



**ANALISIS TINGKAT KEPUASAAN PELANGGAN
TERHADAP KINERJA PELAYANAN BENGKEL
FORD JAKTIM**

KARYA AKHIR

Oleh

ZAHRY ANWAR

5510411-103

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2008**



**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP KINERJA PELAYANAN BENGKEL
FORD JAKTIM**

KARYA AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Oleh

ZAHRY ANWAR

5510411-103

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2008**

ABSTRACT

Customer satisfaction is a growing concern to business organizations throughout the world. Consumers are becoming aggressive in demanding that products are meet or exceed expectations. Outstanding product performance is required. The lowest prices consistent with excellent quality are also expected. Increase global competition is adding pressure to bottom-line profit performance and forcing companies to view their products and services from the customers perspective.

Customer satisfaction is as integral part of total quality management. The customer drives total quality management by establishing expectations, standards and performance requirement. Total quality management focuses on viewing products and services as solutions to customer problems.

The objectives of this research focuses on two key issues:

- 1. Understanding the expectations and requirement of the customers*
- 2. Determining how well Workshop Service Ford JakTim in satisfying these expectations and requirements*

By using quality test and attribute analysis, this research will find out many gap occur between customer expectations and performance service by company.

Based on this research, the writer would give some recommendations to Workshop Service Ford JakTim to synchronized existing performance and customer expectations (in order to extend customer satisfaction), such as high workshop Service leaders commitment of service quality improvement that need to be socialized to the entire employee level; customer satisfaction suppose to become a culture of the company, so all companies decision are considerable in that culture; control and measurement should be done routinely in the effort to improve quality, sustainable customer value and customer satisfaction creation

ABSTRAK

Konsep kepuasan konsumen telah menjadi pertimbangan utama dalam setiap organisasi bisnis di seluruh dunia. Konsumen saat ini menjadi lebih agresif dalam permintaan akan produk yang sesuai dengan harapan mereka. Pemahaman akan penampilan produk sangat disyaratkan. Harga terendah dan kualitas yang bagus juga sangat diharapkan oleh konsumen. Pertumbuhan kompetisi global yang ada telah menekan perusahaan pada pertumbuhan keuntungan yang rendah dan memaksa perusahaan untuk menampilkan produk dan jasa mereka dalam perspektif konsumen. Konsep kepuasan konsumen adalah bagian dari konsep manajemen kualitas total. Konsumen mendorong konsep manajemen kualitas total dari pembentukan ekspektasi, standar dan persyaratan penampilan produk. Konsep manajemen kualitas total berfokus pada pandangan terhadap produk barang dan jasa sebagai solusi dari masalah konsumen.

Tujuan dari penelitian ini berfokus pada dua isu yaitu:

1. Memahami keinginan dan harapan konsumen
2. Melihat seberapa baik bengkel Ford JakTim dapat memuaskan keinginan dan harapan konsumennya.

Dengan menggunakan analisis kesenjangan dan analisis atribut kepentingan, penelitian ini akan menunjukkan adanya gap antara harapan konsumen dengan performance yang diberikan perusahaan.

Berdasar pada penelitian ini, penulis akan memberikan beberapa rekomendasi kepada bengkel Ford JakTim untuk menyesuaikan kinerja saat ini dengan harapan konsumen (dengan tujuan kepuasan konsumen) seperti komitmen tinggi dari pihak pimpinan perusahaan terhadap peningkatan kualitas jasa yang perlu disosialisasikan pada seluruh tingkat karyawan; konsep kepuasan konsumen seharusnya menjadi budaya perusahaan, sehingga semua keputusan perusahaan didasarkan pada budaya tersebut; sebaiknya di dalam perusahaan jasa pemantauan dan pengukuran dilakukan secara rutin dalam usaha peningkatan kualitas penciptaan customer value dan customer satisfaction secara berkelanjutan.

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap
Kinerja Pelayanan Bengkel Ford JakTim.

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Zahry Anwar

N I M : 5510411-103

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2008

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr.Ir. Har Adi Basri, MEc.

Pembimbing Utama

Dr. Mustika S. Purwanegara, Ir., MSc.

PERNYATAAN

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

Judul : **ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN**

TERHADAP KINERJA PELAYANAN BENGKEL

FORD JAKTIM

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Zahry Anwar

N I M : 5510411-103

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2008

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program 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, Agustus 2008

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakaatuh

Alhamdulillah, puja dan puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena hanya atas bimbingan-Nya lah penelitian ini dapat penulis rampungkan. Selama itu, penulis berusaha dengan sebaik-baiknya guna tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Topik Yang dibahas pada penelitian ini adalah tentang Kepuasan Pelanggan dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Pelayanan Bengkel Ford JakTim. Walaupun beberapa hambatan sempat muncul namun berbagai upaya dapat teratasi. Penyelesaian penulisan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Dan pada kesempatan ini, penulis dengan setulus hati menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggitingginya kepada :

1. Ibu DR. Ir. Mustika S Purwanegara, MSc selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian dan kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penelitian ini.
2. Bapak Endi Rekarti SE.,ME. Selaku dosen pada mata kuliah marketing Research yang telah membantu dalam memulai penyusunan tesis ini.
3. Bapak Dimas dan Rekan rekan dari Ford Jakarta Timur yang telah membantu dalam pengumpulan data data yang dibutuhkan.
4. Ke dua orang tua dan istri tercinta yang membantu memberikan dukungan moril dalam menyelesaikan program kuliah ini.

5. Rekan-rekan di Intuitive dan HOME88 yang membantu dan mendukung hingga selesainya karya Akhir ini..
- 6.. Teman-teman di angkatan IV UMB “*the crazy time I ever had is being with you all*”
7. Seluruh karyawan MM-UMB khususnya, kru perpustakaan, kru admisi, kru akademik dan kru sekretariat atas segala kebaikan dan yang diberikan.
8. Dan semua pihak yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu. Dalam penelitian ini, baik dalam proses maupun dalam penulisan laporan tidak dapat dipungkiri terdapatnya kesalahan. Oleh sebab itu dalam kesempatan ini, kami mohon maaf atas kelalaian tersebut.

Akhir kata, satu harapan kami, bahwa penelitian yang kami lakukan ini dapat memberi manfaat yang positif bagi siapa saja. Amien.

Billahi taufik wal hidayah

Wassalamu’alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Jakarta diujung senja, Agustus 2008

ZAHRY ANWAR

DAFTAR ISI

Abstract.....	iii
Abstrak.....	iv
Pengesahan.....	v
Pernyataan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Grafik.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Pembatasan Masalah.....	4
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II : DESKRIPSI INDUSTRI	
2.1. Sejarah Perusahaan.....	6
2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	8
2.3. Sumber Daya	8
2.4. Tantangan Bisnis.....	10
2.5. Proses Bisnis.....	12

BAB III : KAJIAN PUSTAKA

3.1. Pemasaran Jasa	13
3.2. Bauran Pemasaran Jasa.....	13
3.3. Karakteristik Jasa	15
3.4. Kualitas Jasa.....	16
3.4.1. Manfaat Kualitas Jasa.....	17
3.5. Kepuasan Pelanggan.....	18
3.5.1. Strategi Kepuasan Pelanggan.....	19
3.5.1.1. Strategy Pemasaran Berupa RekaonsipMarketing.....	20
3.5.1.2. Strategy Superior Customer Service.....	20
3.6. Metoda dan Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	21
3.7. Kerangka Pemikiran.....	27
3.8. Hipotesis.....	30

BAB IV : METODOLOGI

4.1. Objek Riset.....	31
4.2. Metoda Pengumpulan Data.....	31
4.3. Populasi dan Sample.....	32
4.4. Analisis Data.....	32
4.5. Variable Penelitian.....	34

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Lokasi Penelitian.....	39
5.2. Profil Responden.....	39

5.3. Analisis Data.....	40
5.3.1. Analisis Keandalan Pelayanan.....	41
5.3.2. Analisis Ketanggapan.....	44
5.3.3. Analisis Keyakinan.....	46
5.3.4. Analisis Emphati.....	48
5.3.5. Analisis Berwujud.....	50
5.4. Pembahasan Hasil Analisa.....	53
5.4.1. P:erhitungan Rata-rata dari Penilaian Kepentingan dan Pelaksanaan.....	52
5.4.2. Analisis Kesenjangan Penilaian.....	58
 BAB VI : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
6.1. Kesimpulan.....	59
6.2. Rekomendasi.....	60
 DAFTAR PUSTAKA.....	 66
 RIWAYAT HIDUP.....	 68

DAFTAR TABEL

- Tabel 1 : Operasional Variabel Penelitian.....37
- Tabel 2 : Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Kepentingan dan Pelaksanaan..53
- Tabel 2a : Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Kepentingan da Pelaksanaan..54

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 : Struktur Organisasi Service.....	10
- Gambar 2 : Proses Bisnis.....	12
- Gambar 3 : Lima Kriteria Penentu Kualitas Jasa Pelayanan.....	28
- Gambar 4 : Diagram Kuadran Kartesius I-P Analisis.....	36
- Gambar 5 : Diagram Kartesius dari Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	53

DAFTAR GRAFIK

- Grafik 1 : Katagori Pelanggan.....	40
- Grafik 2 : Jenis Kendaraan yang dipakai.....	40
- Grafik 3 : Prosedur penerimaan yang cepat dan tepat.....	41
- Grafik 4 : Pelayanan pemeriksaan awal yang akurat.....	42
- Grafik 5 : Waktu perbaikan dijalankan dengan tepat.....	42
- Grafik 6 : Prosedur pelayanan tidak berbelit- belit.....	43
- Grafik 7 : Pelayanan Kasir yang cepat dan akurat.....	43
- Grafik 8 : Kemampuan Petugas Service untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pelanggan.....	44
- Grafik 9 : Petugas mampu memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti.....	44
- Grafik 10 : Tindakan cepat pada saat pelanggan membutuhkan.....	45
- Grafik 11 : Memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.....	45
- Grafik 12 : Pengetahuan dan kemampuan Petugas Service menetapkan problem yang timbul.....	46
- Grafik 13 : Ketersediaan spare part untuk kendaran anda.....	46
- Grafik 14 : Pelayanan Service Advisor yang sopan dan ramah.....	47

- Grafik 15 : Memberikan perkiraan biaya yang akurat dari layanan servis yang dilakukan.....47
- Grafik 16 : Memberikan Perhatian terhadap keluhan pelanggan.....48
- Grafik 17: Pelaynan kepada semua pelanggan tanpa memandang status sosial.. 48
- Grafik 18 : Kemudahan menghubungi bengkel.....49
- Grafik 19 : Waktu operasional bengkel jam 08:00-16:15, sabtu 08:00-11:45...49
- Grafik 20 : Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruang tunggu.....50
- Grafik 21 : Penyediaan fasilitas TV, video, bahan bacaan diruang tunggu demi kenyamanan menunggu.....51
- Grafik 22 : Kecanggihan peralatan bengkel yang dipakai.....51
- Grafik 23 : Kerapihan dan kebersihan penampilan petugas bengkel.....52
- Grafik 24 : Lokasi strategis dan mudah dijangkau.....52

LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner Tingkat Kepuasan Pelanggan.....62
- Lampiran 2 : Kuisisioner Tingkat Kepuasan Pelanggan (Harapan).....64