



**ANALISIS KEPERCAYAAN, KOMITMEN DAN
KEPUASAN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS
PELANGGAN JASA PERAWATAN KENDARAAN**

KARYA AKHIR

OLEH

YUDIE TEGUH CAHAYA GUMELAR

55105120029

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2009**



**ANALISIS KEPERCAYAAN, KOMITMEN DAN
KEPUASAN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS
PELANGGAN JASA PERAWATAN KENDARAAN**

KARYA AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENYELESAIKAN PROGRAM
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

OLEH

YUDIE TEGUH CAHAYA GUMELAR

55105120029

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2009**

ABSTRACT

Generating customer loyalty is related to customer satisfaction on the service quality given by a company. Customer loyalty will grow up together with the level of customer satisfaction which starts from generating customer's trust and commitment to a company. Research problems found are: (1) is the car maintenance service given by Auto 2000 Cilandak enable to create trust, commitment, satisfaction, and loyalty of its customer; (2) are the customers of Auto 2000 Cilandak already have trust, commitment, satisfaction, and loyalty; then (3) how trust, commitment, satisfaction, enable to create loyalty of customer of the Auto 2000.

This research generates four hypotheses and defines Auto 2000 Cilandak as an object. Theories applied in this research are marketing theories, especially theory about consumer behaviour, relationship marketing, dan service quality. Research method is descriptive analysis which is supported by survey. Research samples are 100 respondents from Toyota car owner who have already come at least three times to Auto 2000 Cilandak for car maintenance service. Analysis technique for this research are regression model and path analysis product moment (Pearson's).

The results showed that: (1) trust to the company reputation has significant influence on customer satisfaction; (2) commitment in the form of affective commitment has significant influence on customer satisfaction; and (3) customer satisfaction of the car maintenance service quality has significant influence on customer loyalty. Therefore, this research concludes : (1) the car maintenance service given by Auto 2000 Cilandak enable to create trust, commitment, satisfaction, and loyalty of its customer; (2) the customers of Auto 2000 Cilandak are already have trust, commitment, satisfaction, and loyalty.

ABSTRAK

Menumbuhkan loyalitas pelanggan terkait dengan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan akan tumbuh seiring dengan tingkat kepuasan pelanggan yang bermula dari tumbuhnya kepercayaan dan komitmen pelanggan terhadap perusahaan. Permasalahan dalam penelitian ini antara lain: (1) Apakah jasa pelayanan perawatan kendaraan bermotor di bengkel Auto 2000 Cilandak telah mampu menciptakan kepercayaan, komitmen, kepuasan dan loyalitas pelanggan; (2) Apakah pelanggan bengkel Auto 2000 Cilandak telah memiliki kepercayaan, komitmen, kepuasan dan loyalitas; dan (3) Sejauhmana kepercayaan, komitmen dan kepuasan pelanggan dapat membangun terciptanya loyalitas pelanggan Auto 2000 Cilandak.

Penelitian mengajukan empat hipotesis dan mengambil perusahaan Auto 2000 Cilandak sebagai objek penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori-teori pemasaran, khususnya teori tentang perilaku konsumen, relationship marketing, dan kualitas pelayanan. Penelitian menggunakan pendekatan metode analisa deskriptif yang didukung survei. Jumlah sampel terdiri dari 100 orang responden, yaitu konsumen mobil Toyota yang telah melakukan perawatan kendaraan di bengkel Auto 2000 Cilandak lebih dari 3 kali. Teknik analisis yang digunakan adalah model analisis regresi dan uji analisis jalur *product moment* (Pearson's) untuk menguji hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kepercayaan pelanggan terhadap reputasi perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa perawatan kendaraan bengkel Auto 2000 Cilandak; (2) komitmen pelanggan yang berupa *affective commitment* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa perawatan kendaraan bengkel Auto 2000 Cilandak; dan (3) kepuasan pelanggan akan kualitas jasa perawatan kendaraan bengkel Auto 2000 Cilandak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kesimpulan dari hasil penelitian adalah: (1) jasa pelayanan perawatan kendaraan bermotor di bengkel Auto 2000 Cilandak telah mampu menciptakan kepercayaan, komitmen, kepuasan dan loyalitas pelanggan; dan (2) pelanggan bengkel Auto 2000 Cilandak telah memiliki kepercayaan, komitmen, kepuasan dan loyalitas.

ABSTRAK

Menumbuhkan loyalitas pelanggan terkait dengan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan akan tumbuh seiring dengan tingkat kepuasan pelanggan yang bermula dari tumbuhnya kepercayaan dan komitmen pelanggan terhadap perusahaan. Permasalahan dalam penelitian ini antara lain: (1) Apakah jasa pelayanan perawatan kendaraan bermotor di bengkel Auto 2000 Cilandak telah mampu menciptakan kepercayaan, komitmen, kepuasan dan loyalitas pelanggan; (2) Apakah pelanggan bengkel Auto 2000 Cilandak telah memiliki kepercayaan, komitmen, kepuasan dan loyalitas; dan (3) Sejauhmana kepercayaan, komitmen dan kepuasan pelanggan dapat membangun terciptanya loyalitas pelanggan Auto 2000 Cilandak.

Penelitian mengajukan empat hipotesis dan mengambil perusahaan Auto 2000 Cilandak sebagai objek penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori-teori pemasaran, khususnya teori tentang perilaku konsumen, relationship marketing, dan kualitas pelayanan. Penelitian menggunakan pendekatan metode analisa deskriptif yang didukung survei. Jumlah sampel terdiri dari 100 orang responden, yaitu konsumen mobil Toyota yang telah melakukan perawatan kendaraan di bengkel Auto 2000 Cilandak lebih dari 3 kali. Teknik analisis yang digunakan adalah model analisis regresi dan uji analisis jalur *product moment* (Pearson's) untuk menguji hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kepercayaan pelanggan terhadap reputasi perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa perawatan kendaraan bengkel Auto 2000 Cilandak; (2) komitmen pelanggan yang berupa *affective commitment* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa perawatan kendaraan bengkel Auto 2000 Cilandak; dan (3) kepuasan pelanggan akan kualitas jasa perawatan kendaraan bengkel Auto 2000 Cilandak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kesimpulan dari hasil penelitian adalah: (1) jasa pelayanan perawatan kendaraan bermotor di bengkel Auto 2000 Cilandak telah mampu menciptakan kepercayaan, komitmen, kepuasan dan loyalitas pelanggan; dan (2) pelanggan bengkel Auto 2000 Cilandak telah memiliki kepercayaan, komitmen, kepuasan dan loyalitas.

PENGESAHAN

Judul : **Analisis Kepercayaan, Komitmen dan Kepuasan
Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan
Jasa Perawatan Kendaraan**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Yudie Teguh Cahaya Gumelar

NIM : 55105120029

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2009

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr. Ir. Har Adi Basri, M.Ec.

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D.

Rina Astini, SE, ME.

P E R N Y A T A A N

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Analisis Kepercayaan, Komitmen dan Kepuasan
Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan
Jasa Perawatan Kendaraan**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Yudie Teguh Cahaya Gumelar

NIM : 55105120029

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 31 Agustus 2009

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 31 Agustus 2009

Yudie Teguh Cahaya Gumelar

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas izin dan ridho-Nya, serta nikmat sehat jasmani dan rohani yang dianugerahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini tepat pada waktu yang diharapkan.

Penelitian ini diwujudkan dalam bentuk karya akhir sebagai persyaratan kelulusan penulis untuk studinya di program Pascasarjana program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana. Penyusunan karya akhir ini dilakukan selama 1 semester dengan waktu efektif 3 bulan, yaitu antara bulan Mei sampai dengan bulan Juli tahun 2009 di perusahaan Auto 2000 Cilandak.

Dalam kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu penyelesaian karya akhir ini, sehingga dapat selesai dengan baik, sesuai dengan kaidah penyusunan karya ilmiah yang berlaku. Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

- Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc., Ph.D., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan arahan kepada mahasiswa untuk menyelesaikan studi tepat waktu.
- Dr. Ir. Har Adi Basri, MEc., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang memberikan dukungan yang besar kepada penulis untuk menyelesaikan karya akhir ini.
- Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Utama atas dukungan motivasi dan sumbangan pemikiran, tenaga serta waktunya kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini.

- Rina Astini, SE, ME., selaku Dosen Pembimbing II yang tak kenal lelah memberikan saran dan masukan agar karya akhir ini terselesaikan dengan baik.
- Manajemen Auto 2000 Cilandak yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis sehingga penyelesaian karya akhir ini dapat terlaksana.
- Terima kasih khususnya kepada Rivelino Jericho dan rekan-rekan mahasiswa Magister Manajemen angkatan 7, yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan penyusunan karya akhir ini.
- Kedua Orangtua dan juga Mertua penulis yang selalu mendoakan terselesaikannya penyusunan karya akhir ini.
- Siti Nuratiah, Istri tercinta yang sabar dan penuh semangat dalam mendukung penulis melaksanakan studi dan penyusunan karya akhir ini.

Besar harapan penulis bahwa karya akhir ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi pembaca, terutama untuk rekan-rekan mahasiswa program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana di masa yang akan datang.

Jakarta, 31 Agustus 2009

Yudie Teguh Cahaya Gumelar

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Rumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan.....	6
 BAB II: DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Perusahaan Auto 2000.....	9
2.2. Visi, Misi dan Nilai-Nilai Auto 2000.....	11
2.3. Struktur Organisasi.....	14
2.4. Bengkel Auto 2000	22
 BAB III: KAJIAN PUSTAKA	
3.1. Perilaku Konsumen	27
3.2. Kualitas Pelayanan	29
3.3. <i>Relationship Marketing</i>	32

3.4. Kepuasan Pelanggan	38
3.5. Loyalitas Pelanggan	39
3.6. Hubungan Antar Konsep.....	41
3.7. Penelitian Terdahulu	42
3.8. Kerangka Pemikiran.....	44
3.9. Hipotesis.....	45
 BAB IV: METODOLOGI PENELITIAN	
4.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
4.2. Metode Penelitian.....	46
4.3. Operasionalisasi Konsep	47
4.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48
4.5. Sumber Data.....	49
4.6. Teknik Pengumpulan Data.....	50
4.7. Uji Instrumen Penelitian	52
4.8. Metode Analisis Data.....	61
4.9. Hipotesis Statistik.....	68
4.10. Uji Hipotesis	69
 BAB V: HASIL DAN ANALISIS	
5.1. Latar Belakang Responden	70
5.2. Deskripsi Perolehan Skor.....	73
5.3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	77
5.4. Hasil Uji Analisis Jalur	87
 BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	112
6.2. Saran.....	114
 DAFTAR PUSTAKA	 117
LAMPIRAN.....	120
RIWAYAT HIDUP	159

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Data Pelanggan Bengkel Auto 2000 Cilandak.....	3
Tabel 3.1: Sasaran dan Manfaat Service Excellence	30
Tabel 4.1: Operasionalisasi Konsep.....	47
Tabel 4.2: Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	55
Tabel 4.3: Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen.....	56
Tabel 4.4: Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 4.5: Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	57
Tabel 4.6: Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	59
Tabel 5.1: Data Umum Responden	72
Tabel 5.2: Perolehan Skor Variabel Kepercayaan	73
Tabel 5.3: Perolehan Skor Variabel Komitmen	74
Tabel 5.4: Perolehan Skor Variabel Kepuasan Pelanggan.....	75
Tabel 5.5: Perolehan Skor Variabel Loyalitas Pelanggan.....	76
Tabel 5.6: Hasil Uji Normalitas Variabel Kepercayaan dan Variabel Komitmen.....	77
Tabel 5.7: Hasil Uji Normalitas Variabel Kepuasan Pelanggan	78
Tabel 5.8: Hasil Uji Normalitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	79
Tabel 5.9: Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Kepercayaan.....	80
Tabel 5.10: Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Komitmen.....	80
Tabel 5.11: Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Kepuasan Pelanggan	81
Tabel 5.12: Hasil Uji Autokorelasi Variabel Kepercayaan dan Komitmen.....	81

Tabel 5.13: Hasil Uji Autokorelasi Variabel Kepuasan Pelanggan	82
Tabel 5.14: Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Kepercayaan dan Variabel Komitmen.....	83
Tabel 5.15: Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Kepuasan Pelanggan	84
Tabel 5.16: Hasil Uji Homogenitas Variabel Kepercayaan dan Variabel Komitmen.....	85
Tabel 5.17: Hasil Uji Homogenitas Variabel Kepuasan Pelanggan	86
Tabel 5.18: Hasil Uji Linearitas Variabel Kepercayaan dan Variabel Komitmen.....	86
Tabel 5.19: Hasil Uji Linearitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	87
Tabel 5.20: Hasil Uji Korelasi Variabel Kepercayaan dengan Variabel Kepuasan Pelanggan	88
Tabel 5.21: Hasil Uji Korelasi Variabel Komitmen dengan Variabel Kepuasan Pelanggan	88
Tabel 5.22: Hasil Uji Korelasi Variabel Kepuasan Pelanggan dengan Variabel Loyalitas Pelanggan	89
Tabel 5.23: Hasil Uji Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	90
Tabel 5.24: Hasil Uji Pengaruh Komitmen Terhadap Kepuasan Pelanggan	95
Tabel 5.25: Hasil Uji Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	100
Tabel 5.26: Hasil Uji Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1: Expected Service and Perceived Service	31
Gambar 3.2: Kerangka Pemikiran.....	44

DAFTAR SINGKATAN

ATPM = Agen Tunggal Pemegang Merek	2
BAMS = Bengkel Astra Motor Sales.....	9
NPWP = Nomor Pokok Wajib Pajak	9
KLU = Klasifikasi Lapangan Usaha	9
DIY = Daerah Istimewa Yogyakarta.....	10
ACC = Astra Credit Company	10
AAB = Asuransi Astra Buana	10
THS = Toyota Home Service	11
HRD = Human Resources Department.....	16
GA = General Affair	16
SST = Special Service Tools.....	24
TGP = Toyota Genuine Parts	25
CRM = Customer Relationship Managements	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01 : Jadwal Kegiatan Penelitian.....	120
Lampiran 02 : Daftar Kuesioner	121
Lampiran 03 : Uji Instrumen Penelitian.....	127
Lampiran 04 : Tabulasi Data untuk Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi, dan Uji Regresi Linear	135
Lampiran 05 : Deskripsi Data Umum Responden	143
Lampiran 06 : Tabulasi Data.....	144
Lampiran 07 : Perolehan Skor.....	146
Lampiran 08 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	148
Lampiran 09 : Hasil Uji Analisis Jalur.....	154