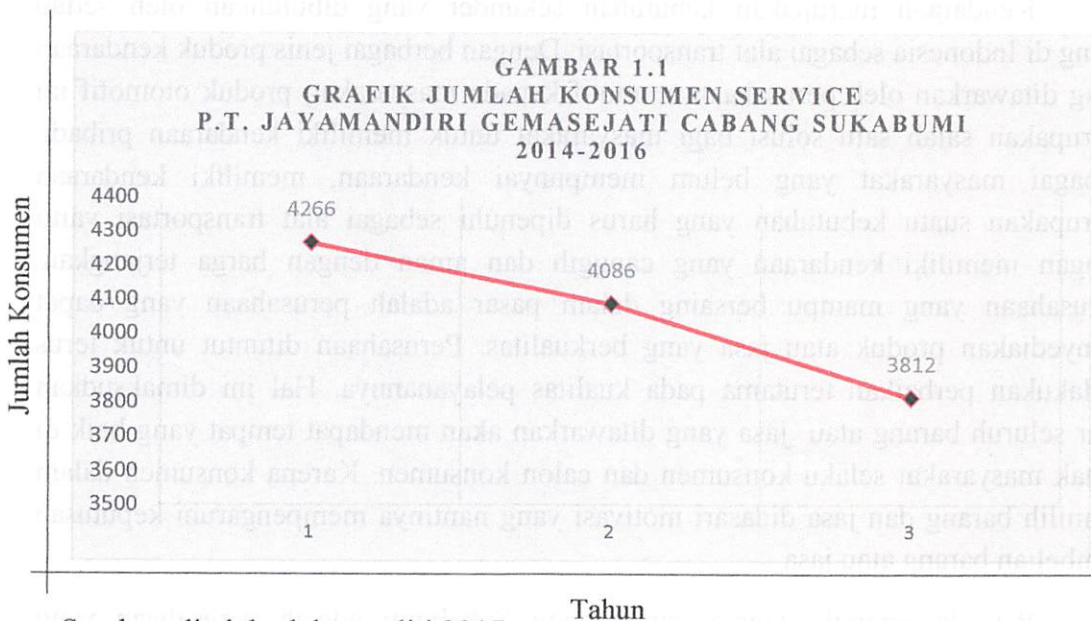
P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi adalah perusahaan yang menawarkan jasa service motor dari Yamaha dengan berbagai type, demi memenuhi permintaan masyarakat yang ingin memelihara sepeda motor mereka dan memenuhi kepuasan konsumen, dari jasa service yang di tawarkan oleh P.T. Jayamandiri

Gemasejati cabang Sukabumi diperoleh data konsumen service Motor, grafik konsumen service motor, data keluhan konsumen, dan grafik keluhan konsumen selama tiga tahun terakhir dalam tabel dan grafik sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Konsumen Service Motor**  
**P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi**  
**2014-2016**

Bulan	2014	2015	2016	$\Delta$ 2014 – 2015	$\Delta$ 2015 - 2016
Januari	347	411	370	16%	-11%
Februari	317	278	285	-14%	2%
Maret	285	356	258	20%	-38%
April	412	303	378	-36%	20%
Mei	370	385	303	4%	-27%
Juni	434	407	355	-7%	-15%
Juli	399	338	344	-18%	2%
Agustus	252	374	287	33%	-30%
September	384	361	322	-6%	-12%
Oktober	236	283	296	17%	4%
November	441	317	349	-39%	9%
Desember	389	273	265	-42%	-3%
<b>Jumlah</b>	<b>4266</b>	<b>4086</b>	<b>3812</b>	<b>-4%</b>	<b>-7%</b>

Sumber: P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi, 2017



Sumber: di olah oleh peneliti,2017

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa pada P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi terjadi penurunan jumlah penurunan pelanggan service



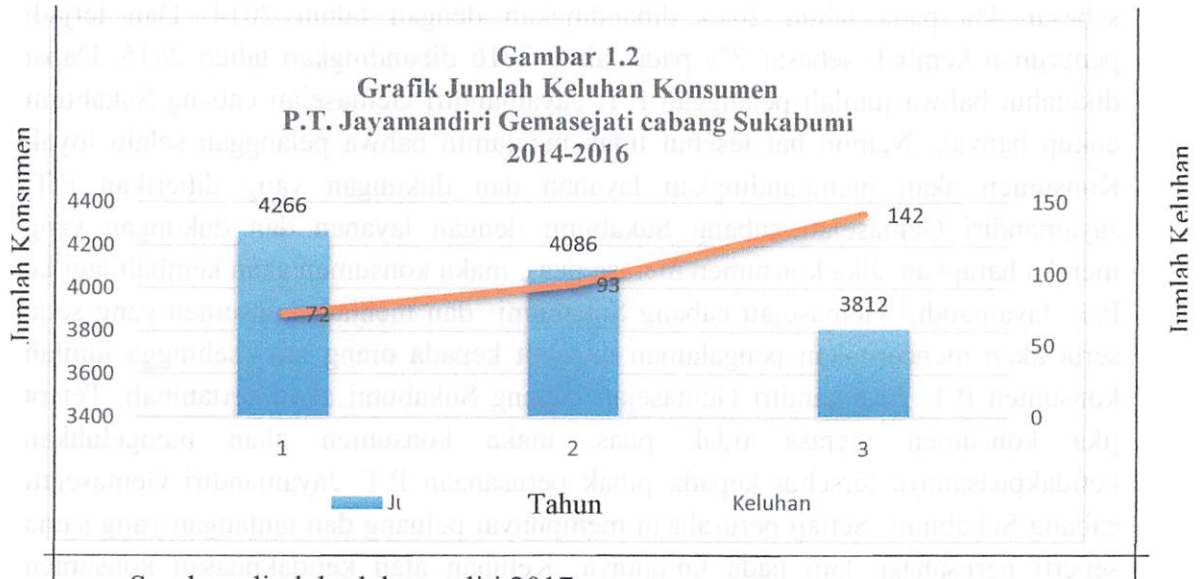
sebesar 4% pada tahun 2015 dibandingkan dengan tahun 2014. Dan terjadi penurunan kembali sebesar 7% pada tahun 2016 dibandingkan tahun 2015. Dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi cukup banyak. Namun hal tersebut tidak menjamin bahwa pelanggan selalu loyal. Konsumen akan membandingkan layanan dan dukungan yang diberikan P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi dengan layanan dan dukungan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali lagi ke P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi dan menjadi konsumen yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain, sehingga jumlah konsumen P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi akan bertambah. Tetapi jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen akan mengeluhkan ketidakpuasannya tersebut kepada pihak perusahaan P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi. Setiap perusahaan mempunyai peluang dan tantangan yang sama seperti perusahaan lain pada umumnya. Keluhan atau ketidakpuasan konsumen seharusnya ditanggapi pihak perusahaan dengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga konsumen akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak perusahaan.

Berikut adalah tabel dan grafik jumlah keluhan konsumen P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi tahun 2014-2016:

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Keluhan Konsumen**  
**P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi**  
**2014-2016**

NO	Indikator	Keluhan	Jumlah per-tahun		
			2014	2015	2016
1	Keandalan (reability)	Lambatnya pengecekan awal pada motor	17	21	28
		Kurangnya ketepatan waktu penyelesaian sesuai yang dijanjikan			
2	Ketanggapan (responsiviness)	Kecepatan penanganan konsumen oleh karyawan	8	15	29
3	Jaminan dan kepastian (assurance)	Ketersediaan komponen sparepart yang asli	12	17	23
		Keprofesionalan karyawan teknisi (Senyum, Sapa, Salam)			
4	Empati (emphaty)	Kejelasan informasi kerusakan motor	14	16	25
		Kepedulian teknisi pada pelanggan			
5	Berwujud (tangible)	Kurangnya kenyamanan ruang tunggu (Pendingin ruangan, Lokasi ruangan)	21	24	37
<b>Jumlah</b>			<b>72</b>	<b>93</b>	<b>142</b>
<b>Presentase</b>			<b>1.69%</b>	<b>2.28%</b>	<b>3.73%</b>

Sumber: P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi, 2017



Sumber: di olah oleh peneliti,2017

Berdasarkan hasil kotak saran yang ada di P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi dapat diketahui bahwa jumlah responden memang sedikit dan tidak mewakili jumlah pengunjung pertahunnya tetapi setiap tahunnya jumlah keluhan semakin meningkat. Keluhan-keluhan tersebut seharusnya ditanggapi pihak perusahaan dengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan sehingga konsumen akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak perusahaan.

Salah satu strategi agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan. Seperti teori yang dikutip dalam buku “Strategi Pemasaran” oleh Andi Ofset yaitu definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Nilai yang diberikan oleh konsumen diukur berdasarkan keandalan (reliability), ketahanan (durability), kinerja (performance), bukti fisik (tangibles), jaminan (assurance) dan empati (empathy) Fandy Tjiptono (2011:198), dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan konsumen pun akan tercapai. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Jadi berdasarkan definisi di atas bahwa apabila seorang konsumen atau konsumen tidak merasa puas dengan apa yang diterimanya dari pihak perusahaan maka konsumen tersebut akan berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lainya hingga merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya lalu ia akan melakukan pembelian ulang atau *repurchase*.

Dengan melihat fenomena tersebut dan melihat kebutuhan akan permintaan terhadap service semakin meningkat membuat perusahaan harus melakukan

pelayanan yang tepat, dengan maksud untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Sesuai dengan uraian yang penulis kemukakan dan melihat fenomena yang terjadi. Maka penulis tertarik untuk mengagkat suatu topik untuk dijadikan bahan dalam pembuatan skripsi mengenai hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada P.T. Jayamandiri Gemasejati (JG Motor Group) cabang Sukabumi”**.

## **1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas yang menjadi dasar penelitian ini adalah terdapatnya beberapa keluhan atau ketidakpuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi, permasalahan yang dihadapi adalah jumlah keluhan konsumen yang cukup banyak dari pelayanan yang mengacu pada lima dimensi yaitu bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*emphaty*) pada P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi yang kurang optimal.

### **1.2.2. Perumusan Masalah**

Berkaitan dengan permasalahan yang dijelaskan di latar belakang tersebut maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Seperti apakah kualitas pelayanan bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*emphaty*) pada P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi?
2. Seperti apa kepuasan konsumen pada P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi?
3. Apakah analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat digunakan sebagai acuan dalam penyusunan rekomendasi pada P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi?

## **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat signifikan hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi yang bertempat di Jl. Raya Karang Tengah RT/RW 03/02 No. 208, Cibadak, Karangtengah, Sukabumi, Jawa Barat 43351, Indonesia, sehingga permasalahan yang ada dapat diselesaikan atau terpecahkan.

### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tingkat kualitas pelayanan di P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi.
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen di P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi
3. Untuk menyusun rekomendasi terkait penerapan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di P. T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian mencakup dua hal, diantaranya:

1. Kegunaan Teoritik, yaitu untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu, dan
2. Kegunaan Praktik, yaitu untuk memberikan sumbangan pemikiran berupa rekomendasi untuk mengatasi masalah yang diidentifikasi dalam identifikasi penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Manajemen Pemasaran**

##### **2.1.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran merupakan kegiatan yang terdiri lebih dari satu individu dalam suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam situasi yang berbeda. Pemasaran merupakan suatu hal yang bersifat dinamis karena selalu mengikuti yang sedang terjadi di masyarakat agar produk baik barang maupun pelayanan tetap mendapatkan konsumen atau konsumen. Pengertian secara luas pemasaran adalah semua kegiatan yang dirancang untuk mendorong dan mengelola suatu pertukaran untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan kita. Adapun pendapat menurut para ahli sebagai berikut :

- Menurut Kotler & Keller (2012;5) :

“Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is meeting needs profitably”.

Artinya : Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

- Menurut American Marketing Association (AMA) dalam M. Mursid (2010 : 26) menyatakan bahwa :

“Pemasaran pelaksanaan kegiatan usaha niaga yang diarahkan pada arus aliran barang dan pelayanan dari produsen ke konsumen”.

- Menurut Charles F. Philips & Delbert J. Duncan dikutip Buchari Alma (2013;1) menyatakan bahwa :

“ Marketing which is often referred to as “distribution” by businessman – includes all the activities necessary to place tangible goods in the hand of house hold consumers and users”

Artinya : Pemasaran yang oleh para pedagang diartikan sama dengan distribusi dimaksudkan segala kegiatan untuk menyampaikan barang-barang ke tangan konsumen (rumah tangga) dan ke konsumen industri.

- Menurut Djaslim (2003) dikutip oleh Nana Herdiana A. (2015;2) menyatakan bahwa :

“Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-

barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan”.

- Menurut William J. Stanton dalam M. Mursid (2010;26) mengatakan bahwa :  
 “Pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau pelayanan yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.”

Jadi berdasarkan beberapa pernyataan menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan upaya memenuhi kebutuhan konsumen dan menciptakan hubungan kepada konsumen dengan maksud konsumen dapat terpuaskan dan tercapainya tujuan perusahaan.

### 2.1.2. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan salah satu kunci untuk mencapai tujuan perusahaan terdiri dari pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran seta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. Konsep-konsep inti pemasaran ada enam yaitu : konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran sosial dan konsep pemasaran global. Adapun pendapat menurut para ahli sebagai berikut :

- Menurut Deliyanti Oentoro (2012:7)

Berikut tujuh konsep tersebut menurut Deliyanti Oentoro (2012:7) diantaranya:

#### 1. Konsep Produksi

Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana-mana dan harga yang terjangkau. Konsep ini berorientasi pada produksi dengan mengerahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produk tinggi dan distribusi yang luas.

#### 2. Konsep Produk

Konsep peroduk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performasi, dan ciri-ciri yang terbaik.

#### 3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan berpendapat bahwa konsumen tidak bisa dibiarkan begitu saja, perusahaan harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

#### 4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran mengataka bahwa kunci utama untuk mencapai tujuan perusahaan terdiri dari pemenuhan kebutuhan dan

keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara efektif dan efisien dibanding para pesaing.

#### 5. Konsep Pemasaran Sosial

Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

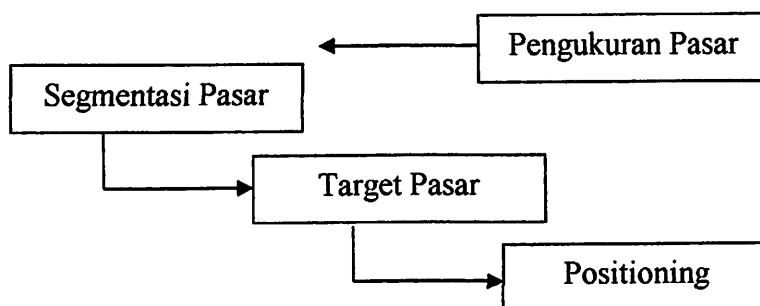
#### 6. Konsep Pemasaran Global

Pada konsep pemasaran global ini, manajer eksekutif berupaya memahami semua faktor lingkungan yang mempengaruhi pasar sasaran melalui manajemen strategis yang baik. Tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

#### 7. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial

Tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran dengan cara memberi keputusan yang diinginkan secara lebih efisien dan efektif dari pada pesaing dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Konsep pemasaran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1

Konsep Pemasaran menurut Deliyanti Oentoro (2012:4)

Konsep pemasaran dalam gambar 2.1 tersebut dapat dijelaskan bahwa langkah awal perusahaan dalam pemasaran adalah mengetahui kondisi pasar dengan cara melakukan pengukuran pasar (biasanya melalui riset pasar), perusahaan kemudian melakukan segmen pasar, yakni membagi pasar berdasarkan kelompok yang homogen atau berdasarkan kategori tertentu, misalnya berdasarkan manfaat, perilaku pembeli, atau gaya hidup konsumen (*lifestyle*) konsumen. Setelah itu perusahaan membuat target pasar yang nantinya akan memusatkan perhatian dan usaha pada salah satu segmen yang dipandang paling potensial. Jika sudah berhasil, biasanya perusahaan melakukan pemosisia diri (*positioning*). *Positioing* merupakan langkah

perusahaan guna membentuk dan menanamkan citra (*image*) yang berbeda di mata konsumen terhadap produk perusahaan.

Jadi menurut konsep pemasaran diatas maka konsep pemasaran tersebut meliputi produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, konsep pemasaran sosial, konsep pemasaran global dan konsep pemasaran berwawasan sosial yang saling berhubungan antara satu konsep dengan konsep lainnya.

- Menurut Kotler dan Keller (2009:58)

Menurut Kotler dan Keller (2009:58) pada dasarnya kegiatan pemasaran mencakup konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan konsep pemasaran dan konsep pemasaran holistik.

1. Konsep produksi

Konsep ini berorientasi pada proses produksi atau operasi. Produsen meyakini konsumen hanya akan membeli produk-produk yang murah dan mudah diperoleh. Para manajer mengansumsikan bahwa konsumen terutama tertarik pada ketersediaan produk dan harga yang rendah. Orientasi ini berguna ketika perusahaan ingin memperluas pasar.

2. Konsep produk

Dalam konsep ini pemasar beranggapan bahwa konsumen lebih menghendaki produk-produk yang memiliki kualitas, kinerja, fitur atau penampilan superior. Para manajer organisasi memusatkan perhatian untuk menghasilkan produk yang unggul dan memperbaiki mutunya dari waktu ke waktu.

3. Konsep penjualan

Konsep ini berorientasi pada tingkat penjualan, dimana pemasar beranggapan bahwa konsumen harus dipengaruhi agar penjualan dapat meningkat. Konsep ini mengansumsikan bahwa konsumen umumnya menunjukkan keengganan atau penolakan untuk membeli sehingga harus dibujuk supaya membeli.

4. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran berorientasi pada konsumen dengan anggapan bahwa konsumen hanya akan bersedia membeli produk-produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta memberikan kepuasan. Konsep pemasaran terdiri atas empat pilar yakni: pasar sasaran, kebutuhan konsumen, pemasaran terpadu atau terintegrasi dan berkemampuan menghasilkan laba.

5. Konsep pemasaran holistic

Konsep pemasaran holistik merupakan suatu pendekatan terhadap suatu pemasaran yang mencoba mengakui dan mendamaikan lingkup dan kompleksitas kegiatan pemasaran. Pemasaran holistik



## 2. Merebut Pencerahan Pemasaran

Membutuhkan informasi pemasaran dan mengumpulkan berbagai informasi lingkungan agar dapat mengukur potensi pasar dan meramalkan permintaan di masa depan.

## 3. Berhubungan Dengan Konsumen

Mempertimbangkan cara menciptakan nilai terbaik untuk pasar sasaran dan mengembangkan hubungan jangka panjang yang kuat dan mampu menghasilkan laba dengan paa konsumen.

## 4. Membangun Merek Yang Kuat

Memahami kelemahan dan kelebihan produk perusahaan agar tidak dapat digunakan oleh produk-produk pesaing atau produk-produk baru dalam kategori produk terkait.

## 5. Membentuk Tawaran Pasar

Inti program pemasaran ada produk tawaran berwujud dari perusahaan kepada pasar yang mencakup mutu produk, rancangan, fitur dan kemasan serta harga yang diberikan harus sepadan dengan nilai yang dirasakan penawar.

## 6. Menyerahkan Nilai

Menentukan bagaimana cara menyerahkan secara tepat nilai yang dimasukkan oleh produk dan pelayanan perusahaan pada pasar sasaran.

## 7. Mengkomunikasikan Nilai

Kegiatan komunikasi pemasaran merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk mencoba menginformasikan, membentuk, dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang merek yang mereka jual.

## 8. Menciptakan Pertumbuhan Jangka Panjang

Perusahaan harus memiliki pandangan jangka panjang tentang produk atau pelayanan serta mereknya dan bagaimana laba akan bertumbuh. Berdasarkan penentuan posisi produknya, harus mengembangkan produk baru, menguji dan meluncurkannya.

## 2.2 Pelayanan

### 2.2.1 Pengertian Pelayanan

Berikut ini merupakan uraian dari definisi-definisi pelayanan yang dinyatakan oleh para ahli. Akan tetapi sampai saat ini belum ada perumusan definisi mengenai pengertian pelayanan tersebut yang dapat diterima secara bulat.

- Menurut Kotler, Keller dan Armstrong (2008;372) dikutip oleh Nana Herdiana Abdurrahman (2015;103) mendefinisikan bahwa :

“Pelayanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara positif tidak berwujud dan tidak

menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi pelayanan dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik.”

- Menurut Valerie A. Zethami & Mary Jo Bitner yang dikutip oleh Danang Sunyoto (2012;187) mendefinisikan bahwa :

“Pelayanan adalah merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah, misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan.

(Service is all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that it is produced, and provides added value in forms, such as convenience, amusement, comfort or health).”

- Menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Danang Sunyoto (2012;186) mendefinisikan bahwa :

“Pelayanan adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan pada konsumen (Service are identifiable, intangible activities that are the main object of a transaction designed to provide want satisfaction to consumers).”

- Menurut Gronroos (2000) dikutip oleh Fandy Tjiptono (2011;17) mendefinisikan bahwa :

“Pelayanan adalah proses yang terdiri dari atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara konsumen dan karyawan pelayanan dan/atau sumber daya fisik atau barang dan/atau sistem penyedia pelayanan, yang disediakan solusi atas masalah konsumen.”

Dari berbagai definisi menurut para ahli diatas , dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah proses interaksi yang terjadi antara konsumen dan karyawan yang tidak berwujud namun dapat dirasakan manfaatnya.

### **2.2.2 Karakteristik Pelayanan**

Pelayanan memiliki berbagai karakteristik yang dapat mempengaruhi perencanaan program pemasaran itu sendiri. Klasifikasi dalam pelayanan membantu untuk membatasi dari suatu industri pelayanan, sehingga tidak hanya memberikan pemahaman akan kebutuhan dan perilaku konsumen secara lebih baik, tetapi dalam memberikan sistem pengelolaan data yang lebih baik.

- Menurut Danang Sunyoto (2012;189) dan M. Mursid (2010 ; 116) mengatakan karakteristik pelayanan dibedakan menjadi empat, yakni :

1. Tidak Berwujud  
Pelayanan mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian.
  2. Tidak Dapat Dipisahkan  
Suatu bentuk pelayanan tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak hadir, produk fisik yang berwujud tetap ada.
  3. Heterogenitas  
Industri pelayanan atau penjual pelayanan individu tidak mungkin mengadakan standarisasi output. Setiap unit pelayanan itu berbeda satu sama lain.
  4. Cepat hilang dan permintaan yang fluktuasi  
Pelayanan cepat hilang dan tidak dapat disimpan serta pasaran pelayanan yang berubah-ubah menurut musim. Karena cepat rusak dan permintaan yang berubah-ubah, maka perlu adanya pengelolaan yang tepat.
- Menurut Lovelock dan Wirtz (2011: 37), karakter dari *service* atau jasa adalah sebagai berikut:
    1. Intangibility  
Tidak berwujud secara fisik, jasa tidak dapat disentuh, dilihat, ataupun didengar, namun hanya dapat dialami.
    2. Heterogeneity  
Hasil dari sebuah jasa sangat bervariasi. Apabila dilakukan atau disampaikan oleh orang yang berbeda saja akan mengeluarkan hasil yang berbeda.
    3. Inseparability  
Konsumen dan proses penyampaian jasa tidak dapat dipisahkan. Jasa hanya akan tersampaikan apabila ada konsumen yang bersangkutan.
    4. Perishability  
Jasa tidak bertahan lama, juga tidak dapat diinventoris, disimpan, dikembalikan, ataupun dijual kembali karena hanya terjadi saat dialami.

### 2.2.3 Pengertian Kualitas

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen serta mampu mencapai target pasar yang ingin dicapai. Namun seiring dengan tujuan perusahaan tersebut, perusahaan juga menginginkan tercapai permintaan sebanyak-banyaknya agar hasil penjualan yang didapatkan dapat tercapai. Akan tetapi timbul masalah yaitu bagaimana cara untuk

dapat mempengaruhi pembeli agar pembeli membeli produk atau pelayanan yang ditawarkan

- Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:180) Kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat
- Menurut David Hoyle (2007:178) kualitas merupakan suatu kesatuan yang memiliki kemampuan secara total untuk memuaskan kebutuhan konsumen.
- Menurut Tjiptono (2004:11) mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian untuk digunakan.
- Menurut J.Supranto (2006:226) kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia pelayanan merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik,

Dari beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa definisi kualitas merupakan suatu kesatuan dari produk, pelayanan, teknis, performa, dan lain sebagainya di dalam pemasaran yang dikemas secara baik, rapi, konsisten dan maksimal sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

#### **2.2.4 Kualitas Pelayanan**

- Menurut Kotler & Armstrong yang dikutip Fandy Tjiptono (2009;26) menyatakan bahwa :  
 “Kualitas pelayanan merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang atau pelayanan yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen, baik yang tampak jelas maupun yang tersembunyi.”
- Menurut Stamatis (1996) dikutip oleh Usi Usmara (2008;146) mengatakan bahwa :  
 “Kualitas pelayanan adalah suatu komitmen untuk merealisasikan konsep yang berorientasi pada konsumen, menetapkan suatu standar kinerja pelayanan, mengukur kinerja dengan melakukan benchmark, mengenali dan memberikan perilaku teladan serta memelihara daya tarik bagi konsumen setiap saat dalam upaya meningkatkan penjualan.”
- Menurut Marry Jo Bitner, Bernard & Lois (1999) dikutip oleh Usi Usmara mengatakan bahwa :  
 “Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan kesan konsumen terhadap inferioritas atau superioritas organisasi beserta pelayanan yang ditawarkan.”

Berdasarkan pendapat ahli peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu usaha untuk memuaskan kebutuhna konsumen dan memelihara daya tarik konsumen agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

### 2.2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diukur menggunakan dimensi-dimensi yang telah dikemukakan oleh para ahli.

- Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono (2011;198) yang telah menyederhanakan dari sepuluh dimensi menjadi lima dimensi, yaitu :
  1. Reliability (Keandalan)
 

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun menyampaikan pelayanannya sesuai dengan waktu yang disepakati.
  2. Responsiveness (Daya tanggap)
 

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan pelayanan akan diberikan dan kemudian memberikan pelayanan secara tepat.
  3. Assurance (Jaminan)
 

Para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani konsumen serta menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan konsumen.
  4. Empathy (Empati)
 

Perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen agar memberikan rasa nyaman kepada konsumen.
  5. Tangible (Bukti fisik)
 

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.
- Menurut Kotler (2000) dalam Buchari Alma (2013;284) mengemukakan dimensi kualitas pelayanan ada lima, yaitu :
  1. Tangible (berwujud)
 

Yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawatt lancar dsb.
  2. Empathy (empati)
 

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan.
  3. Responsiveness (daya tanggap)

Yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/complaint dari konsumen.

4. Reliability (keandalan)

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat dan konsisten.

5. Assurance (kepastian)

Yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

- Menurut Valerie zeithaml, leonard berry. Dan A Parasuraman (dalam kutipan Lovelock dan Wright 2010:154) telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas layanan dan mengidentifikasi 10 dimensi yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa.

1. Tangibles (penampilan unsur baik)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal, dan materi komunikasi

2. Reability (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)

Kemampuan untuk melakukan pe;ayanan yang dijanjikan, dapat diandaikan, dan akurat

3. Responsiveness (kecepatan dan kegunaan)

Kesediaan untuk membantu pelanggan dan menyediakan prpmt pelayanan.

4. Assurance (kredibilitas, keamanan, koempetotof, dan kesopanan)

- Kredibilitas : kepercayaan, kejujuran penyediaa pelayanan
- Keamanan : keamanan daei bahaya, resisiko,atau keraguan
- Kompetensi : memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan
- Sopan santun : kesopanan, rasa hormat, pertimbangan, dan keramahan personal layanan

5. Empaty (alses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan)

- Akses : mudah didekati dan mudah untuk dikontak
- Komunikasi : mendengarkan pe;anggan dan menjaga agar mereka terinformasikan
- Memahami pelanggan : membuat upaya untuk mengenali pelangan dan kebutuhan mereka

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa untuk mengukur suatu kualitas pelayanan maka digunakan lima dimensi SERVQUAL yaitu terdiri dari bukti fisik, daya tanggap, keandalan, empati dan jaminan maka yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah perasaan seseorang terhadap hasil atau suatu pemberian

kepada konsumen/konsumen yang diterima serta memenuhi harapan dan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang telah mereka terima sesuai dengan yang mereka harapkan, maka kualitas pelayanan dapat diterima dengan baik dan memuaskan para konsumen.

### **2.2.6 Kepuasan Konsumen**

Pada era sekarang ini kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hal yang sangat rentan karena akan mengakibatkan kesan bagi konsumen dan menjadikan suatu dasar tujuan bagi perusahaan yaitu untuk membuat konsumen merasa puas. Semakin konsumen merasa terpuaskan maka akan menimbulkan kesan yang baik serta mendatangkan keuntungan bagi perusahaan yang kemungkinan besar konsumen akan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. Sementara bila perusahaan tidak dapat memuaskan konsumen maka konsumen enggan untuk melakukan pembelian kembali yang akan merugikan bagi perusahaan dan kemungkinan besar akan pindah pada pesaing.

- Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa:
 

“Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.”
- Menurut Tse & Wilton (1988) dalam Fandy Tjiptono (2011;295) mengatakan kepuasan konsumen yaitu :
 

“Respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau standar kinerja tertentu) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk.”
- Menurut Walker (1995) dalam Ali Hasan (2008;57) mengatakan bahwa :
 

“Kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara produk yang dirasakan dengan yang diprediksi sebelum produk dibeli/dikonsumsi. Jika dirasakan konsumen melebihi dugaannya, konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika yang dirasakan lebih rendah dari harapannya. Konsumen akan merasa tidak puas.”

Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang merupakan respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbandingan harapan dan kinerja setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa.

#### **2.2.6.1 Pengertian Harapan Konsumen**

Harapan konsumen merupakan suatu hal yang menyebabkan konsumen akan merasa puas atau tidak karena melalui harapan ada nilai yang harus dicapai oleh

perusahaan dan perusahaan harus mampu mencapai nilai yang diharapkan oleh konsumen.

- Beberapa pakar mengidentifikasi konsep harapan pra pembelian (Wilton, 1998; Spreng, 1996) dalam Ali Hasan (2008;62) yaitu :
  1. *Equitable performance (normative performance; effort versus outcome; should expectation; deserved expectation)*,  
Yakni penilaian normatif atas kinerja yang seharusnya diterima konsumen berbanding biaya dan usaha yang telah dicurahkan untuk membeli dan mengonsumsi produk.
  2. *Ideal performance (optimum versus actual performance; ideal expectation* memiliki *explanatory power* lebih baik dalam menjelaskan proses kepuasan konsumen), *desired expectation*,  
Yaitu tingkat kinerja optimum yang diharapkan oleh seorang konsumen.
  3. *Expected performance (realistic versus actual performance; will expectation; predictive expectation)*,  
Yaitu tingkat kinerja yang diperkirakan atau yang paling diharapkan disukai konsumen (*what the performance probably will be*). Tipe ini banyak digunakan dalam penelitian kepuasan-ketidakpuasan konsumen, terutama yang didasarkan pada *expectancy disconfirmation model* .
- Menurut Fandy Tjiptono (2008;27) mengatakan bahwa harapan konsumen yakni :  
“Perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya.”

Adapun faktor-faktor yang menentukan harapan konsumen kebutuhan pribadi, pengamalan masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut dan iklan. Zethami, et, al (1993) dalam Ali Hasan (2008;62) mengemukakan bahwa harapan konsumen terhadap kualitas suatu jasa terbentuk oleh faktor *enduring service intensif, transitory service intensif, personal needs, perceived service alternative, self-perceived service roles, situational factors* dan *positive word of mouth* .

1. *Enduring service intensif*  
Merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong konsumen untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap produk jasa.
2. *Transitory service intensif*  
Merupakan faktor individual yang bersifat sementara yang meningkatkan sensitivitas konsumen terhadap jasa.
3. *Personal needs*  
Kebutuhan fisik, sosial dan psikologis yang dirasakan seseorang akan menjadi dasar bagi kesejahteraannya yang sekaligus akan menentukan harapannya.
4. *Perceived service alternative*



Merupakan persepsi konsumen terhadap tingkat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternative, maka harapannya cenderung semakin besar.

5. *Self-perceived service roles*

Persepsi konsumen tentang tingkat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya, konsumen terlibat dalam proses pemberian jasa.

6. *Situational factors*

Merupakan segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, berada diluar kendali penyedia jasa.

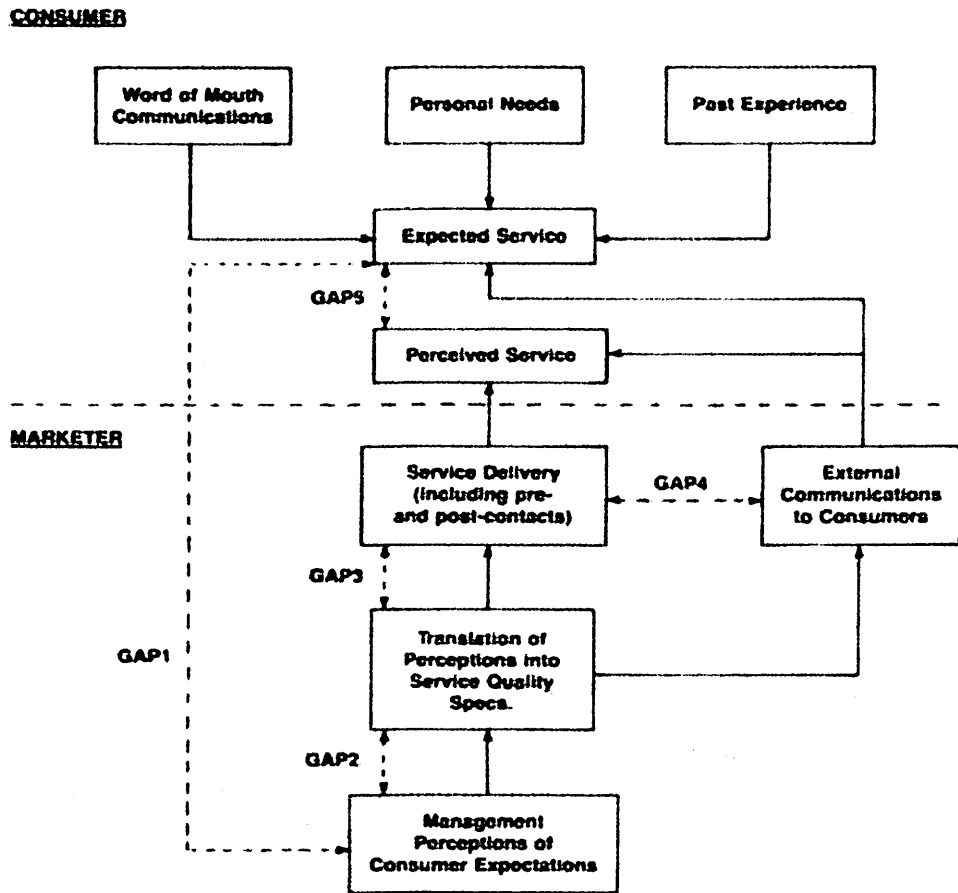
7. *Positive word of mouth*

Bersumber dari orang lain yang terpercaya (para ahli, teman, keluarga dan publikasi media massa) lebih cepat diterima sebagai referensi karena konsumen sering mengalami kesulitan mengevaluasi jasa yang belum dirasakan sendiri.

### 2.2.6.2 Pengertian Kinerja Pelayanan

Kinerja sangat erat kaitannya dengan harapan konsumen karena melalui kinerja yang diberikan oleh perusahaan, konsumen dapat mengetahui atau merasakan apakah telah sesuai dengan harapannya atau tidak. Adapun menurut beberapa ahli yang mengenai kinerja, yakni :

- Menurut Spreng (1996) dalam Fandy Tjiptono (2011;308) mengatakan bahwa:  
“Keyakinan menyangkut atribut produk, itngkat atribut atau hasil”
- Kinerja juga memiliki dimensi yang terdiri dari dua dimensi dalam Buchari Alma (2013;64) yaitu :
  1. *Instrumental performance* (daya tahan) berkaitan dengan fungsi fisik suatu produk ;
  2. *Expressive symbolic performance* (corak model), berkenaan dengan kinerja estetis atau peningkatan citra diri.
- Dalam upaya awal membangun konsepsi seputar kualitas pelayanan, Parasuraman, Zeithaml, and Berry mengajukan skema berikut :



Gambar 2.2 Bagan Gap Servqual

Sumber: A. Parasuramant, Valerie A. Zeithaml L. Berry, Conceptual Model of Service Quality and It's Implication for Future Research, Journal of Marketing Fall 1985;44, Reprinted With Permission of The American Marketing Association (Philip Kotler 1997:487)

Dalam membandingkan antara Harapan dan Kinerja tercipta kesenjangan. Kesenjangan ini disebut dengan GAP. Terdapat 5 GAP sehubungan dengan masalah kualitas pelayanan.

- GAP 1 adalah gap antara Harapan Konsumen – Persepsi Manajemen.  
Gap ini memiliki arti perbedaan antara harapan konsumen aktual dan persepsi (kinerja) manajemen akan berdampak pada penilaian konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
- GAP 2 adalah gap antara Persepsi Manajemen – Spesifikasi Kualitas Pelayanan.  
Gap ini yaitu dimana antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas pelayanan tidak konsisten yang akan berdampak pada kualitas pelayanan pada sudut pandang konsumen.

- GAP 3 adalah gap antara Spesifikasi Kualitas Pelayanan – Penyelenggaraan Pelayanan.

Gap ini tidak terpenuhinya spesifikasi kualitas pelayanan yang telah dibuat dan penyelenggaraan pelayanan aktual akan berdampak pada sudut pandang kualitas pelayanan konsumen.

- GAP 4 adalah gap antara Penyampaian Pelayanan – Komunikasi Eksternal.

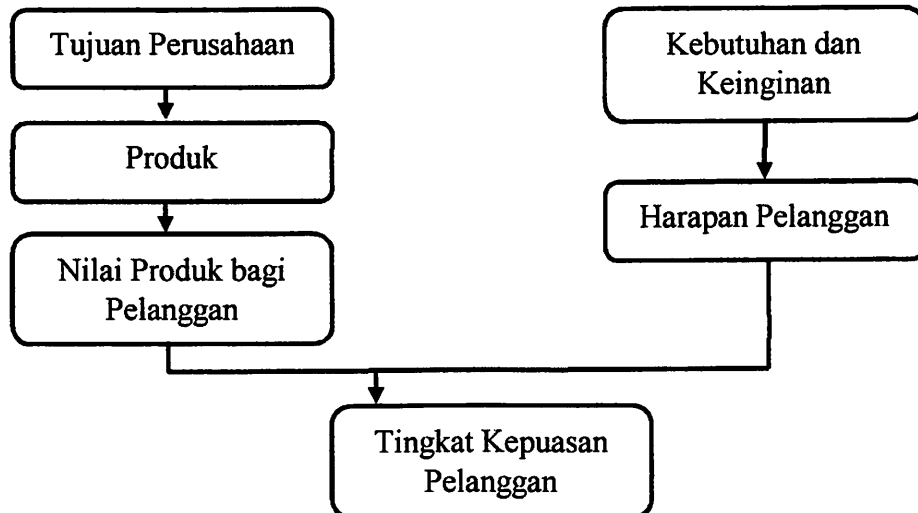
Gap ini artinya janji-janji yang diberikan kepada konsumen melalui aktifitas komunikasi eksternal tidak konsisten dengan layanan yang diberikan.

- GAP 5 adalah gap antara Pelayanan Diharapkan (Expected Service) – Pelayanan Diterima (Perceived Service).

Gap ini artinya antara pelayanan diharapkan dan kinerja pelayanan yang diberikan tidak konsisten yang akan berdampak pada persepsi konsumen atas pelayanan yang diharapkan dan yang diterima.

### 2.2.7 Konsep Kepuasan

Dalam konsep kepuasan pelanggan terdapat dua elemen yang mempengaruhi, yaitu harapan dan kinerja. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk. Harapan adalah perkiraan konsumen tentang apa yang akan diterima apabila ia mengkonsumsi produk (barang atau jasa) kepuasan pelanggan dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 2.3 : Konsep Kepuasan Pelanggan  
Manajemen Jasa, Fandy Tjiptono (2006)

Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kualitas pelayanan dikurangi harapan pelanggan dengan kata lain pengukuran kepuasan konsumen dirumuskan sebagai berikut:

1. *Service quality Less Than Expectation*

Bila ini terjadi, dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan buruk. Selain tidak memuaskan juga tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Jika *service quality* yang diberikan perusahaan lebih kecil dari *expectation* pelanggan, maka akan mengakibatkan ketidakpuasan terhadap pelanggan.

2. *Service quality = Expectation*

Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak ada keistimewaan. Jika nilai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sama dengan harapan pelanggan, maka muncul kepuasan yang biasa diinginkan pelanggan.

3. *Service quality More Than Expectation*

Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa pelanggan merasakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak hanya sesuai dengan kebutuhan, namun sekaligus memuaskan dan menyenangkan. Jika kualitas pelayanan lebih besar dari harapan yang diinginkan pelanggan, maka akan membuat kepuasan pelanggan sangat luar biasa. Pelayanan ketiga ini disebut pelayanan prima (*excellent service*) yang selalu diharapkan oleh pelanggan.

### 2.2.8 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Meningkatkan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting agar dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat dan tetap eksis di era globalisasi. Banyak faktor yang harus dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan karena hal ini akan berdampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap organisasi secara keseluruhan.

- Menurut Fandy Tjiptono (2002:88) ada beberapa faktor dominan yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, diantaranya adalah:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan

Setiap perusahaan pelayanan berupaya memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para konsumennya, perlu melakukan riset untuk mengidentifikasi pelayanan dominan yang paling penting bagi pasar sasaran terhadap perusahaan serta berdasarkan determinan tersebut, sehingga diketahui posisi relative perusahaan dimata konsumen dibandingkan dengan para pesaing agar dapat memfokuskan peningkatan kualitasnya pada aspek dominan tersebut.

2. Mengelola harapan konsumen

Tidak jarang suatu perusahaan berusaha melebih-lebihkan pesan komunikasinya kepada konsumen agar mereka terpicat. Hal seperti ini dapat menjadi bumerang bagi perusahaan karena semakin besar pula

harapan konsumen yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan konsumen oleh perusahaan.

3. Mengelola bukti kualitas pelayanan

Mengelola bukti kualitas pelayanan bertujuan untuk memperkuat persepsi konsumen selama dan sesudah pelayanan diberikan. Oleh karena pelayanan merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan seperti barang, maka konsumen cenderung untuk memperhatikan faktor-faktor tangible yang berkaitan dengan pelayanan sebagai bukti kualitas. Dari sudut pandang perusahaan pelayanan, bukti langsung meliputi segala sesuatu yang dipandang konsumen sebagai indikator seperti apa pelayanan yang diberikan dan seperti apa saja yang telah diterima.

4. Mendidik konsumen tentang pelayanan

Membantu konsumen dalam memahami merupakan upaya yang sangat positif dalam rangka menyampaikan kualitas pelayanan. Konsumen yang terdidik akan dapat mengambil keputusan lebih baik sehingga kepuasan mereka dapat tercipta lebih tinggi. Upaya mendidik konsumen ini dapat dilakukan dalam bentuk melakukan pelayanan sendiri, membantu konsumen kepada menggunakan sesuatu pelayanan, bagaimana menggunakan pelayanan, dan menjelaskan kepada konsumen alasan-alasan yang mendasari kebijaksanaan yang bisa mengecewakan mereka.

5. Mengembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas merupakan system nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus. Budaya kualitas terdiri dari: filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai tradisi, prosedur, dan harapan yang meningkatkan kualitas. Agar dapat menciptakan budaya kualitas yang baik maka dibutuhkan komitmen menyeluruh pada seluruh anggota organisasi.

6. Menciptakan *automating quality*

Adanya otomatisasi dapat mengatasi variabilitas kualitas pelayanan yang disebabkan kurangnya sumberdaya manusia yang dimiliki. Namun sebelum memutuskan melakukan otomatisasi perusahaan perlu melakukan penelitian secara seksama untuk menentukan bagian yang dibutuhkan sentuhan manusia dan bagian yang memerlukan otomatisasi.

7. Menindak lanjuti pelayanan

Menindak lanjuti pelayanan dapat membantu memisahkan aspek-aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan. Perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua konsumen untuk mengetahui keinginan dan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diberikan. Perusahaan dapat pula memberikan kemudahan bagi para

konsumen untuk berkomunikasi baik menyangkut kebutuhan maupun keluhan mereka.

#### 8. Mengembangkan system informasi kualitas pelayanan

Sistem informasi kualitas pelayanan merupakan suatu system yang menggunakan berbagai macam pendekatan secara sistematis untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas pelayanan guna mendukung pengambilan keputusan. Informasi yang dibutuhkan mencakup segala aspek, yaitu data saat ini dan masa lalu, kuantitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan dan konsumen.

Jadi menurut pendapat ahli di atas metode untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu dengan cara mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan, mengelola harapan konsumen, mengelola bukti kualitas pelayanan, mendidik konsumen tentang pelayanan, mengembangkan budaya kualitas, menciptakan *automating quality*, menindak lanjuti pelayanan, mengembangkan system informasi kualitas pelayanan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

- Sedangkan Menurut Kurniawati (2007: 5) : Ada dua metode untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu:
  1. Melalui peningkatan SDM (Sumber Daya Manusia), yakni dengan memberikan pelatihan untuk orang yang ahli dibidangnya atau mempunyai keterampilan khusus.
  2. Melalui peningkatan sarana dan prasarana, yaitu peningkatan semua barang atau perlengkapan yang di sebuah perusahaan tersebut.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kualitas pelayanan perpustakaan banyak cara yang harus dilakukan diantaranya dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, meningkatkan pelayanan, menambah fasilitas dan lain sebagainya.

### 2.2.9 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Terdapat beberapa metode yang bisa digunakan dalam mengukur dan memantau kepuasan konsumen pada perusahaan. Menurut Kotler (2004) dalam Fandy Tjiptono (2011;314) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis* dan survey kepuasan pelanggan.

#### 1. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.

## 2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara memperoleh gambaran kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi langsung dengan staff penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Tetapi karyawan atau staff tersebut tidak boleh tahu bahwa mereka sedang dinilai oleh atasan mereka karena apabila mereka mengetahui maka hasil penilaian akan menjadi bias.

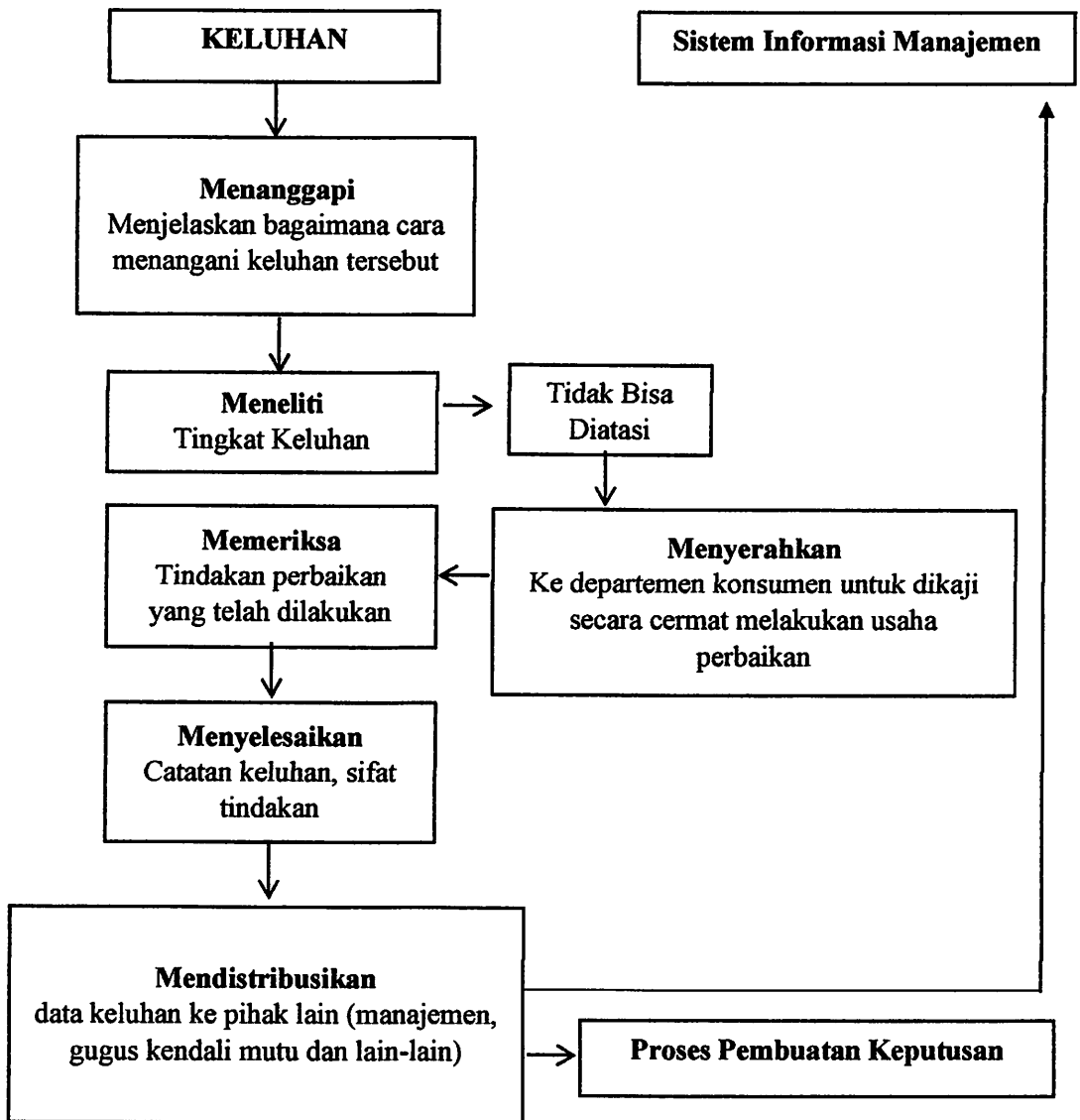
## 3. *Lost Customer Analysis*

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

## 4. *Survey Kepuasan Pelanggan*

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Proses penanganan keluhan menurut Fandi Tjiptono:



Gambar 2.4

Proses Penanganan Keluhan

Sumber : Fandi Tjiptono, 1999 (dalam Agustina Shinta 2012)



### 2.2.10 Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Husein Umar (2008) mengemukakan bahwa “penggunaan metode *Importance Performance Analysis* adalah dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen yang masuk pada kuadran peta *Importance Performance Matrix*”. Pertama-tama yang dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian yang merupakan hasil perbandingan skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan konsumen tentang jasa. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan prioritas peningkatan factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. (J.Supranto, 2011, 241).

Rumusan untuk mengukur tingkat kesesuaian menurut J. Supranto adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{XI}{YI} 100\%$$

Ketetrangan :

**Tki** = Tingkat kesesuaian

**Xi** = Skor penilaian kinerja kualitas pelayanan

**Yi** = Skor penilaian harapan konsumen

Kemudian, menurut Husein Umar (2008) setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, langkah selanjutnya adalah membuat peta posisi *Importance Performance* melalui diagram kartesius yang merupakan suatu bangunan yang dibagi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik sebagai berikut:

Kemudian, menurut Husein Umar (2008) setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, langkah selanjutnya adalah membuat peta posisi *Importance Performance* melalui diagram kartesius yang merupakan suatu bangunan yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  : Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kualitas pelayanan pelaksanaan seluruh atribut.

$\bar{Y}$  : Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut.

k : Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan.

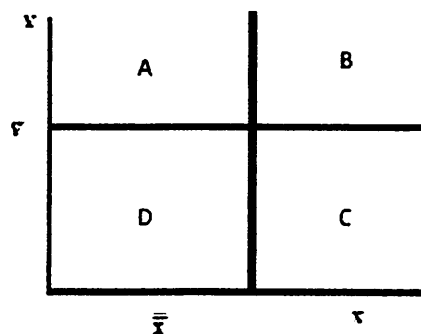
Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dalam penyederhanaan, rumus, maka untuk setiap atribut digunakan persamaan sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

- $\bar{x}$  : Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kualitas pelayanan pelaksanaan seluruh atribut.  
 $\bar{y}$  : Skor rata-rata harapan  
 $\sum X_i$  : Jumlah skor tingkat kualitas pelayanan  
 $\sum Y_i$  : Jumlah skor tingkat harapan  
 $n$  : Jumlah responden

Pada diagram kartesius, dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variable yang mempengaruhi kualitas pelayanan :



**Gambar 2.5**  
**Diagram Kartesius**

Keterangan :

a. Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur layanan yang dianggap sangat penting. Namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen, sehingga mengecewakan atau tidak puas.

b. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan unsur layanan pokok yang berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

c. Kuadran C(Berlebihan)

Menunjukkan faktor yang mempengaruhi konsumen kurang penting akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

d. Kuadran D(Prioritas Rendah)

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

## 2.3 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

### 2.3.1 Penelitian Sebelumnya

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Vidya Metayunika (2013)	“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan ( <i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Emphaty</i> ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Dealer Mitsubishi PT Bumen Redja Abadi Semarang)”	Hasil dari analisis regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu, $Y = 0,140 X_1 + 0,115 X_2 + 0,238 X_3 + 0,145 X_4 + 0,312 X_5$ . Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel <i>emphaty</i> (0,312), diikuti oleh variabel kualitas <i>responsiveness</i> (0,238), kemudian variabel <i>assurance</i> (0,145), lalu variabel <i>tangible</i> (0,140) dan terakhir adalah variabel <i>reliability</i> (0,115). Hasil uji t membuktikan bahwa semua variabel independen ( <i>tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty</i> ) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Koefisien determinasi ( <i>adjusted R<sup>2</sup></i> ) yang diperoleh sebesar 0,451. Hal ini berarti 45,1% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel <i>tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty</i> , dan sisanya yaitu 54,9% dipengaruhi oleh variabel lain.
Erwin Distiawan (2013)	“Kontribusi Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri”	Hasil analisis regresi memperoleh persamaan garis regresi: $Y = 52,270 + 0,347X_1 + 0,186X_2$ . Persamaan menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kontribusi kualitas pelayanan dan penetapan harga. Kesimpulan yang diambil adalah: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer

		<p>Suzuki Wahyu Motor Wonogiri dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa <math>t_{hitung} &gt; t_{tabel}</math>, yaitu <math>3,864 &gt; 1,984</math> dan nilai signifikansi <math>&lt; 0,05</math>, yaitu <math>0,000</math>, dengan sumbangan relatif sebesar <math>66.5\%</math> dan sumbangan efektif <math>14.63\%</math>; 2) Penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis regresi linier ganda (uji t) diketahui bahwa <math>t_{hitung} &gt; t_{tabel}</math>, yaitu <math>2.525 &gt; 1,984</math> dan nilai signifikansi <math>&lt; 0,05</math>, yaitu <math>0,013</math>, dengan sumbangan relatif sebesar <math>33.5\%</math> dan sumbangan efektif <math>7.37\%</math>; 3) Kualitas pelayanan dan penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri dapat diterima. Hal ini berdasarkan analisis variansi regresi linier ganda (uji F) diketahui bahwa <math>F_{hitung} &gt; F_{tabel}</math>, yaitu <math>13.717 &gt; 3,090</math> dan nilai signifikansi <math>&lt; 0,05</math>, yaitu <math>0,000</math>. 4) Hasil uji koefisien determinasi (<math>R^2</math>) sebesar <math>0,220</math> menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar <math>22\%</math> sedangkan <math>78\%</math> dipengaruhi oleh variabel lain.</p>
<p>Yukhebeth Yulita Heryani (2014)</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Pembelian Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Bengkel Andoyo Motor Yogyakarta)</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar <math>2,754</math> dengan signifikansi <math>0,007</math> dan koefisien regresi sebesar <math>0,087</math>. 2) <i>Store atmosphere</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang ditunjukkan dari hasil uji thitung sebesar <math>5,337</math> dengan signifikansi <math>0,000</math> dan koefisien regresi sebesar <math>0,168</math>. 3) Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang, yang ditunjukkan dari hasil uji thitung sebesar <math>6,503</math> dengan signifikansi</p>

		0,000 dan koefisien regresi sebesar 0,733. 4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap pembelian ulang yang dimediasi kepuasan konsumen dengan koefisien mediasi sebesar 0,0512 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,0143; nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. 5) <i>Store atmosphere</i> berpengaruh positif terhadap pembelian ulang yang dimediasi kepuasan konsumen dengan koefisien mediasi sebesar 0,084 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,0009; nilai tersebut lebih kecil dari 0,05.
Nita Pratiwi Setiawati (2015)	Analisis Harga, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnyaterhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Penerbangan Maskapai Garuda Indonesia Di Surakarta	Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga, kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta. Selanjutnya hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara harga, kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna maskapai Garuda Indonesia di Surakarta. Pengaruh R square dalam penelitian ini sebesar 30,9% sedangkan sisanya 69,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam penelitian ini, variabel kepuasan konsumen menjadi variabel yang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan Garuda Indonesia Airline di Surakarta.

### 2.3.2 Kerangka Pemikiran

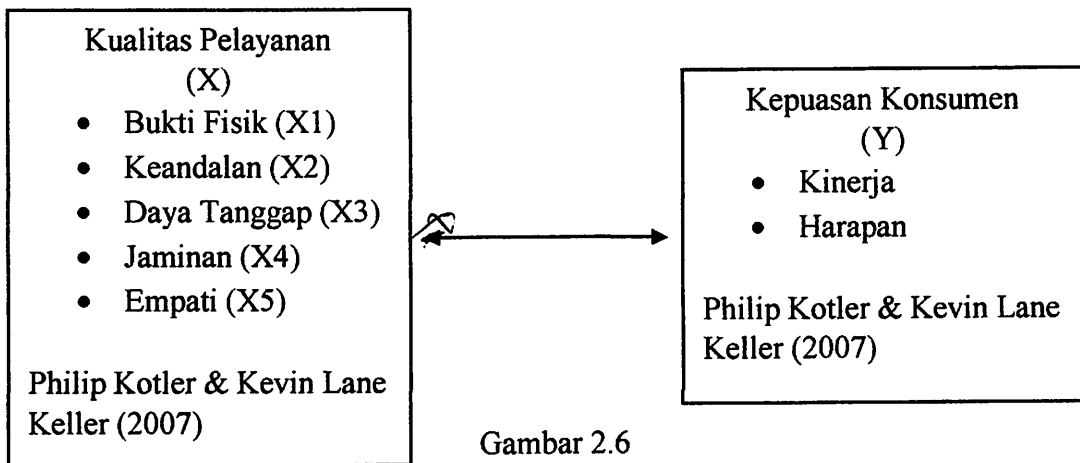
Dalam mempertahankan dan mengembangkan perusahaan kualitas pelayanan merupakan komponen yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan, dari kualitas pelayanan tersebut perusahaan menginginkan konsumen atau pelanggan merasa puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan. Perusahaan dikatakan berhasil apabila konsumen merasa puas dengan hasil yang di terimanya sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. Pelayanan yang baik harus dapat memenuhi segala aspek

yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Jadi kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja ada dibawah harapan maka pelanggan tidak akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas atau senang.

Kotler mengungkapkan beberapa dimensi yang dapat diperhatikan untuk mencapai kualitas pelayanan dalam memuaskan harapan konsumen dalam Buchari Alma (2013;284). Terdapat lima dimensi dalam kualitas pelayanan, yaitu : *Tangible* (berwujud), Yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawatt lancar dsb; *Empathy* (empati), Kesiediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan; *Responsiveness* (daya tanggap) Yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/complaint dari konsumen; *Reliability* (keandalan) Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat dan konsisten; *Assurance* (kepastian) Yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Pada kesempatan kali ini, peneliti melakukan penelitian pada perusahaan yang bergerak di bidang otomotif yaitu P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui hubungan kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan tersebut terhadap kepuasan pelanggannya. Dalam melakukan pelayananya, P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi pada devisi operasional menjalankan pelayanan yang dapat menunjang kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang dilakukan meliputi bukti fisik, daya tanggap, keandalan, jaminan, empati. Pada penelitian yang telah peneliti lakukan terhadap perusahaan, peneliti melakukan penelitian pada semua bagian dari komponen kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*).

Peneliti melakukan penelitian pada semua komponen dari kualitas pelayanan (bukti fisik, daya tanggap, keandalan, jaminan, dan empati), selain itu kelima variabel tersebut merupakan variabel yang sangat penting dan menarik untuk dilakukan penelitian pada P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi.



Gambar 2.6  
Konstelasi Pemikiran

#### 2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah. Hipotesis juga merupakan suatu pernyataan yang masih harus diuji kembali kebenarannya secara empiris. Berdasarkan landasan teori, identifikasi masalah dan kerangka pemikiran yang ada peneliti mengemukakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan pada P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi cukup baik.
2. Kepuasan konsumen pada P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi cukup puas.
3. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat rekomendasi untuk P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis atau bentuk penelitian yang digunakan adalah *Verifikatif Explanatory*, yaitu bertujuan untuk menguji hipotesis yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel.

#### **3.2. Objek Penelitian, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian**

##### **3.2.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel terikat (*dependen*), dengan indikator bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) sebagai variabel bebas (*independen*).

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen menggunakan Indeks Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction Index*), dengan indikator tingkat kinerja (*perceived performance*) dan tingkat harapan (*expectation*).

##### **3.2.2 Unit Analisis**

Unit analisis penelitian ini adalah konsumen yaitu penelitian mengenai konsumen yang sudah membeli atau memakai jasa dari P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi, sehingga daata adalah mengenai atau berasal dari respon setiap orang atau individu.

##### **3.2.3 Lokasi Penelitian**

Dalam rangka pengumpulan data guna dianalisis, penulis melakukan peneltian pada P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi yang berada di Jl. Raya Karang Tengah RT/RW 03/02 No. 208, Cibadak, Karangtengah, Sukabumi, Jawa Barat 43351, Indonesia.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian**

##### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif , yaitu metode yang berkaitan dengan tata cara pengumpulan data, analisis data,dan interpretasi untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan data dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti mengenai kepuasan konsumen.

##### **3.3.2 Sumber Data**

###### **a. Data Primer**

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh yaitu : kuesioner,dan pengamatan atau observasi. Observasi dan kuesioner yang diisi oleh responden



secara langsung kepada pengguna jasa P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi

b. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpul dari sumber yang telah ada. Data ini diperoleh dari beberapa sumber yaitu : catatan atau dokumentasi bengkel, mengakses internet, dan lain-lain.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**  
**Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada**  
**P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
<b>Kualitas Pelayanan :</b>	<b>Bukti Fisik</b> <i>(Tangible)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknologi alat kerja.</li> <li>• Kenyamanan ruang tunggu</li> <li>• Kerapihan penampilan karyawan</li> <li>• Kebersihan lingkungan bengkel</li> </ul>	Ordinal
	<b>Kehandalan</b> <i>(Reability)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kecepatan mengatasi masalah yang dikeluhkan konsumen.</li> <li>• Kecakapan karyawan akan permasalahan yang dimiliki konsumen</li> <li>• Keakuratan pegawai</li> <li>• Kelengkapan alat kerja</li> </ul>	Ordinal
	<b>Empati</b> <i>(Emphaty)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan akses informasi saat akan melakukan service</li> <li>• Pemahaman mekanik akan kebutuhan konsumen</li> <li>• Mendengarkan keluhan konsumen</li> <li>• Penjelasan mekanik akan perawatan motor</li> </ul>	Ordinal
	<b>Daya Tanggap</b> <i>(Responsiveness)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan yang cepat</li> <li>• Kebebasan dari bahaya, risiko, atau keraguan</li> <li>• Pelayanan yang akurat</li> <li>• Ketepatan waktu yang dijanjikan</li> </ul>	Ordinal
	<b>Jaminan</b> <i>(Assurance)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perasaan aman dan nyaman saat melakukan service</li> <li>• Rasa percaya konsumen terhadap mekanik</li> <li>• Kelengkapan sparepart motor yang dibutuhkan</li> <li>• Keahlian pegawai dalam bidangnya</li> </ul>	Ordinal

<b>Kepuasan :</b>	<b>Kinerja Harapan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencapai tujuan yang diinginkan dengan service P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi</li> <li>Merasa puas service di P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi</li> </ul>	Ordinal
-------------------	------------------------	--	---------

Sumber: Diolah oleh peneliti

### 3.5 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel digunakan untuk mengetahui jumlah sampel dari populasi penelitian dengan perhitungan tertentu. Penarikan sampel dilakukan untuk mempermudah proses penelitian yang peneliti lakukan dari segi biaya dan waktu.

Populasi merupakan adalah jumlah keseluruhan objek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang pernah menggunakan jasa P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi sesuai dengan harapan pada tahun 2016 sebanyak 3.812 konsumen.

Sampel merupakan sebagian atau sejumlah anggota dari suatu populasi yang sedang diteliti, dan mewakili karakteristik yang dimiliki suatu populasi. Teknik sampling yang digunakan adalah probabilitas sampling dengan teknik cluster sampling yaitu teknik pengumpulan sampel menggunakan data pengunjung di P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi sesuai dengan harapan.

Untuk melakukan pengambilan sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e<sup>2</sup> = Persen Tingkat Kesalahan/Error (%)

Jumlah populasi yang di ambil adalah jumlah konsumen pada tahun 2016 sebanyak 3.812 orang dengan tingkat kesalahan 5%. Maka jumlah sampel yang diambil sebanyak :

$$n = \frac{3.812}{1 + 3.812 (0.05)^2}$$

n = 362,01 dibulatkan menjadi 365 sampel

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain:

#### a. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner yang ditujukan kepada responden. Adapun

prosedur dalam metode pengumpulan data ini, yaitu: membagikan kuesioner tersebut; lalu responden diminta mengisi kuesioner pada lembar jawaban yang telah disediakan; kemudian lembar kuesioner dikumpulkan, diseleksi, diolah dan dianalisis.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh data yang mendukung pada kuesioner.

c. Studi Pustaka

Dengan mencari sumber-sumber lain yang bisa mendukung dalam penelitian, baik melalui jurnal-jurnal ataupun kajian penelitian terdahulu.

### 3.7 Metode Pengelolaan / Analisis Data

#### 3.7.1. Analisis Deskriptif

Analisis bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen JG Motor dengan menggunakan metode analisis deskriptif menggunakan rumus total tanggapan responden. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Tanggapan Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Kemudian disusun sebagai berikut :

- a. Persentase terendah = 0%
- b. Persentase tertinggi = 100%
- c. Banyak kelas = 5 kelas
- d. Interval kelas =  $100\% : 5 = 20$

**Tabel 3.2**

**Nilai Kriteria Interval Penilaian**

Persentase	Keterangan
0% – 20%	Sangat tidak baik
20% – 40%	Tidak baik
40% – 60%	Cukup baik
60% – 80%	Baik
80% – 100%	Sangat baik

#### 3.7.2 Analisis Kuantitatif

1. Uji validitas adalah tingkat keandalan dan keabsahan alat ukur yang digunakan. Instrument dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi ( r )

antar skor masing-masing pernyataan dengan total skor. Setelah itu dilakukan perbandingan antara  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Untuk menguji validitas, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir, dengan rumus *pearson product moment* (Sugiyono, 2015:353)

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien Korelasi antara variable X dan Y

$\sum X$  = Jumlah skor kali item pertanyaan X dan item pertanyaan Y.

$\sum Y$  = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan Y.

$\sum XY$  = Jumlah skor hasil Keterangan :

$\sum X^2$  = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan X yang telah dikuadratkan.

$\sum Y^2$  = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan y yang telah dikuadratkan.

$n$  = Jumlah responden

Kriteria instrumen dikatakan valid apabila nilai korelasi adalah positif dan nilai probabilitas korelasi sig. (2-tailed) = derajat signifikansi 0,005 ( $\alpha = 5\%$ )

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas (X)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	79.6667	49.471	.756	.883
VAR00002	79.7000	50.424	.512	.889
VAR00003	79.6000	49.834	.556	.888
VAR00004	80.1000	51.955	.304	.896
VAR00005	79.7333	51.099	.446	.891
VAR00006	79.6667	50.023	.681	.885
VAR00007	80.0333	50.516	.486	.890
VAR00008	80.0000	51.379	.459	.891
VAR00009	79.9000	51.472	.387	.893
VAR00010	79.8333	51.730	.369	.893
VAR00011	79.6333	50.309	.509	.889
VAR00012	80.1000	50.507	.546	.888
VAR00013	79.9667	49.620	.391	.896
VAR00014	79.9000	51.403	.494	.890
VAR00015	80.1000	50.507	.546	.888
VAR00016	79.7333	49.857	.538	.889
VAR00017	79.4000	49.972	.665	.886
VAR00018	79.5667	49.426	.597	.887
VAR00019	79.6667	50.023	.681	.885
VAR00020	79.7000	49.390	.631	.886

Sumber: Kuesioner yang diolah oleh peneliti melalui SPSS 20 (2017)

**Tabel 3. 4**  
**Keterangan Hasil Uji Validitas (X)**

<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Tangible</i>	1	0,756	0,361	Valid
	2	0,512	0,361	Valid
	3	0,556	0,361	Valid
	4	0,304	0,361	Tidak Valid
<i>Reliability</i>	5	0,446	0,361	Valid
	6	0,681	0,361	Valid
	7	0,486	0,361	Valid
	8	0,459	0,361	Valid
<i>Emphaty</i>	9	0,387	0,361	Valid
	10	0,369	0,361	Valid
	11	0,509	0,361	Valid
	12	0,546	0,361	Valid
<i>Responsiveness</i>	13	0,391	0,361	Valid
	14	0,494	0,361	Valid
	15	0,546	0,361	Valid
	16	0,538	0,361	Valid
<i>Assurance</i>	17	0,665	0,361	Valid
	18	0,597	0,361	Valid
	19	0,681	0,361	Valid
	20	0,631	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang diolah oleh peneliti melalui SPSS 20 (2017)

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas (Y)**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	76.2667	65.720	.438	.931
VAR00002	76.6000	63.283	.606	.928
VAR00003	76.2333	65.013	.455	.931
VAR00004	76.6000	67.214	.216	.935
VAR00005	76.5667	61.357	.664	.927
VAR00006	76.5333	65.223	.524	.929
VAR00007	76.4333	61.771	.758	.925
VAR00008	76.7333	63.789	.445	.932
VAR00009	76.7000	62.976	.618	.928
VAR00010	76.8000	62.166	.696	.926
VAR00011	76.5000	63.776	.594	.928
VAR00012	76.8667	60.326	.786	.924
VAR00013	76.5000	64.534	.576	.928
VAR00014	76.6000	62.524	.757	.925
VAR00015	76.6667	63.402	.663	.927
VAR00016	76.6000	66.386	.558	.929
VAR00017	76.5667	62.323	.742	.925
VAR00018	76.5333	60.878	.792	.924
VAR00019	76.4667	61.637	.729	.925
VAR00020	76.6333	62.033	.705	.926

Sumber: Kuesioner yang diolah oleh peneliti melalui SPSS 20 (2017)

**Tabel 3. 6**  
**Keterangan Hasil Uji Validitas (Y)**

<b>Indikator</b>	<b>No. Soal</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Tangible</i>	1	0.438	0,361	Valid
	2	0.606	0,361	Valid
	3	0.455	0,361	Valid
	4	0.216	0,361	Tidak Valid
<i>Reliability</i>	5	0.664	0,361	Valid
	6	0.524	0,361	Valid
	7	0.758	0,361	Valid
	8	0.445	0,361	Valid
<i>Emphaty</i>	9	0.618	0,361	Valid
	10	0.696	0,361	Valid
	11	0.594	0,361	Valid
	12	0.786	0,361	Valid
<i>Responsiveness</i>	13	0.576	0,361	Valid
	14	0.757	0,361	Valid
	15	0.663	0,361	Valid
	16	0.558	0,361	Valid
<i>Assurance</i>	17	0.742	0,361	Valid
	18	0.792	0,361	Valid
	19	0.729	0,361	Valid
	20	0.705	0,361	Valid

Sumber: Kuesioner yang diolah oleh peneliti melalui SPSS 20 (2017)

Melalui tabel hasil uji validitas pada kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa terdapat 38 butir pertanyaan yang dinyatakan valid sementara itu 2 butir pertanyaan dinyatakan tidak valid karena nilai nya lebih kecil dari 0,361.

## 2. Uji Realibilitas

Pengujian terhadap realibilitas atau keandalan dimaksudkan untuk mengetahui kuesioner dapat memberikan ukuran yang konsisten atau tidak, Instrument (kuesioner) yang reliable berarti mampu mengungkapkan data yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui ketetapan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat ukur . Suatu alat ukur mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi bila alat ukur tersebut diandalkan dalam arti pengukurannya dan dapat diandalkan



karena penggunaan alat ukur tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang sempurna dengan memakai alat statistic SPSS. Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha cronbach*, Arikunto dalam Danang Sunyoto (2014:144)

$$\alpha = \left( \frac{1}{k - 1} \right) \left( \frac{1 - \sum_{t=1}^n Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan :

$\alpha$  = *Alpha cronbach's coefficient*

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$Si^2$  = variansi kelompok butir pertanyaan

$St^2$  = variansi total butir pertanyaan

Dalam penelitian ini untuk menentukan reliable atau tidak, menggunakan *alpha cronbach*. Kuesioner reliabel apabila *alpha cronbach* > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60 Danang Sunyoto (2014:125) jika kedua kriteria ini dipenuhi (uji validitas dan realibilitas)

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Case Processing Summary		
	N	%
Valid	30	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.894	20

Hasil alpha Cronbach adalah 0,894 yang berarti > daripada 0,60. Maka data dapat dikatakan reliabel.

### 3.7.4 Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

- **Tingkat Kesesuaian**

Rumus yang digunakan:

$$Tki = \frac{XI}{YI} 100\%$$

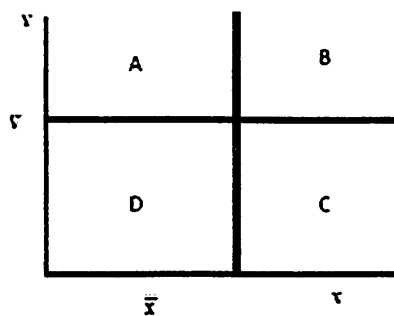
Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian

Xi = Skor penilaian kinerja kualitas pelayanan

Yi = Skor penilaian harapan konsumen

- **Diagram Kartesius**



**Gambar 3.1**  
**Diagram Kartesius**

Rumus yang digunakan:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan :

$\bar{x}$  : Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kualitas pelayanan pelaksanaan seluruh atribut.

$\bar{y}$  : Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut.

K : Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dalam penyederhanaan, rumus, maka untuk setiap atribut digunakan persamaan sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

- $\bar{x}$  : Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kualitas pelayanan pelaksanaan seluruh atribut.  
 $\bar{y}$  : Skor rata-rata harapan  
 $\sum X_i$  : Jumlah skor tingkat kualitas pelayanan  
 $\sum y_i$  : Jumlah skor tingkat harapan  
N : Jumlah responden

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Objek penelitian dalam penelitian ini terdapat variabel X (bebas) dan variabel Y (terikat). Objek penelitian variabel X ini adalah Kualitas Pelayanan sedangkan untuk variabel Y adalah Kepuasan Konsumen Indikator yang digunakan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini diantaranya variabel X (bebas) dalam hal ini Bukti Fisik, Empati, Daya Tanggap, Jaminan, Keandalan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 365 responden dimana jumlah tersebut merupakan hasil dari perhitungan yang menggunakan rumus slovin dalam penarikan sampelnya,. Lokasi penelitian berada di P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) yang beralamat di Jl. Raya Karang Tengah RT/RW 03/02 No. 208, Cibadak, Karangtengah, Sukabumi, Jawa Barat 43351, Indonesia.

#### **4.1.1 Sejarah dan Perkembangan JG Motor**

JG Motor adalah dealer resmi Yamaha dengan badan hukum P.T. Jayamandiri Gemasejati. Bergerak di bidang penjualan retail kendaraan otomotif khususnya motor dengan merk Yamaha. Didirikan pada tanggal 29 Oktober 1994 berdasarkan Akta Pendirian No. 256 tanggal 29/10/1994 secara operasional menjalankan bisnis retail otomotif Yamaha pada bulan September 2001 dengan menggunakan nama JG Motor Group.

Nama JG itu sendiri berasal dari penyingkatan nama Jayamandiri Gemasejati. P.T. Jayamandiri Gemasejati memiliki kantor pusat di Bandung, yang beralamat di Jl. BKR No. 5 Kel. Cijagra Kecamatan Lengkong- Kota Bandung. Pemilik perusahaan ini adalah Alex Hendrawan. Hingga saat ini JG Motor memiliki 25 cabang yang tersebar di berbagai daerah. Salah satu cabangnya terdapat di Sukabumi yang berdiri pada tahun 2007, beralamat di Jl. Raya Karang Tengah RT/RW 03/02 No. 208, Cibadak, Karangtengah, Sukabumi, Jawa Barat 43351, Indonesia.

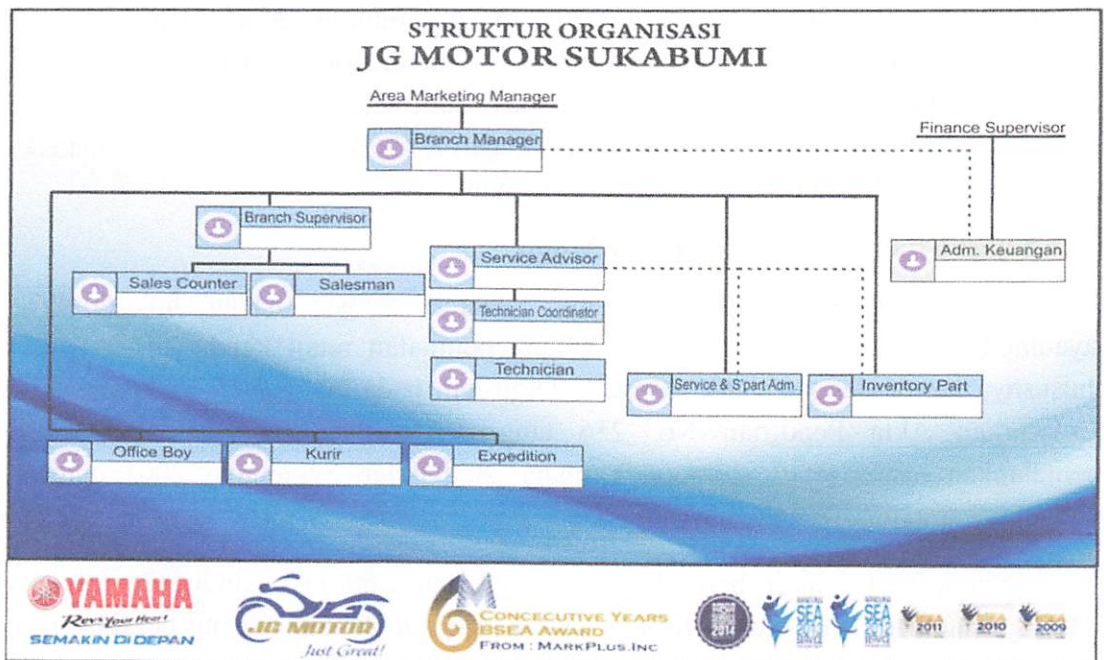
Motto JG Motor yang terkenal adalah “**JG Jagonya Yamaha, Yamaha Jagonya Motor**” diciptakan sebagai cerminan langsung dari visi perusahaan untuk membawa JG Motor Group menjadi yang terkemuka dalam bisnis retail otomotif khususnya motor merk Yamaha.

#### **4.1.2. Kegiatan Usaha**

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan, maka JG Motor menjadikan sepeda motor sebagai basis usahanya. Dimana kegiatan usahanya seperti penjualan unit sepeda motor, penjualan perlengkapan berkendara, penjualan aksesoris/sparepart dan jasa perbaikan sepeda motor. Ditinjau dari segi produk dalam pengirimannya hingga sampai keperusahaannya dilakukan beberapa pemeriksaan dan

pembersihan sebelum produk tersebut diletakkan di *showroom*, dan pengetesan kembali dilakukan sebelum produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Dan pengurusan surat-surat kendaraan seperti BPKB (Bukti Pembayaran Kendaraan Bermotor) dan STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan). Dimata masyarakat JG Motor Sukabumi merupakan distributor produk Yamaha yang resmi baik produk, *spare part*, dan layanan service Yamaha dan dealer yang besar serta telah berdiri cukup lama sehingga dikenal oleh banyak masyarakat di daerah Sukabumi dan sekitarnya.

#### 4.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi**

**Sumber : JG Motor Sukabumi (2017)**

Uraian Tugas JG Motor Sukabumi :

❖ **Jabatan :** Branch Manager

Atasan : Area Marketing Manager

Bawahan : Sales Supervisor, CCS, Service Spart Counter, Gudang Spart, Ka mekanik

Tanggung jawab pokok:

- a. Mencapai target penjualan motor, jasa service, dan spare parts.
- b. Kontrol pelaksanaan operasional toko.
- c. Efisiensi dan efektivitas biaya oprasional toko.

Uraian tugas:

1. Mengevaluasi pencapaian target harian, mingguan, dan bulanan.
2. Membina dan menjaga hubungan baik dengan relasi perusahaan.
3. Memfasilitasi pertemuan KPP di toko.

4. Melaksanakan training kepada stafnya sesuai dengan bidang pekerjaan masing-masing.
5. Mengendalikan dan memonitor realisasi biaya operasional toko.

❖ **Jabatan : Sales supervisor**

Atasan : Branch manager

Bawahan : salesman, sales counter

Tanggung jawab pokok:

- a. Mencapai target penjualan
- b. Mengkoordinir sales force
- c. Efisiensi dan efektivitas biaya marketing

Uraian tugas :

1. Mengontrol laporan kunjungan harian Salesman.
2. Mengontrol dan menindaklanjuti buku tamu setiap hari.
3. Mengontrol sales force dalam penyelesaian transaksi uang muka dan kelengkapan dokumen yang diperlukan.
4. Melaksanakan training product knowledge dan sales skill.

❖ **Jabatan : Salesman**

Atasan : Sales Supervisor

Bawahan : -

Tanggung jawab pokok:

- a. Mencapai target penjualan
- b. Melaksanakan mutu standar penjualan
- c. Menguasai product knowledge dan sales skill

Uraian tugas:

1. Mencari prospek konsumen di luar showroom.
2. Membuat rencana kunjungan harian serta melaporkannya setiap hari.
3. Menyiapkan Surat Pesanan Konsumen dan data-data untuk leasing maupun STNK.
4. Bertanggung jawab terhadap SPK yang diterimanya dan melaporkannya setiap hari.
5. Melakukan transaksi dengan konsumen langsung (direct sales).

❖ **Jabatan : Service and Spareparts counter**

Atasan : Branch manager

Bawahan : --

Tanggung jawab pokok:

- a. Menerima dan melayani konsumen bengkel
- b. Melaksanakan standar mutu pelayanan

Uraian tugas:

1. Menerima dan melayani dengan baik setiap tamu yang berkunjung.
2. Berpenampilan bersih dan rapi.
3. Menyiapkan SPK/SPB untuk setiap sepeda motor sebelum dikerjakan oleh mekanik

4. Membuat repair order.

❖ Jabatan : SA

Atasan : Branch manager

Bawahan : Technician Co.

Tanggung jawab pokok:

- a. Melaksanakan standar customer satisfaction
- b. Menangani keluhan konsumen.

Uraian tugas:

1. Mengelola database konsumen dalam rangka memelihara loyalitas konsumen dan
2. Berkoordinasi dengan bagian yang terkait dalam menuntaskan keluhan konsumen.
3. Sanggup mengikuti training yang diadakan oleh pihak internal dan eksternal.
4. Menghadiri pertemuan KPP secara tertib dan berpartisipasi aktif dalam setiap pertemuan.
5. Melaksanakan Standard Operation Procedures perusahaan.

❖ Jabatan : Mekanik

Atasan : kepala bengkel

Bawahan : -

Tanggung jawab pokok:

- a. Menjaga kualitas hasil kerja sesuai standar
- b. Mencapai target penjualan jasa service dan spare parts

Uraian tugas:

1. Bertanggung jawab atas kualitas hasil kerjanya sesuai dengan standar mutu pelayanan.
2. Bertanggung jawab terhadap problem teknik yang timbul.
3. Mencapai target penjualan jasa service dan spare parts.
4. Sanggup mengikuti training yang diadakan oleh pihak internal dan eksternal.
5. Bertanggung jawab untuk menjaga dan memelihara peralatan bengkel.

❖ Jabatan : Gudang spareparts.

Atasan : Branch manager.

Bawahan : -

Tanggung jawab pokok:

- a. Menerima dan mengeluarkan barang dari gudang
- b. Penyimpanan barang digudang.
- c. Menjaga kebutuhan dan kelengkapan barang digudang.

Uraian tugas:

1. Menerima dan memeriksa barang sesuai dengan surat jalan baik kuantitas maupun kualitasnya.
2. Menjaga kebersihan lingkungan gudang spare parts.

3. Mencatat penerimaan dan pengeluaran barang di program dan kartu stock (baik harga maupun kuantitasnya)
4. Membuat surat pesanan dengan form standar POD dgn dibantu oleh ka bengkel dan disetujui oleh shop head.
5. Melakukan stock opname setiap bulan secara rutin.

❖ Jabatan : expedisi toko

Atasan : sales counter

Bawahan : -

Tanggung jawab pokok:

- a. Memelihara kendaraan operasional
- b. Mengirim motor berikut perlengkapan dan material promosi.
- c. Bertanggung jawab atas administrasi pengiriman.

Uraian tugas :

1. Bertanggung jawab atas kendaraan dan kelengkapan surat-suratnya.
2. Memberikan penjelasan kepada konsumen atas kendaraan yang dikirimkan.
3. Dilarang memberikan tumpangan kepada orang yang bukan karyawan JG Motor Group.
4. Bertanggung jawab atas keutuhan dan kelengkapan barang bawaan atau titipan baik dari toko atau konsumen.

❖ Jabatan : kurir toko

Atasan : sales counter

Bawahan : -

Tanggung jawab pokok:

- a. Mengirimkan atau mengambil dokumen
- b. Membantu administrasi keuangan
- c. Turut memebersihkan dan menata rapi lingkungan toko.
- d. Turut mengurus rumah tangga toko.

Uraian tugas:

1. Menyetorkan bilyet giro/cek/uang atau mengambil uang/dokumen ke atau dari bank.
2. Mengantar atau mengambil dokumen ke/dari relasi perusahaan.
3. Turut membersihkan, menata rapi dan menjaga kebersihan ruangan, lingkungan toko, dan toilet.
4. Membantu bagian Administrasi Keuangan toko.

❖ Jabatan : Office boy toko

Atasan : sales counter

Bawahan : -

Tanggung jawab pokok:

- a. Membersihkan dan menata rapi ruangan
- b. Menggurus rumah tangga toko
- c. Turut membantu administrasi keuangan toko.



Uraian tugas:

1. Membersihkan, menata rapi dan menjaga kebersihan ruangan, lingkungan toko termasuk bengkel, dan toilet.
2. Menjaga seluruh peralatan kantor dalam keadaan siap pakai.
3. Menyediakan air minum untuk karyawan dan tamu.
4. Membersihkan dan menata display motor di showroom.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisioner pada pelanggan PT. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi sebanyak 365 responden. Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia atau umur, status, pendapatan dan darimana responden mengetahui PT. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi. Hasil data karakteristik responden yaitu :

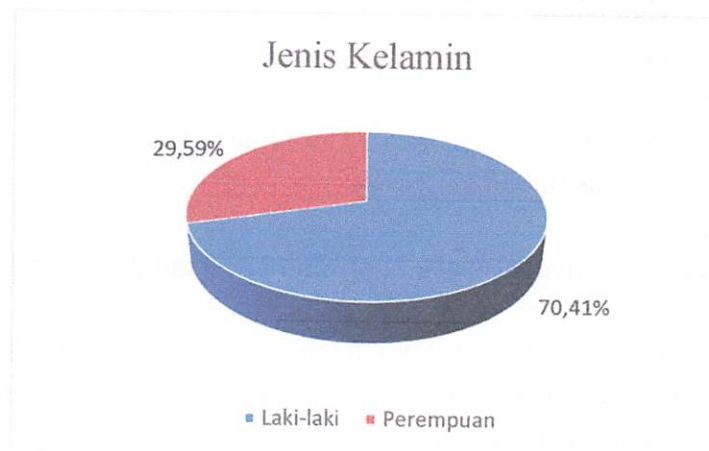
1. Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4.1**

**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	257	70.41
Perempuan	108	29.59
Jumlah	365	100

*Sumber : Data Kuisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*



**Gambar 4.2**

**Jenis Kelamin Responden**

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin pria sedikit lebih banyak dibandingkan responden berjenis kelamin wanita yakni mencapai 70,41% responden dan jumlah responden wanita sebesar 29,59% responden.

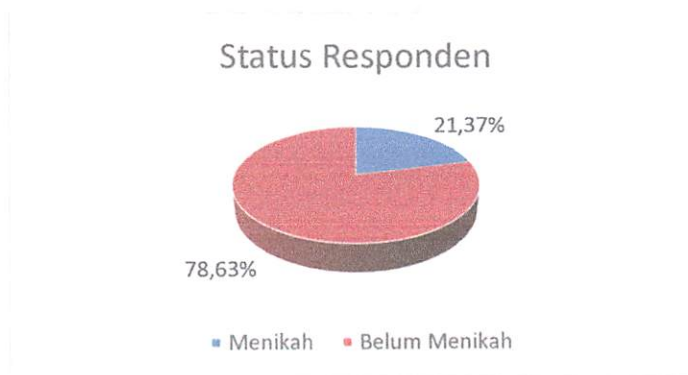
## 2. Status Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan status :

**Tabel 4.2**  
**Status Responden**

Status	Jumlah	Persentase (%)
Menikah	78	21.37
Belum Menikah	287	78.63
Jumlah	365	100

Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)



**Gambar 4.3**  
**Status Responden**

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah terbesar responden adalah responden yang berstatus menikah mencapai 78,63% responden, sedangkan sisanya merupakan responden yang berstatus belum menikah yang berjumlah 21,37%.

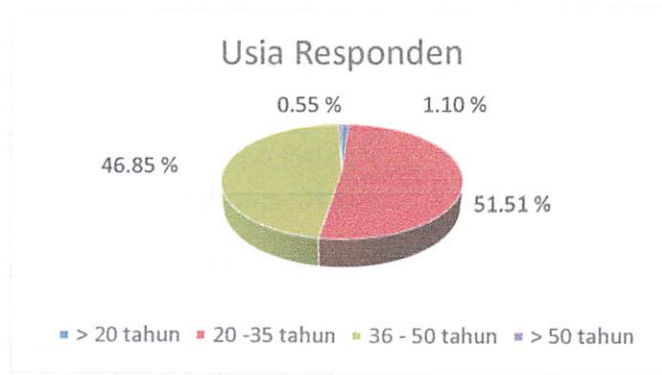
## 3. Usia Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan umur atau usia :

**Tabel 4.3**  
**Usia Responden**

Usia	Jumlah	Persentase (%)
< 20 tahun	4	1.10
20 -35 tahun	188	51.51
36 - 50 tahun	171	46.85
> 50 tahun	2	0.55
Jumlah	365	100

Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)



**Gambar 4.4**  
**Usia Responden**

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah terbesar responden adalah konsumen yang berusia 20-35 Tahun mencapai 40% responden, kemudian diikuti kelompok usia 36-50 Tahun sebesar 46,85% responden, diikuti kelompok usia kurang dari 20 Tahun sebanyak 1,10% responden dan di atas usia 50 Tahun 0,55 % responden.

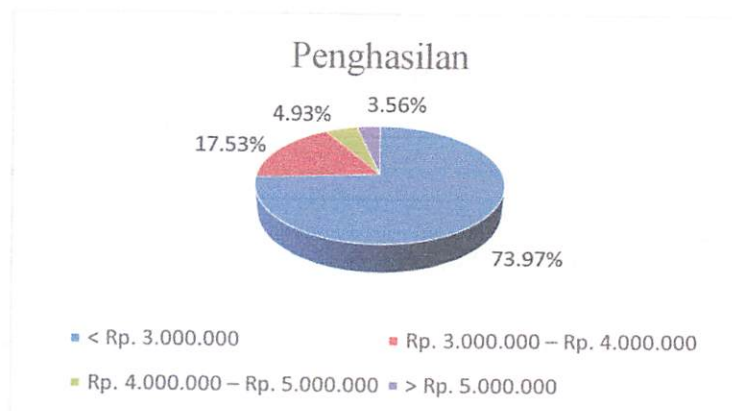
#### 4. Penghasilan Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan penghasilan:

**Tabel 4.4**  
**Penghasilan Responden**

Penghasilan	Presentase (%)
< Rp. 3.000.000	73.97
Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000	17.53
Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000	4.93
> Rp. 5.000.000	3.56
Jumlah	100

*Sumber : Data Kuisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*



**Gambar 4.5**  
**Penghasilan Responden**

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah terbesar sebanyak 73,97% responden berpendapatan kurang dari Rp. 3.000.000 per bulan, kemudian diikuti responden yang berpendapatan Rp. 3.000.000 hingga Rp. 4.000.000 sebesar 17,53%, responden yang berpendapatan Rp. 4.000.000 hingga Rp. 5.000.000 sebesar 4,93% responden dan yang terendah responden dengan pendapatan lebih dari dari Rp. 5.000.000 sebesar 3,56% responden.

#### 4.2.2 Pendapat Responden

Berikut ini adalah pendapat responden mengenai P.T. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi yang ditanyakan dalam kuesiner. Hasil data pendapat responden yaitu :

1. Kunjungan responden yang pertama atau bukan.

**Tabel 4.5**  
**Kunjungan responden**

Kunjungan pertama atau bukan	Jumlah	Persentase (%)
Ya	112	30.68
Tidak	253	69.32
Jumlah	365	100

Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)



**Gambar 4.6**

#### **Kunjungan Responden**

Dari data di atas, sebanyak 69,32% responden menyatakan bahwa mereka bukan pertama kali mengunjungi JG Motor, melainkan sudah beberapa kali. Sedangkan sebanyak 30,68 responden menyatakan ini adalah kunjungan pertama mereka.

2. Pernah melakukan kunjungan sebelumnya atau tidak.

**Tabel 4.6**

**Kunjungan Responden**

Pernah mengunjungi sebelumnya atau belum	Persentase (%)
Ya	83.84
Tidak	16.16
Jumlah	100

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*



**Gambar 4.7**

**Kunjungan Responden**

Dari data di atas, sebanyak 83,84% responden menyatakan bahwa mereka sudah pernah mengunjungi JG Motor sebelumnya. Sedangkan sebanyak 16,16% responden menyatakan belum pernah mengunjungi JG Motor sebelumnya.

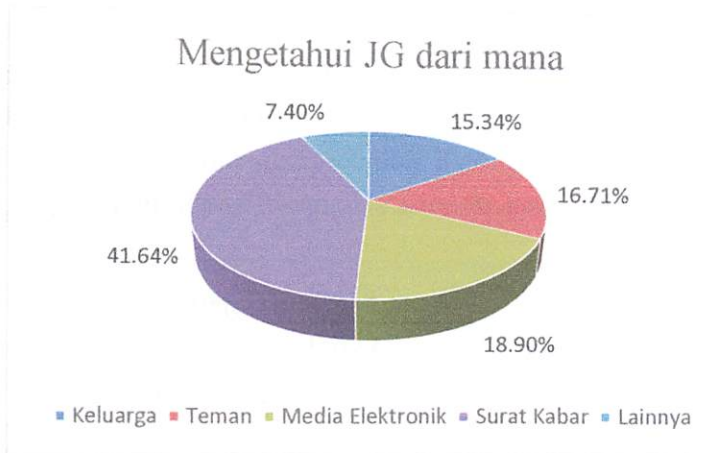
3. Darimana Tahu PT Jayamandiri Gemasejati (JG Motor)

**Tabel 4.7**

**Informasi tentang JG Motor**

Mengetahui JG dari mana	Jumlah	Persentase (%)
Keluarga	56	15.34
Teman	61	16.71
Media Elektronik	69	18.90
Surat Kabar	152	41.64
Lainnya	27	7.40
Jumlah	365	100

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*



**Gambar 4.8**  
**Informasi tentang JG Motor**

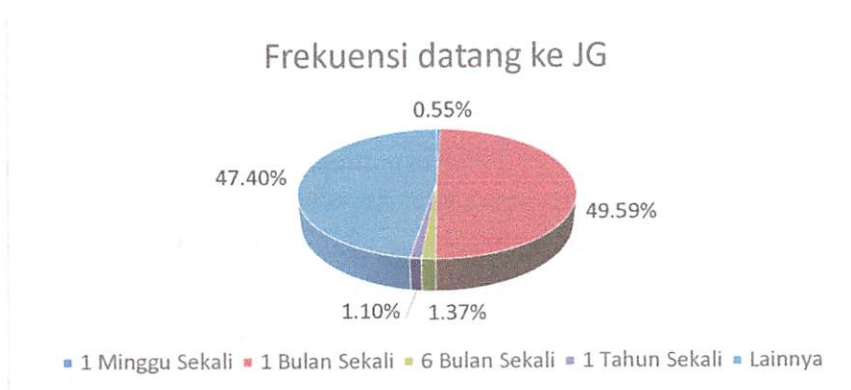
Dari data di atas, jumlah terbesar yang mengetahui PT Jayamandiri Gemasejati (JG Motor) sebesar 41,64% responden dan mengetahui dari surat kabar atau media cetak, kemudian diikuti oleh media elektronik sebanyak 18,90% responden, kemudian rekomendasi dari teman yaitu sebanyak 16,71% responden, lalu rekomendasi dari keluarga yaitu sebanyak 15,34% responden dan terakhir yang terendah dari informasi yang lainya yaitu sebanyak 7,40% responden.

#### 4. Frekuensi kedatangan ke PT Jayamandiri Gemasejati (JG Motor)

**Tabel 4.8**  
**Frekuensi kedatangan Responden**

Frekuensi datang ke JG	Jumlah	Persentase (%)
1 Minggu Sekali	2	0.55
1 Bulan Sekali	181	49.59
6 Bulan Sekali	5	1.37
1 Tahun Sekali	4	1.10
Lainnya	173	47.40
Jumlah	365	100

*Sumber : Data Kuisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*



**Gambar 4.9**  
**Frekuensi kedatangan Responden**

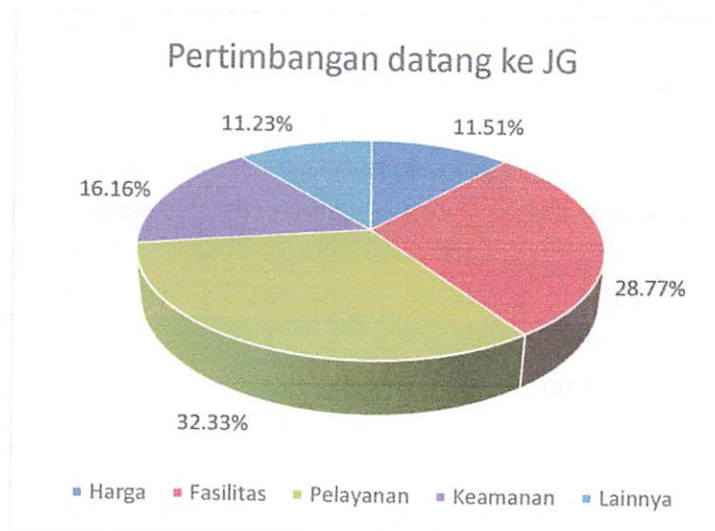
Dari data di atas, sebanyak 49,59% responden mengunjungi JG Motor 1 bulan sekali, lalu sebanyak 47,40% responden mengunjungi dengan kurun waktu yang tidak tertentu (rata-rata 2 bulan atau 3 bulan sekali), lalu sebanyak 1,37% responden mengunjungi JG Motor 6 bulan sekali, lalu sebanyak 1,10% responden berkunjung 1 tahun sekali, dan sisanya sebanyak 0,55% mengunjungi JG Motor 1 minggu sekali.

5. Pertimbangan datang ke PT Jayamandiri Gemasejati (JG Motor)

**Tabel 4.9**  
**Pertimbangan kedatangan Responden**

Pertimbangan datang ke JG	Jumlah	Persentase (%)
Harga	42	11.51
Fasilitas	105	28.77
Pelayanan	118	32.33
Keamanan	59	16.16
Lainnya	41	11.23
Jumlah	365	100

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*



**Gambar 4.11**

**Pertimbangan Kedatangan Responden**

Dari data di atas, sebanyak 32,33% responden mengunjungi JG Motor dengan mempertimbangkan fasilitas, lalu sebanyak 28,77% responden mengunjungi JG Motor dengan mempertimbangkan pelayanan, lalu sebanyak 16,16% responden mengunjungi JG Motor dengan mempertimbangkan keamanan, lalu sebanyak 11,51% responden mengunjungi JG Motor dengan mempertimbangkan harga, dan sebanyak 11,23% responden mengunjungi JG Motor dengan mempertimbangkan hal lainnya.

### 4.3 Hasil Penelitian

#### 4.3.1 Analisis Kualitas Pelayanan PT. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor)

Kualitas Pelayanan merupakan hal yang paling utama di dalam sebuah perusahaan. Karena jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan tersebut baik maka pelanggan akan merasa puas dan akan ingin berkunjung kembali atau bahkan bisa merekomendasikan kepada orang lain untuk datang ke perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dibagi berdasarkan indikator-indikator yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Jika semua indikator kualitas pelayanan tersebut dapat terlaksanakan dengan baik dan pelanggan merasa puas maka perusahaan tersebut dapat dikatakan berhasil dalam melayani pelanggannya.

Peneliti melakukan survey menggunakan skala lickert dengan skor tertinggi di tiap pertanyaan adalah 5 dan skor terendah adalah 1.

Untuk melihat tanggapan responden mengenai pernyataan variabel kualitas pelayanan: bukti fisik (*tangibles*) (X1), keandalan (*reliability*) (X2), ketanggapan (*responsiveness*) (X3), jaminan (*assurance*) (X4) dan empati (*emphaty*) (X5) dapat menggunakan perhitungan sesuai dengan rumus indeks, yaitu:

*Tanggapan Total Responden*

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Kemudian disusun kriteria seperti berikut:

- a. Nilai tertinggi 100%
- b. Nilai terendah 0%
- c.  $R = 100$
- d.  $K = 5$
- e.  $C = \frac{R}{K} = \frac{100}{5} = 20$

Dengan range skor:

**Tabel 4.10**  
**Interval Tanggapan Responden**

Interval	Kriteria
80%-100%	Sangat Baik
60%-79,9%	Baik
40%-59,9%	Cukup Baik
20%-39,9%	Tidak Baik
0-19,9%	Sangat Tidak Baik

Sumber: Data Diolah, 2017



Berikut adalah hasil penerapan kualitas pelayanan pada JG Motor Sukabumi berdasarkan indikator bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*emphaty*).

#### A. Bukti Fisik (*Tangibles*)

1. Pendapat responden mengenai kinerja JG Motor memiliki teknologi yang canggih untuk perawatan atau service motor.

**Tabel 4.11**

**Pernyataan responden terhadap kinerja JG Motor memiliki teknologi yang canggih untuk perawatan atau service motor**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	161	44.11	805
Setuju	4	198	54.25	792
Cukup Setuju	3	6	1.64	18
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1615

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 365 responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 161 orang, menjawab setuju 198 orang, menjawab cukup setuju 6 orang, menjawab tidak setuju 0 orang, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 1615. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kinerja JG Motor memiliki teknologi yang canggih untuk perawatan atau service motor adalah setuju. Dan berikut ini adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1615}{1825} \times 100\% = 88,49\%$$

Dari hasil tanggapan responden diketahui bahwa responden menyatakan kinerja JG Motor memiliki teknologi yang canggih untuk perawatan atau service motor, yaitu Sangat Baik. Dapat disimpulkan Sangat Baik karena berada pada interval nilai 80% - 100% yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

2. Pendapat responden mengenai kinerja ruang tunggu JG Motor luas dan nyaman.

**Tabel 4.12**  
**Pernyataan responden terhadap kinerja ruang tunggu JG Motor luas dan nyaman.**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	158	43.29	790
Setuju	4	168	46.03	672
Cukup Setuju	3	39	10.68	117
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1579

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 365 responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 158 orang, menjawab setuju 168 orang, menjawab cukup setuju 39 orang, menjawab tidak setuju 0 orang, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 1579. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kinerja ruang tunggu JG Motor luas dan nyaman adalah setuju. Dan berikut ini adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1579}{1825} \times 100\% = 86,52\%$$

Dari hasil tanggapan responden diketahui bahwa responden menyatakan kinerja ruang tunggu JG Motor luas dan nyaman, yaitu Sangat Baik. Dapat disimpulkan Sangat Baik karena berada pada interval nilai 80% - 100% yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

3. Pendapat responden mengenai kinerja karyawan JG Motor berpakaian rapi berseragam.

**Tabel 4.13**  
**Pernyataan responden terhadap kinerja karyawan JG Motor berpakaian rapi berseragam**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	164	44.93	820
Setuju	4	161	44.11	644
Cukup Setuju	3	40	10.96	120
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1584

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 365 responden yang

menjawab sangat setuju berjumlah 164 orang, menjawab setuju 161 orang, menjawab cukup setuju 40 orang, menjawab tidak setuju 0 orang, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 1584. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kinerja karyawan JG Motor berpakaian rapi berseragam adalah setuju. Dan berikut ini adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1584}{1825} \times 100\% = 86,79\%$$

Dari hasil tanggapan responden diketahui bahwa responden menyatakan kinerja karyawan JG Motor berpakaian rapi berseragam, yaitu Sangat Baik. Dapat disimpulkan Sangat Baik karena berada pada interval nilai 80% - 100% yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

#### B. Kehandalan

1. Pendapat responden mengenai kinerja mekanik JG Motor dikenal memiliki keahlian yang terampil.

**Tabel 4.14**

**Pernyataan responden terhadap kinerja mekanik JG Motor dikenal memiliki keahlian yang terampil**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	168	46.03	840
Setuju	4	144	39.45	576
Cukup Setuju	3	53	14.52	159
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1575

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 365 responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 168 orang, menjawab setuju 144 orang, menjawab cukup setuju 53 orang, menjawab tidak setuju 0 orang, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 1575. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kinerja mekanik JG Motor dikenal memiliki keahlian yang terampil adalah setuju. Dan berikut ini adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1575}{1825} \times 100\% = 86,30\%$$

Dari hasil tanggapan responden diketahui bahwa responden menyatakan kinerja mekanik JG Motor dikenal memiliki keahlian

yang terampil, yaitu Sangat Baik. Dapat disimpulkan Sangat Baik karena berada pada interval nilai 80% - 100% yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

2. Pendapat responden mengenai kinerja JG Motor memiliki jumlah mekanik yang memadai sehingga waktu tunggu berkurang.

**Tabel 4.15**

**Pernyataan responden terhadap kinerja JG Motor memiliki jumlah mekanik yang memadai sehingga waktu tunggu berkurang**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	144	39.45	720
Setuju	4	198	54.25	792
Cukup Setuju	3	23	6.30	69
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1581

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 365 responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 144 orang, menjawab setuju 198 orang, menjawab cukup setuju 23 orang, menjawab tidak setuju 0 orang, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 1581. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kinerja JG Motor memiliki jumlah mekanik yang memadai sehingga waktu tunggu berkurang adalah setuju. Dan berikut ini adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1581}{1825} \times 100\% = 86,63\%$$

Dari hasil tanggapan responden diketahui bahwa responden menyatakan kinerja JG Motor memiliki jumlah mekanik yang memadai sehingga waktu tunggu berkurang, yaitu Sangat Baik. Dapat disimpulkan Sangat Baik karena berada pada interval nilai 80% - 100% yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

3. Pendapat responden mengenai kinerja karyawan JG Motor memberikan penjelasan yang lengkap dan mudah dimengerti terkait perawatan motor.

**Tabel 4.16**  
**Pernyataan responden terhadap kinerja karyawan JG Motor**  
**memberikan penjelasan yang lengkap dan mudah dimengerti**  
**terkait perawatan motor.**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	169	46.30	845
Setuju	4	176	48.22	704
Cukup Setuju	3	19	5.21	57
Tidak Setuju	2	1	0.27	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1608

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 365 responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 169 orang, menjawab setuju 176 orang, menjawab cukup setuju 19 orang, menjawab tidak setuju 1 orang, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 1608. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kinerja karyawan JG Motor memberikan penjelasan yang lengkap dan mudah dimengerti terkait perawatan motor adalah setuju. Dan berikut ini adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1608}{1825} \times 100\% = 88,11\%$$

Dari hasil tanggapan responden diketahui bahwa responden menyatakan kinerja karyawan JG Motor memberikan penjelasan yang lengkap dan mudah dimengerti terkait perawatan motor, yaitu Sangat Baik. Dapat disimpulkan Sangat Baik karena berada pada interval nilai 80% - 100% yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

4. Pendapat responden mengenai kinerja JG Motor memberikan perbaikan yang sesuai dengan kebutuhan.

**Tabel 4.17**  
**Pernyataan responden terhadap kinerja JG Motor memberikan**  
**perbaikan yang sesuai dengan kebutuhan**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	155	42.47	775
Setuju	4	168	46.03	672
Cukup Setuju	3	40	10.96	120
Tidak Setuju	2	2	0.55	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1571

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 365 responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 155 orang, menjawab setuju 168 orang, menjawab cukup setuju 40 orang, menjawab tidak setuju 2 orang, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 1571. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kinerja JG Motor memberikan perbaikan yang sesuai dengan kebutuhan adalah setuju. Dan berikut ini adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1571}{1825} \times 100\% = 86,08\%$$

Dari hasil tanggapan responden diketahui bahwa responden menyatakan kinerja JG Motor memberikan perbaikan yang sesuai dengan kebutuhan, yaitu Sangat Baik. Dapat disimpulkan Sangat Baik karena berada pada interval nilai 80% - 100% yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

### C. Empati

1. Pendapat responden mengenai kinerja di JG Motor mudah mendapatkan informasi.

**Tabel 4.18**

**Pernyataan responden terhadap kinerja di JG Motor mudah mendapatkan informasi**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	149	40.82	745
Setuju	4	188	51.51	752
Cukup Setuju	3	28	7.67	84
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1581

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 365 responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 149 orang, menjawab setuju 188 orang, menjawab cukup setuju 28 orang, menjawab tidak setuju 0 orang, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 1581. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kinerja di JG Motor mudah mendapatkan informasi adalah setuju. Dan berikut ini adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1581}{1825} \times 100\% = 86,63\%$$

Dari hasil tanggapan responden diketahui bahwa responden menyatakan kinerja di JG Motor mudah mendapatkan informasi, yaitu Sangat Baik. Dapat disimpulkan Sangat Baik karena berada pada interval nilai 80% - 100% yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

2. Pendapat responden mengenai kinerja karyawan JG Motor bersungguh-sungguh memahami keluhan dan kebutuhan konsumen.

**Tabel 4.19**

**Pernyataan responden terhadap kinerja karyawan JG Motor bersungguh-sungguh memahami keluhan dan kebutuhan konsumen**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	142	38.90	710
Setuju	4	182	49.86	728
Cukup Setuju	3	41	11.23	123
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1561

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 365 responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 142 orang, menjawab setuju 182 orang, menjawab cukup setuju 41 orang, menjawab tidak setuju 0 orang, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 1561. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kinerja karyawan JG Motor bersungguh-sungguh memahami keluhan dan kebutuhan konsumen adalah setuju. Dan berikut ini adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1561}{1825} \times 100\% = 85,53\%$$

Dari hasil tanggapan responden diketahui bahwa responden menyatakan kinerja karyawan JG Motor bersungguh-sungguh memahami keluhan dan kebutuhan konsumen, yaitu Sangat Baik. Dapat disimpulkan Sangat Baik karena berada pada interval nilai 80% - 100% yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

3. Pendapat responden mengenai kinerja karyawan JG Motor berkomunikasi dengan bahasa yang bisa dimengerti dengan baik oleh konsumen.

**Tabel 4.20**  
**Pernyataan responden terhadap kinerja karyawan JG Motor**  
**berkomunikasi dengan bahasa yang bisa dimengerti dengan baik**  
**oleh konsumen**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	149	40.82	745
Setuju	4	170	46.58	680
Cukup Setuju	3	46	12.60	138
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1563

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 365 responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 149 orang, menjawab setuju 170 orang, menjawab cukup setuju 46 orang, menjawab tidak setuju 0 orang, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang. Total skor yang diperoleh sebesar 1563. Yang berarti jawaban responden dengan pernyataan kinerja karyawan JG Motor berkomunikasi dengan bahasa yang bisa dimengerti dengan baik oleh konsumen adalah setuju. Dan berikut ini adalah perhitungan untuk tanggapan responden:

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1563}{1825} \times 100\% = 85,64\%$$

Dari hasil tanggapan responden diketahui bahwa responden menyatakan kinerja karyawan JG Motor berkomunikasi dengan bahasa yang bisa dimengerti dengan baik oleh konsumen, yaitu Sangat Baik. Dapat disimpulkan Sangat Baik karena berada pada interval nilai 80% - 100% yang dapat dilihat pada tabel 4.10.

4. Pendapat responden mengenai kinerja karyawan JG Motor berupaya mencari tahu kebutuhan konsumen.

**Tabel 4.21**  
**Pernyataan responden terhadap kinerja karyawan JG Motor**  
**berupaya mencari tahu kebutuhan konsumen**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	145	39.73	725
Setuju	4	162	44.38	648
Cukup Setuju	3	58	15.89	174
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1547

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*



## 3. Kemampuan berkomunikasi

Tabel 4.48

**Pernyataan responden terhadap kinerja karyawan JG Motor berkomunikasi dengan bahasa yang bisa dimengerti dengan baik oleh konsumen**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	149	40.82	745
Setuju	4	170	46.58	680
Cukup Setuju	3	46	12.60	138
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1563
Rata-rata				4,28

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut kemampuan berkomunikasi nilai/bobot skor sebesar 1563 dengan rata-rata sebesar 4,28.

Tabel 4.49

**Pernyataan responden terhadap harapan karyawan berkomunikasi dengan bahasa yang bisa dimengerti dengan baik oleh konsumen.**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	161	44.11	805
Setuju	4	167	45.75	668
Cukup Setuju	3	37	10.14	111
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1584
Rata-rata				4,33

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut kemampuan berkomunikasi nilai/bobot skor sebesar 1584 dengan rata-rata sebesar 4,33.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen JG Motor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{XI}{YI} 100\% = \frac{1563}{1584} 100\% = 98,67\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan pada atribut kemampuan berkomunikasi adalah sebesar 98,67% artinya konsumen JG Motor belum merasa puas akan kinerja pada atribut kemampuan berkomunikasi.

## 4. Karyawan mencari tahu kebutuhan konsumen.

**Tabel 4.50****Pernyataan responden terhadap kinerja karyawan JG Motor berupaya mencari tahu kebutuhan konsumen**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	145	39.73	725
Setuju	4	162	44.38	648
Cukup Setuju	3	58	15.89	174
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1547
Rata-rata				4,23

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan mencari tahu kebutuhan konsumen nilai/bobot skor sebesar 1547 dengan rata-rata sebesar 4,23.

**Tabel 4.51****Pernyataan responden terhadap harapan karyawan mencari tahu kebutuhan konsumen.**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	162	44.38	810
Setuju	4	177	48.49	708
Cukup Setuju	3	26	7.12	78
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1596
Rata-rata				4,37

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan mencari tahu kebutuhan konsumen nilai/bobot skor sebesar 1596 dengan rata-rata sebesar 4,33.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen JG Motor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{XI}{YI} 100\% = \frac{1547}{1596} 100\% = 96,92\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan pada atribut karyawan mencari tahu kebutuhan konsumen adalah sebesar 96,92% artinya konsumen JG Motor belum merasa puas akan kinerja pada atribut karyawan mencari tahu kebutuhan konsumen.

#### D. Daya Tanggap

1. karyawan berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan.

**Tabel 4.52**

**Pernyataan responden terhadap kinerja karyawan JG Motor berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	168	46.03	840
Setuju	4	161	44.11	644
Cukup Setuju	3	33	9.04	99
Tidak Setuju	2	3	0.82	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
<b>Total</b>		<b>365</b>	<b>100</b>	<b>1589</b>
<b>Rata-rata</b>				<b>4,35</b>

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan nilai/bobot skor sebesar 1589 dengan rata-rata sebesar 4,35.

**Tabel 4.53**

**Pernyataan responden terhadap harapan karyawan berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan.**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	164	44.93	820
Setuju	4	159	43.56	636
Cukup Setuju	3	42	11.51	126
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
<b>Total</b>		<b>365</b>	<b>100</b>	<b>1582</b>
<b>Rata-rata</b>				<b>4,33</b>

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan nilai/bobot skor sebesar 1582 dengan rata-rata sebesar 4,33.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen JG Motor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xl}{Yl} 100\% = \frac{1589}{1582} 100\% = 100,44\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan pada atribut karyawan berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan

adalah sebesar 100,44% artinya konsumen JG Motor merasa puas akan kinerja pada atribut karyawan berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan.

2. Tindakan cepat dan akurat

**Tabel 4.54**

**Pernyataan responden terhadap tindakan karyawan JG Motor cepat dan akurat terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	151	41.37	755
Setuju	4	188	51.51	752
Cukup Setuju	3	26	7.12	78
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1585
Rata-rata				4,34

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut tindakan cepat dan akurat terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen nilai/bobot skor sebesar 1585 dengan rata-rata sebesar 4,34.

**Tabel 4.55**

**Pernyataan responden terhadap harapan tindakan cepat dan akurat terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen.**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	145	39.73	725
Setuju	4	180	49.32	720
Cukup Setuju	3	40	10.96	120
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1565
Rata-rata				4,29

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut tindakan cepat dan akurat terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen nilai/bobot skor sebesar 1565 dengan rata-rata sebesar 4,29.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen JG Motor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xl}{Yl} 100\% = \frac{1585}{1565} 100\% = 101,27\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan pada atribut tindakan cepat dan

akurat terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen adalah sebesar 101,27% artinya konsumen JG Motor merasa puas akan kinerja pada atribut tindakan cepat dan akurat terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen.

3. Keluagan waktu karyawan untuk melayani konsumen.

**Tabel 4.56**

**Pernyataan responden terhadap kinerja karyawan JG Motor meluangkan waktunya untuk melayani konsumen**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	155	42.47	775
Setuju	4	168	46.03	672
Cukup Setuju	3	42	11.51	126
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1573
Rata-rata				4,30

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut keluagan waktu karyawan untuk melayani konsumen nilai/bobot skor sebesar 1573 dengan rata-rata sebesar 4,30.

**Tabel 4.57**

**Pernyataan responden terhadap harapan keluagan waktu karyawan untuk melayani konsumen.**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	139	38.08	695
Setuju	4	174	47.67	696
Cukup Setuju	3	52	14.25	156
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1547
Rata-rata				4,23

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut keluagan waktu karyawan untuk melayani konsumen nilai/bobot skor sebesar 1547 dengan rata-rata sebesar 4,23.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen JG Motor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{XI}{YI} 100\% = \frac{1573}{1547} 100\% = 101,68\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan pada atribut keluagan waktu

karyawan untuk melayani konsumen. adalah sebesar 101,68% artinya konsumen JG Motor merasa puas akan kinerja pada atribut keuangan waktu karyawan untuk melayani konsumen.

4. Pengerjaan service yang cepat dan sesuai.

**Tabel 4.58**

**Pernyataan responden terhadap kinerja pengerjaan service di JG Motor cepat dan sesuai**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	165	45.21	825
Setuju	4	180	49.32	720
Cukup Setuju	3	20	5.48	60
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1605
Rata-rata				4,39

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut pengerjaan service yang cepat dan sesuai nilai/bobot skor sebesar 1605 dengan rata-rata sebesar 4,39.

**Tabel 4.59**

**Pernyataan responden terhadap harapan pengerjaan service yang cepat dan sesuai**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	170	46.58	850
Setuju	4	147	40.27	588
Cukup Setuju	3	48	13.15	144
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1582
Rata-rata				4,33

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut pengerjaan service yang cepat dan sesuai nilai/bobot skor sebesar 1582 dengan rata-rata sebesar 4,33.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen JG Motor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{XI}{YI} 100\% = \frac{1605}{1582} 100\% = 101,45\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan pada atribut pengerjaan service yang cepat dan sesuai adalah sebesar 101,45% artinya konsumen JG Motor merasa puas akan kinerja pada atribut pengerjaan service yang cepat dan sesuai.

## E. Jaminan

1. Mekanik yang dimiliki JG Motor memiliki kemampuan teknis yang baik.

**Tabel 4.60**  
**Pernyataan responden terhadap kinerja mekanik yang dimiliki JG Motor memiliki kemampuan teknis yang baik.**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	160	43.84	800
Setuju	4	195	53.42	780
Cukup Setuju	3	10	2.74	30
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1610
Rata-rata				4,41

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut mekanik yang dimiliki JG Motor memiliki kemampuan teknis yang baik. nilai/bobot skor sebesar 1610 dengan rata-rata sebesar 4,41.

**Tabel 4.61**  
**Pernyataan responden terhadap harapan mekanik yang dimiliki memiliki kemampuan teknis yang baik**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	170	46.58	850
Setuju	4	147	40.27	588
Cukup Setuju	3	48	13.15	144
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1582
Rata-rata				4,33

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut mekanik yang dimiliki JG Motor memiliki kemampuan teknis yang baik. nilai/bobot skor sebesar 1582 dengan rata-rata sebesar 4,33.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen JG Motor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{XI}{YI} 100\% = \frac{1610}{1582} 100\% = 101,76\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan pada atribut mekanik yang dimiliki JG Motor memiliki kemampuan teknis yang baik. adalah sebesar 101,76% artinya konsumen JG Motor merasa puas akan

kinerja pada atribut mekanik yang dimiliki JG Motor memiliki kemampuan teknis yang baik.

2. Karyawan mengerjakan pekerjaannya tepat waktu.

**Tabel 4.62**

**Pernyataan responden terhadap kinerja karyawan JG Motor mengerjakan pekerjaannya tepat waktu**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	171	46.85	855
Setuju	4	157	43.01	628
Cukup Setuju	3	37	10.14	111
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1594
Rata-rata				4,36

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan mengerjakan pekerjaannya tepat waktu nilai/bobot skor sebesar 1594 dengan rata-rata sebesar 4,36.

**Tabel 4.63**

**Pernyataan responden terhadap harapan karyawan mengerjakan pekerjaannya tepat waktu**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	177	48.49	885
Setuju	4	158	43.29	632
Cukup Setuju	3	30	8.22	90
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1607
Rata-rata				4,40

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan mengerjakan pekerjaannya tepat waktu nilai/bobot skor sebesar 1607 dengan rata-rata sebesar 4,40.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen JG Motor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{XI}{YI} 100\% = \frac{1594}{1607} 100\% = 99,19\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan pada atribut karyawan mengerjakan pekerjaannya tepat waktu adalah sebesar 99,19%



artinya konsumen JG Motor belum merasa puas akan kinerja pada atribut karyawan mengerjakan pekerjaannya tepat waktu.

3. Suku cadang yang diperlukan dijamin keasliannya.

**Tabel 4.64**

**Pernyataan responden terhadap kinerja suku cadang di JG Motor yang diperlukan dijamin keasliannya**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	149	40.82	745
Setuju	4	172	47.12	688
Cukup Setuju	3	44	12.05	132
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1565
Rata-rata				4,28

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut suku cadang yang diperlukan dijamin keasliannya nilai/bobot skor sebesar 1565 dengan rata-rata sebesar 4,28.

**Tabel 4.65**

**Pernyataan responden terhadap harapan suku cadang yang diperlukan dijamin keasliannya**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	163	44.66	815
Setuju	4	176	48.22	704
Cukup Setuju	3	26	7.12	78
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1597
Rata-rata				4,37

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut suku cadang yang diperlukan dijamin keasliannya nilai/bobot skor sebesar 1597 dengan rata-rata sebesar 4,37.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen JG Motor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{XI}{YI} 100\% = \frac{1565}{1597} 100\% = 97,99\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan pada atribut suku cadang yang diperlukan dijamin keasliannya adalah sebesar 97,79% artinya

konsumen JG Motor belum merasa puas akan kinerja pada atribut suku cadang yang diperlukan dijamin keasliannya.

4. Karyawan teliti dalam bekerja.

**Tabel 4.66**

**Pernyataan responden terhadap kinerja karyawan JG Motor teliti dalam bekerja**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	170	46.58	850
Setuju	4	145	39.73	580
Cukup Setuju	3	50	13.70	150
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1580
Rata-rata				4,32

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan teliti dalam bekerja nilai/bobot skor sebesar 1580 dengan rata-rata sebesar 4,32

**Tabel 4.67**

**Pernyataan responden terhadap harapan karyawan teliti dalam bekerja**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	188	51.51	940
Setuju	4	163	44.66	652
Cukup Setuju	3	14	3.84	42
Tidak Setuju	2	0	0.00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Total		365	100	1634
Rata-rata				4,47

*Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan data dari 365 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan teliti dalam bekerja nilai/bobot skor sebesar 1634 dengan rata-rata sebesar 4,47.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen JG Motor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tkt = \frac{XI}{YI} 100\% = \frac{1580}{1634} 100\% = 96,69\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan pada atribut karyawan teliti dalam bekerja adalah sebesar 96,69% artinya konsumen JG Motor belum merasa puas akan kinerja pada atribut karyawan teliti dalam bekerja.

### 4.3.3 Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor)

**Tabel 4.6**  
**Penilaian tingkat kinerja dan tingkat harapan pada atribut kualitas pelayanan PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor)**

No	Indikator	Penilaian Kinerja	Penilaian Harapan	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
1	Kecanggihan teknologi	1615	1602	4.42	4.38
2	Ruang tunggu luas dan nyaman	1579	1587	4.32	4.34
3	Karyawan berpakaian rapi berseragam	1584	1612	4.34	4.41
4	Keahlian terampil karyawan JG Motor	1575	1586	4.31	4.34
5	Jumlah mekanik memadai	1581	1628	4.33	4.46
6	Penjelasan yang lengkap dan mudah dimengerti terkait perawatan motor	1608	1598	4.40	4.37
7	Perbaikan sesuai dengan kebutuhan	1571	1594	4.30	4.37
8	Kemudahan mendapat informasi	1581	1586	4.33	4.34
9	Kesungguhan memahami dan kebutuhan konsumen	1561	1573	4.27	4.3
10	Kemampuan berkomunikasi	1563	1584	4.28	4.33
11	Karyawan mencaritahu kebutuhan konsumen	1547	1596	4.23	4.37
12	Karyawan berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan	1589	1582	4.35	4.33
13	Tindakan cepat dan akurat	1585	1565	4.34	4.29
14	Keluangan waktu karyawan untuk melayani konsumen	1573	1547	4.30	4.23
15	Pengerjaan service cepat dan sesuai	1605	1582	4.39	4.33
16	Mekanik JG Motor memiliki kemampuan teknis yang baik	1610	1582	4.41	4.33

17	karyawan mengerjakan pekerjaannya tepat waktu	1594	1607	4.36	4.40
18	Suku cadang dijamin keasliannya	1565	1597	4.28	4.37
19	Karyawan teliti dalam bekerja	1580	1634	4.32	4.47
<b>Total</b>		<b>30066</b>	<b>30242</b>	<b>82.28</b>	<b>82.76</b>
<b>Rata-rata Total</b>		<b>1582.42</b>	<b>1591.68</b>	<b>4.33</b>	<b>4.36</b>

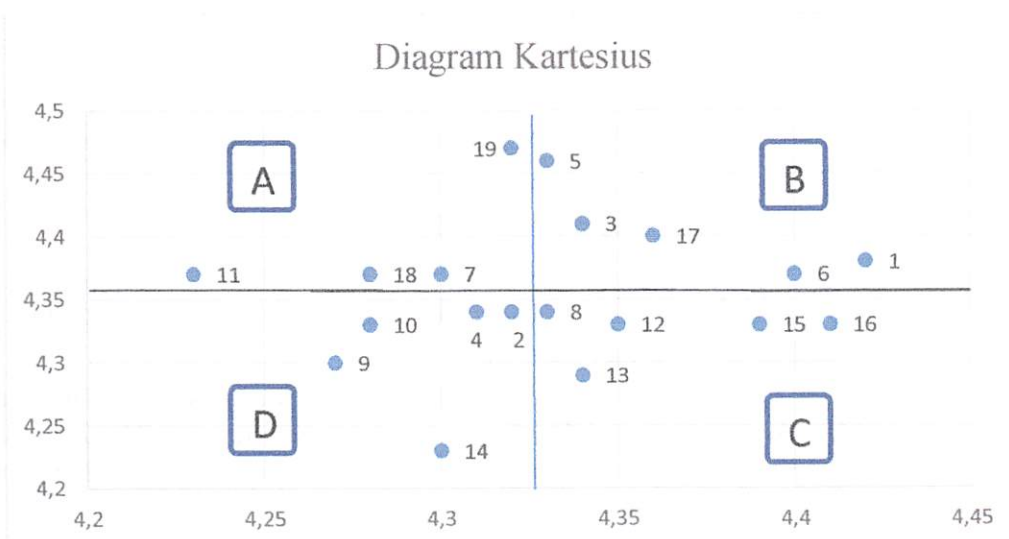
Sumber : Data Kuisisioner yang diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan nilai terhadap tingkat kinerja dan tingkat harapan konsumen PT Jayamandiri Gemasejari cabang Sukabumi (JG Motor) dilakukan perhitungan terhadap tingkat kesesuaian rata-rata yang bertujuan untuk mengetahui kesesuaian antara nilai kinerja dengan nilai harapan konsumennya.

$$Tki = \frac{XI}{YI} 100\% = \frac{1582,42}{1591,68} 100\% = 99,41 \%$$

Hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian di atas secara keseluruhan hanya mencapai nilai sebesar 99,41 % yang artinya konsumen PT Jayamandiri Gemasejari cabang Sukabumi (JG Motor) belum merasa puas akan kinerja PT Jayamandiri Gemasejari cabang Sukabumi (JG Motor).

Untuk mengetahui posisi setiap atribut kualitas pelayanan dilakukan pemetaan dari nilai kinerja dan harapan pada sebuah matriks yang masing-masing kuadran nya menggambarkan keadaan setiap atribut kualitas pelayanan.



**Gambar 4.12**  
**Analisis Diagram Kartesius JG Motor**

- **Kuadran A (Prioritas Utama)**

Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur layanan yang dianggap sangat penting namun pihak manajemen PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen merasa tidak puas.

Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Perbaikan sesuai dengan kebutuhan (7)
- Karyawan mencaritahu kebutuhan konsumen (11)
- Suku cadang dijamin keasliannya (18)
- Karyawan teliti dalam bekerja (19)

- **Kuadran B (Pertahankan Prestasi)**

Menunjukkan atribut pelayanan yang berhasil dilaksanakan Manajemen PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) dengan sangat baik, untuk itu wajib dipertahankan, dianggap sangat penting dan memuaskan.

Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Kecanggihan teknologi (1)
- Karyawan berpakaian rapi berseragam (3)
- Jumlah mekanik memadai (5)
- Penjelasan yang lengkap dan mudah dimengerti terkait perawatan motor (6)
- Karyawan mengerjakan pekerjaannya tepat waktu (17)

- **Kuadran C (Berlebihan)**

Menunjukkan faktor yang kurang penting dalam mempengaruhi konsumen akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Atribut pelayanan ini dianggap kurang penting tetapi kinerjanya memuaskan

Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Kemudahan mendapat informasi (8)
- Karyawan berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan (12)
- Tindakan cepat akurat (13)
- Pengerjaan service cepat dan sesuai (15)
- Mekanik JG motor memiliki kemampuan teknis yang baik (16)

- **Kuadran D (Prioritas Rendah)**

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, pelaksanaannya oleh manajemen PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Ruang tunggu luas dan nyaman (2)
- Keahlian terampil karyawan JG Motor (4)

- Kesungguhan memahami kebutuhan konsumen (9)
- Kemampuan berkomunikasi (10)
- Keluasan waktu karyawan untuk melayani konsumen (14)

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor), maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat kualitas pelayanan pada PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) yang diukur melalui 5 (lima) indikator kualitas pelayanan yang meliputi : Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphatic*) dan Produk Fisik (*tangibles*) memiliki penilaian yang sangat baik dengan nilai total tanggapan responden pada setiap atribut berkisar antara 80-100%.
2. Berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat harapan diperoleh nilai kesesuaian sebesar 99,41% artinya harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan belum terpenuhi seluruhnya sehingga tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) belum tercapai atau konsumen tidak puas.
3. Berdasarkan hasil pemetaan pada diagram kartesius terhadap indikator kualitas pelayanan PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) didapatkan hasil sebagai berikut : Pada kuadran A (prioritas utama) terdiri dari atribut Perbaikan sesuai dengan kebutuhan, Karyawan mencair tahu kebutuhan konsumen, Suku cadang dijamin keasliannya, Karyawan teliti dalam bekerja. Pada kuadran B (pertahankan prestasi) terdiri dari atribut Kecanggihan teknologi, Karyawan berpakaian rapi berseragam, Jumlah mekanik memadai, Penjelasan yang lengkap dan mudah dimengerti terkait perawatan motor, Karyawan mengerjakan pekerjaannya tepat waktu. Pada Kuadran C (berlebihan) terdiri dari atribut Kemudahan mendapat informasi, Karyawan berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan, Tindakan cepat akurat, Pengerjaan service cepat dan sesuai, Mekanik JG motor memiliki kemampuan teknis yang baik. Sedangkan pada kuadran D (prioritas rendah) terdiri dari atribut Ruang tunggu luas dan nyaman, Keahlian terampil karyawan JG Motor, Kesungguhan memahami kebutuhan konsumen, Kemampuan berkomunikasi, Keluangan waktu karyawan untuk melayani konsumen.

#### 5.2 Saran

##### A. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kinerja kualitas pelayanan PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor), manajemen dapat memperbaiki kinerja karyawan

dengan cara mengadakan pelatihan kepada seluruh sumber daya manusia agar kualitas dan kemampuan kerja dalam melayani konsumen dapat meningkat selain itu penting pula untuk menerapkan nilai-nilai PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) dalam memberikan pelayanan yang memuaskan pada para konsumen kepada setiap karyawan agar kesadaran untuk melaksanakan kinerja yang prima dapat tumbuh.

2. Untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen manajemen hotel dapat menyediakan sarana layanan customer service 24 jam atau call center yang selalu dikaji setiap jangka waktu tertentu dan dijadikan masukan dalam kegiatan operasional hotel.
3. Selain peningkatan terhadap kinerja kualitas pelayanan yang disampaikan secara langsung ke konsumen, faktor lain yang harus diperhatikan PT Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) adalah dengan mengelola bukti fisik diantaranya dengan selalu menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan bengkel terutama ruang tunggu, musholla, dan berbagai fasilitas pendukung lainnya.

#### B. Bagi Penulis

1. Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasarkan pada disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah khususnya manajemen, dan menerapkannya pada data yang diperoleh dari objek yang diteliti.

#### C. Bagi Peneliti Lain

1. Semoga dengan adanya penelitian analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jayamandiri Gemasejati cabang Sukabumi (JG Motor) ini dapat dijadikan sebagai pedoman untuk membuat penelitian dengan judul yang sama atau serupa pada perusahaan yang sama ataupun berbeda.
2. Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan menambah referensi bagi peneliti selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Pengalih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Indeks
- Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz. (2007). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. (7th Edition). Prentice Hall
- Ali Hasan. 2008, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Buku Kita.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : CV. ALFABETA
- Fandy Tjiptono. 2009, *Service Marketing Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta : Marknesis.
- Delyanti Oentoro (2010), *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Laksbang Pressindo [digilib.unila.ac.id/6528/15/BAB%20II.pdf](http://digilib.unila.ac.id/6528/15/BAB%20II.pdf)
- Fandy Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang : CV. BAYUMEDIA
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga jl. H. Baping Raya No 100 Ciracas, Jakarta 13740.
- Kotler & Gary Armstrong (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Penerbit Erlangga Jl H.Baping Raya No. 100 Ciracas, Jakarta 1370.
- Kotler Philip and Kevin Lane Keller (2012), *Marketing Management 13*, Pearson Prentice Hall, Inc. New Jersey.
- Buchari Alma. 2013, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV. ALFABETA.
- Assauri Sofjan (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Rajawali Pers
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Bandung : CV. ALFABETA
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

# LAMPIRAN



## **KUESIONER PENELITIAN**

# **HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA P.T. JAYAMANDIRI GEMASEJATI (JG MOTOR GROUP) CABANG SUKABUMI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/I

Dengan Hormat,

Saya Rachmatnur Maulana Alamsyah, mahasiswa semester VIII Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor yang beralamat di Jl. Pakuan No.1 Kotak Post 452 Telp. (0251) 8380 141, sedang melakukan penelitian untuk mengumpulkan data.

Dengan ini saya meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi angket ini guna mengumpulkan data penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi di Universitas Pakuan Bogor, Jurusan Manajemen (S1) Konsentrasi Manajemen Pemasaran.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada JG Motor Sukabumi. Untuk itu saya sangat mengharapkan ketulusan dan kerelaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk menjawab pernyataan dalam kuesioner ini.

Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi angket ini. Saya ucapkan terimakasih.

Bogor, 5 Juni 2017

Hormat saya,

Rachmatnur Maulana Alamsyah



### C. Tingkat penilaian kualitas pelayanan

Berilah tanda (X) pada kolom yang sesuai pendapat anda.

- a) Harapan merupakan hal yang di harapkan untuk di dapatkan oleh konsumen dari perusahaan atau dari karyawan.
- b) Kinerja merupakan proses dari respon individu terhadap ukuran kinerja yang diharapkan.

Keterangan :

SS : SangatSetuju

S : Setuju

CS : Cukup Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Harapan						
Pernyataan		Harapan				
A. Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )		SS	S	CS	TS	STS
1.	Perusahaan atau bengkel memiliki teknologi yang canggih untuk perawatan atau service motor.					
2.	Ruang tunggu luas dan nyaman.					
3.	Karyawan berpenampilan rapi berseragam.					
4.	Bangunan megah dan bagus.					
B. Keandalan ( <i>Reliability</i> )		SS	S	CS	TS	STS
1.	Mekanik dikenal atau diketahui memiliki keahlian yang terampil.					
2.	Bengkel memiliki jumlah mekanik yang memadai sehingga waktu tunggu berkurang.					
3.	Penjelasan yang lengkap dan mudah dimengerti terkait perawatan motor.					
4.	Perbaikan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan					

<b>C. Empati (<i>Empathy</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Mudahnya mendapatkan informasi yang dibutuhkan.					
2.	Karyawan bersungguh-sungguh memahami keluhan dan kebutuhan konsumen					
3.	Karyawan berkomunikasi dengan bahasa yang bisa dimengerti dengan baik oleh konsumen					
4.	Karyawan berupaya mencari tahu kebutuhan konsumen.					
<b>D. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Karyawan berusaha membantu konsumen dilaka konsumen membutuhkan bantuan.					
2.	Tindakan cepat dan akurat terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen.					
3.	Keluangan waktu karyawan untuk melayani konsumen.					
4.	Pengerjaan service yang cepat dan sesuai.					
<b>E. Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Mekanik yang dimiliki memiliki kemampuan teknis yang baik.					
2.	Karyawan mengerjakan pekerjaannya tepat waktu.					
3.	Suku cadang yang diperlukan dijamin keasliannya.					
4.	Karyawan teliti dalam bekerja.					

<b>Kinerja</b>						
<b>Pernyataan</b>		<b>Kinerja</b>				
<b>A. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	JG Motor memiliki teknologi yang canggih untuk perawatan atau service motor.					
2.	Ruang tunggu di JG Motor luas dan nyaman.					
3.	Karyawan JG Motor berpenampilan rapi berseragam.					
4.	Bangunan JG Motor megah dan bagus.					

<b>B. Kehandalan (<i>Reliability</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Mekanik JG Motor dikenal atau diketahui memiliki keahlian yang terampil.					
2.	JG Motor memiliki jumlah mekanik yang memadai sehingga waktu tunggu berkurang.					
3.	Karyawan JG Motor memberikan penjelasan yang lengkap dan mudah dimengerti terkait perawatan motor.					
4.	JG Motor memberikan perbaikan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
<b>C. Empati (<i>Empathy</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Informasi di JG Motor mudah di dapatkan.					
2.	Karyawan JG Motor bersungguh-sungguh memahami keluhan dan kebutuhan konsumen					
3.	Karyawan JG Motor berkomunikasi dengan bahasa yang bisa dimengerti dengan baik oleh konsumen					
4.	Karyawan JG Motor berupaya mencari tahu kebutuhan konsumen.					
<b>D. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Karyawan JG Motor berusaha membantu konsumen dikala konsumen membutuhkan bantuan.					
2.	Tindakan karyawan JG Motor cepat dan akurat terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen.					
3.	Karyawan JG Motor meluangkan waktu untuk melayani konsumen.					
4.	Pengerjaan service di JG Motor yang cepat dan sesuai.					
<b>E. Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1.	Mekanik yang dimiliki JG Motor memiliki kemampuan teknis yang baik.					
2.	Karyawan JG Motor mengerjakan pekerjaannya tepat waktu.					
3.	Suku cadang di JG Motor yang diperlukan dijamin keasliannya.					
4.	Karyawan JG Motor teliti dalam bekerja.					

No.	Data Responden					Pendapat Responden				
	A1	A2	A3	A4	A5	B1	B2	B3	B4	B5
1		1	2	2	1	2	1	2	2	3
2		2	2	2	3	2	1	1	3	3
3		2	2	2	1	1	2	1	4	3
4		2	2	2	1	1	2	1	3	2
5		1	2	2	1	1	1	2	4	3
6		1	2	2	1	1	2	2	3	5
7		2	2	1	1	1	2	2	4	5
8		2	2	2	1	1	2	2	4	5
9		1	1	2	1	1	2	2	3	3
10		1	2	2	2	1	2	2	5	1
11		1	2	2	1	2	1	1	1	2
12		1	1	3	1	1	2	2	2	3
13		1	2	1	1	1	1	2	2	3
14		1	1	3	2	2	1	1	2	1
15		2	1	2	2	2	1	1	2	3
16		2	2	1	1	2	1	2	5	3
17		1	1	3	3	1	2	2	2	2
18		1	1	3	2	2	1	1	2	3
19		2	1	2	1	2	1	1	2	1
20		2	1	3	1	1	2	1	5	1
21		1	1	2	1	2	1	2	2	3
22		2	1	1	1	2	1	1	5	3
23		1	1	3	3	2	1	2	2	2
24		2	2	2	1	1	2	1	3	2
25		1	1	4	2	2	1	2	2	2
26		1	1	3	1	1	2	2	2	3
27		1	1	4	1	2	1	2	2	2
28		1	1	3	1	1	2	2	2	3
29		1	2	2	1	2	1	1	1	2
30		1	1	3	1	1	2	2	2	3
31		2	2	2	1	2	1	1	2	1
32		1	2	2	1	2	1	2	2	1
33		1	2	2	1	2	1	2	2	3
34		1	2	2	1	2	1	3	2	3
35		1	2	2	1	2	1	3	2	2
36		1	2	2	1	2	1	3	2	1
37		1	2	2	1	2	1	3	2	1
38		1	2	2	1	2	1	3	2	2
39		1	2	2	1	2	1	3	2	2
40		1	2	2	1	2	1	3	2	1
41		1	2	2	1	2	1	3	2	1
42		1	2	2	1	2	1	1	2	1
43		1	2	2	1	2	1	1	2	1
44		1	2	2	1	2	1	1	2	1
45		1	2	2	1	2	1	1	2	2
46		1	2	3	1	2	1	1	2	2
47		1	2	3	1	2	1	1	2	2
48		1	2	3	1	2	1	2	2	1
49		1	2	3	1	2	1	2	2	2
50		1	2	3	1	2	1	2	2	2
51		1	2	3	1	2	1	2	2	2
52		1	2	3	1	2	1	3	2	2
53		1	2	3	1	2	1	3	2	2
54		1	1	2	1	2	1	3	2	2
55		1	2	3	1	2	1	3	2	2
56		1	1	2	1	2	1	3	2	2
57		1	2	3	1	2	1	3	2	2
58		1	1	2	1	2	1	4	2	2
59		1	1	2	1	2	1	4	2	3
60		1	1	2	1	2	1	4	5	3
61		1	1	2	1	2	1	4	5	3
62		1	1	2	1	2	1	4	5	3
63		1	1	2	2	2	1	4	5	3
64		1	2	3	2	1	2	5	5	3
65		1	2	3	2	1	2	5	5	3
66		1	2	3	2	1	2	5	5	3
67		1	2	3	2	1	2	5	5	3
68		1	2	3	3	1	2	5	5	4
69		1	2	3	3	1	2	1	5	4
70		1	2	3	3	2	1	1	5	4
71		1	2	3	3	2	1	1	5	4
72		1	2	3	3	2	1	1	5	4
73		1	2	3	3	2	1	1	5	4
74		1	2	3	4	1	1	1	2	5
75		1	2	3	4	1	1	1	2	5
76		1	1	2	4	1	1	1	2	5
77		1	2	3	4	1	1	1	2	5
78		1	2	3	1	1	1	2	5	3
79		1	1	2	1	2	1	2	5	3
80		1	1	2	1	2	1	3	5	3
81		1	2	2	2	2	1	3	2	5
82		1	2	2	2	2	1	3	2	5
83		1	2	3	2	2	1	3	2	1
84		1	2	2	3	2	1	3	2	1
85		1	1	3	3	1	2	3	2	3
86		1	1	3	3	1	2	3	2	3
87		1	1	3	4	1	1	3	2	2
88		1	1	2	4	1	1	1	2	2
89		1	2	2	4	1	1	1	2	2
90		1	2	2	4	2	1	1	2	2
91		1	2	2	1	2	1	1	2	2
92		1	2	2	1	2	1	1	2	3
93		1	1	2	1	2	1	1	2	3





190		1	2	3	2	2	1	2	5	3
191		2	2	3	2	2	1	2	5	4
192		2	2	3	2	2	1	2	5	3
193		2	2	3	2	1	1	3	5	3
194		2	2	3	2	1	1	3	5	4
195		1	2	3	2	1	1	1	5	3
196		2	2	3	1	1	2	1	5	4
197		1	2	3	1	1	2	1	2	4
198		2	2	3	1	1	2	1	2	4
199		1	2	2	1	1	2	2	2	3
200		2	2	2	1	1	2	2	2	3
201		1	2	2	1	2	1	2	2	3
202		2	2	2	1	2	1	2	2	3
203		1	2	2	1	2	1	2	2	3
204		2	2	2	1	2	1	2	2	2
205		1	2	2	1	2	1	2	2	2
206		2	2	3	1	2	1	2	5	2
207		1	2	3	1	2	1	4	5	2
208		2	2	3	1	2	1	4	5	2
209		1	2	3	2	2	1	4	5	2
210		2	2	3	2	2	1	4	5	3
211		1	2	3	2	2	1	5	5	3
212		2	2	3	2	2	1	5	5	3
213		1	2	3	2	2	1	5	5	3
214		2	2	3	2	2	1	5	5	3
215		1	2	3	1	2	1	5	5	3
216		2	2	3	1	2	1	5	5	3
217		1	2	3	1	2	1	5	5	2
218		2	2	3	1	2	1	5	5	2
219		1	2	2	1	2	1	5	5	2
220		2	1	2	1	2	1	5	5	2
221		1	1	2	1	2	1	5	5	2
222		2	1	2	1	2	1	3	2	2
223		2	2	2	1	2	1	3	2	2
224		2	2	2	1	2	1	3	2	2
225		2	2	3	1	2	1	3	2	2
226		1	2	3	1	2	1	3	2	3
227		1	2	3	1	2	1	4	2	3
228		1	2	3	1	2	1	4	2	3
229		1	2	3	1	2	1	4	2	3
230		1	2	3	1	2	1	4	2	4
231		1	1	3	1	2	1	4	2	4
232		2	1	3	1	2	1	2	2	4
233		2	1	3	1	2	1	4	2	4
234		2	2	3	1	2	1	4	2	4
235		2	2	3	1	2	1	4	2	4
236		2	2	3	1	2	1	1	2	4
237		1	2	2	1	2	1	1	2	5
238		1	2	2	1	2	1	1	2	5
239		1	2	2	1	2	1	2	2	5
240		2	2	2	1	2	1	2	2	5
241		2	2	2	1	2	1	2	5	5
242		2	2	2	1	2	1	3	5	5
243		2	2	2	1	2	1	3	5	1
244		2	2	2	2	2	1	3	5	3
245		2	2	2	2	2	1	4	5	3
246		2	2	2	2	2	1	5	5	1
247		2	2	2	2	2	1	5	5	1
248		2	2	2	2	2	1	5	5	3
249		2	2	2	2	2	1	1	5	3
250		2	2	2	1	2	1	1	5	1
251		1	2	2	1	2	1	1	5	1
252		1	2	2	1	2	1	2	5	2
253		1	2	2	1	2	1	2	5	2
254		1	2	2	1	2	1	2	5	2
255		1	1	2	1	2	1	3	5	2
256		1	1	2	1	2	1	3	5	2
257		1	1	2	1	2	1	3	5	2
258		1	1	2	1	2	1	4	5	3
259		1	1	2	1	2	1	4	5	3
260		1	1	2	1	2	1	4	2	3
261		2	1	2	1	2	1	4	2	3
262		2	1	2	1	2	1	4	2	3
263		2	1	2	1	2	1	4	2	4
264		2	1	2	1	2	1	5	2	3
265		2	1	2	1	2	1	5	2	3
266		2	1	2	1	2	1	5	2	4
267		2	1	2	1	2	1	1	2	5
268		2	1	2	1	2	1	1	2	5
269		2	1	2	1	2	1	1	2	5
270		1	1	2	1	2	1	2	2	5
271		1	1	2	1	2	1	2	2	1
272		1	1	2	1	2	1	2	2	1
273		1	1	2	1	2	1	3	2	1
274		1	1	2	1	2	1	3	5	1
275		1	1	2	1	2	1	3	5	1
276		1	1	2	1	2	1	4	5	2
277		2	1	2	1	2	1	4	5	2
278		2	2	2	1	2	1	4	5	2
279		2	2	2	1	2	1	4	5	2
280		2	2	2	1	2	1	4	5	2
281		2	2	2	1	2	1	3	5	2
282		2	2	3	1	2	1	3	5	2
283		2	2	3	1	2	1	3	5	2
284		2	2	3	1	2	1	1	5	2
285		1	2	3	2	2	1	1	5	2

286	1	2	3	2	2	2	1	1	5	2
287	1	2	3	2	2	2	1	1	5	2
288	1	2	3	2	2	2	1	1	5	2
289	1	2	3	2	2	2	1	1	5	2
290	2	2	3	1	2	2	1	1	5	2
291	2	2	3	1	2	2	1	2	5	3
292	2	2	3	1	2	2	1	2	5	3
293	2	2	2	1	2	2	1	2	5	3
294	2	2	2	1	2	2	1	2	5	3
295	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3
296	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3
297	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3
298	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3
299	1	2	2	1	2	2	1	3	2	3
300	1	2	2	1	2	2	1	3	2	3
301	1	2	2	1	2	2	1	4	2	4
302	2	2	2	1	2	2	1	4	2	4
303	2	2	2	1	2	2	1	4	2	4
304	2	2	2	1	2	2	1	5	2	4
305	2	2	2	1	2	2	1	5	2	4
306	2	2	3	1	2	2	1	5	2	4
307	1	2	3	1	2	2	1	5	2	4
308	1	2	3	1	2	2	1	5	2	4
309	1	2	3	1	2	2	1	4	2	4
310	1	2	3	1	2	2	1	4	2	4
311	1	2	3	1	2	2	1	4	2	4
312	1	2	3	1	2	2	1	4	2	4
313	1	2	3	1	2	2	1	4	2	4
314	2	2	3	1	2	2	1	4	2	4
315	2	2	3	1	2	2	1	4	2	5
316	2	2	3	1	2	2	1	3	2	5
317	2	2	3	1	2	2	1	3	2	5
318	2	1	2	2	2	2	1	3	2	5
319	2	1	2	2	2	2	1	3	2	5
320	2	2	3	2	2	2	1	3	2	5
321	2	2	2	2	2	2	1	3	2	5
322	1	2	2	2	2	2	1	3	2	5
323	1	2	2	2	2	2	1	4	2	5
324	1	2	2	2	2	2	1	4	2	5
325	1	2	2	2	2	2	1	4	2	5
326	1	2	2	2	2	2	1	4	2	5
327	1	2	2	2	2	2	1	4	2	5
328	1	2	2	2	2	2	1	4	2	5
329	2	2	2	1	2	2	1	4	2	5
330	1	2	2	1	2	2	1	4	2	5
331	2	2	2	1	2	2	1	4	2	5
332	2	2	2	1	2	2	1	4	2	5
333	2	2	2	1	2	2	1	4	2	5
334	1	2	2	1	2	2	1	4	2	5
335	2	2	2	1	2	2	1	4	2	5
336	1	2	2	1	2	2	1	4	2	5
337	2	2	2	1	2	2	1	4	2	5
338	1	2	2	1	2	2	1	4	2	5
339	2	2	2	1	2	2	1	4	2	5
340	1	2	2	1	2	2	1	4	2	5
341	2	2	2	1	2	2	1	4	2	5
342	1	2	3	1	2	2	1	4	2	5
343	2	2	3	1	2	2	1	4	2	5
344	1	2	3	1	2	2	1	4	2	5
345	2	2	3	1	2	2	1	4	2	5
346	1	2	3	1	2	2	1	4	2	5
347	2	2	3	1	2	2	1	4	2	5
348	1	2	3	1	2	2	1	4	2	5
349	2	2	3	1	2	2	1	4	2	5
350	1	2	3	1	2	2	1	4	2	5
351	2	2	3	1	1	2	1	4	2	5
352	1	2	3	1	1	2	1	3	2	5
353	2	2	3	1	1	2	1	3	2	5
354	1	2	3	1	1	2	1	3	2	5
355	2	2	3	1	1	2	1	3	2	5
356	1	2	3	1	1	2	1	3	2	5
357	2	2	3	1	2	2	1	3	2	5
358	1	2	3	1	2	2	1	3	2	5
359	2	2	3	1	2	2	1	3	2	5
360	1	2	3	1	2	2	1	3	2	5
361	2	2	3	1	1	2	1	3	2	5
362	1	2	3	1	1	2	1	3	2	5
363	2	2	3	1	1	2	1	4	2	5
364	1	2	3	1	1	2	1	4	2	5
365	2	2	3	1	2	2	1	4	2	5



## Surat Keterangan Riset

Indonesia  
3755  
180

re - Cianjur  
Bojong Gede  
ng - Dawuan  
- Palimanan  
rang Sinom  
junung Sindur  
reum - Kopo  
ngan - Gerut  
aye - Jakarta

Bersama dengan surat ini, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Sujono  
Jabatan : Branch Manager

Menyatakan bahwa mahasiswa dibawah ini:

Nama : Rachmatnur Maulana Alamsyah  
NPM : 0211 13 465  
Fakultas : Ekonomi / Manajemen Universitas Pakuan.

Benar-benar telah melakukan riset di JG Motor Sukabumi yang beralamat di Jl. Raya Karang Tengah RT/RW 03/02 No. 208, Cibadak, Karangtengah, Sukabumi, Jawa Barat 43351, Indonesia. Dari tanggal 16 Februari 2017 sampai dengan tanggal 22 Februari 2017. Dalam rangka kebutuhan menyusun skripsi.

Demikian surat saya buat agar dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Sukabumi, 22 Februari 2017

Branch Manager  
JG Motor Sukabumi

  
Agus Sujono



PT JAYAMANDIRI GEMASEJATI  
JG Motor Group

t Great!

## Surat Keterangan Riset

Indonesia  
8755  
1180

tra - Cianjur  
- Bojong Gede  
ing - Dawuan  
i - Palmanan  
irang Sinom  
Gunung Sindur  
ureum - Kopo  
ingan - Garut  
ilaya - Jakarta

Bersama dengan surat ini, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Sujono  
Jabatan : Branch Manager

Menyatakan bahwa mahasiswa dibawah ini:

Nama : Rachmatnur Maulana Alamsyah  
NPM : 0211 13 465  
Fakultas : Ekonomi / Manajemen Universitas Pakuan.

Benar-benar telah melakukan riset di JG Motor Sukabumi yang beralamat di Jl. Raya Karang Tengah RT/RW 03/02 No. 208, Cibadak, Karangtengah, Sukabumi, Jawa Barat 43351, Indonesia. Dari tanggal 16 Februari 2017 sampai dengan tanggal 22 Februari 2017. Dalam rangka kebutuhan menyusun skripsi.

Demikian surat saya buat agar dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Sukabumi, 22 Februari 2017

Branch Manager  
JG Motor Sukabumi

  
Agus Sujono