

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BENGKEL RESMI
SEPEDA MOTOR HONDA DI AHASS 8171 TUGU PERMAI
MOTOR**

LATIFAH ANIS SOLIKHATI

8223128292



**Laporan Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya.**

**PROGRAM STUDI DIII PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

**ANALYSIS OF THE SERVICE QUALITY AUTHORIZED
REPAIR SHOP HONDA MOTORCYCLE IN AHASS 8171
TUGU PERMAI MOTOR**

LATIFAH ANIS SOLIKHATI

8223128292



**Laporan Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya.**

**STUDY PROGRAM OF DIII MARKETING MANAGEMENT
MAJOR MANAGEMENT
FACULTY ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

ABSTRAK

LATIFAH ANIS SOLIKHATI. 2015. 8223128292. Analisis Kualitas Pelayanan Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda Di AHASS 8171 Tugu Permai Motor.Program Studi DIII Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Pentingnya bagi perusahaan penyedia jasa untuk mengetahui bagaimana persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang diberikan, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh AHASS 8171 Tugu Permai dengan membandingkan tingkat harapan dan tingkat persepsi pelanggan terhadap lima dimensi kualitas pelayanan yang meliputi: (1) Dimensi bukti fisik (*tangibles*), (2) Dimensi keandalan (*realibility*), (3) Dimensi daya tanggap (*responsiveness*), (4) Dimensi jaminan (*assurance*) dan, (5) Dimensi empati (*empathy*).

Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dengan metode SERVQUAL gap 5 yang membandingkan tingkat harapan dan tingkat persepsi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data kuesioner, wawancara, dan observasi. Populasi penelitian ini adalah pelanggan AHASS 8171 Tugu Permai Motor selama satu bulan sebanyak 400 pelanggan. Sampel penelitian berjumlah 25% dari populasi yaitu, 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, menurut persepsi pelanggan terhadap kelima dimensi pelayanan masih terdapat beberapa atribut pada dimensi pelayanan seperti dimensi bukti fisik (*tangibles*), dimensi keandalan (*realibility*), dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dan dimensi empati (*empathy*) yang dianggap belum dapat memenuhi apa yang diharapkan pelanggan terhadap kualitas yang seharusnya diberikan, artinya atribut-atribut tersebut dinilai kurang memiliki kualitas yang baik. Sehingga, perlu dilakukan perbaikan terhadap atribut-atribut yang dianggap kurang tersebut untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik. Sedangkan, dimensi jaminan (*assurance*) dianggap dimensi yang paling baik kualitas pelayanannya dikarenakan semua atribut pada dimensi jaminan telah memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Kata Kunci:Dimensi kualitas pelayanan, tingkat harapan, tingkat persepsi.

ABSTRACT

LATIFAH ANIS SOLIKHATI. 2015. 8223128292. Analysis Of The Service Quality Authorized Repair Shop Honda Motorcycle At AHASS 8171 Tugu Permai Motor. Marketing Diploma Studies Program. Department of Management. Faculty of Economics. Jakarta State University.

Important for service providers to determine how customer perceptions about the quality of services rendered, the study aims to analyze how the quality of services provided by AHASS Tugu Permai Motor by comparing the level of expectations and level of customer perception of the five dimensions of service quality that includes: (1) Tangibles, (2) Reliability, (3) Responsiveness, (4) Assurance and, (5) Empathy

This research uses descriptive statistical analysis using the method SERVQUAL gap 5 which compares the level of expectation and perception levels. Data collection techniques in this study using questionnaire data, interviews, and observations. Population research are customer AHASS Tugu Permai Motor for one month as many as 400 customers. These samples included 25% of the population, namely 100 respondents. The sampling technique used is accidental sampling.

These results indicate that, consumer perceptions of the five dimensions of service is still contained some attributes in the dimension of service such as the dimensions of tangibles, the dimension of reliability, the dimensions of responsiveness and, the dimensions of empathy are considered not able to fulfill what is expected of customers of the quality that should be given, meaning the attributes are considered less of a good quality. Thus, needs to be improved to attributes that are considered less is to improve the quality of service is better. Meanwhile, the dimensions of the guarantee is considered the most good dimensional quality of His ministry because of all the attributes in the dimension of assurance has met the expectations of the customers.

Keywords: Dimensions of service quality, the level of expectation, the level of perception

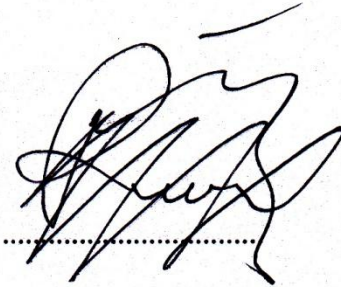
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing,

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Mohamad Rizan, SE.,MM
NIP. 197206272006041001

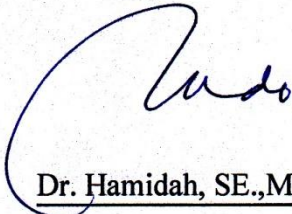


Juni 2015

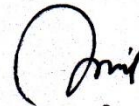
Ketua Jurusan Manajemen

Jakarta, Juni 2015

Ketua Program Studi



Dr. Hamidah, SE.,M.Si
NIP. 195603211986032001






Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP.195702211985302002

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Dekan Fakultas Ekonomi-Universitas Negeri Jakarta



Drs. Dedi Purwana E.S., M.bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 195702211985302002		13 Juli 2015
Penguji Ahli		
<u>Dra. Solikhah, MM.</u> NIP. 196206231990032001		10 Juli 2015
Dosen Pembimbing		
<u>Dr. Mohamad Rizan, SE., MM</u> NIP. 197206272006041001		10 Juli 2015

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini yang berjudul **“Analisis Kualitas Pelayanan Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda di AHASS 8171 Tugu Permai Motor”**.

Karya ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar ahli madya di bidang pemasaran pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari penyusunan karya ilmiah ini dapat selesai tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, saran serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini khususnya kepada:

1. Drs. Dedi Purwana E.S.,M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Hamidah, SE.,M,Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Umi Mardiyati., M.Si selaku Kaprodi Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Mohamad Rizan, SE.,MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberikan pengarahan serta bimbingan dalam kelancaran pembuatan karya ilmiah sampai selesai.

5. Dra. Solikhah, MM., selaku dosen penguji yang telah memberikan pengarahan demi kesempurnaan karya ilmiah ini.
6. Agung Kresnamurti, R.P., ST,MM selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Bapak dan Ibuku tercinta atas doa, kasih sayang, pengorbanan, motivasi, bimbingan, nasihat, bekal ilmu hidup, dan segalanya yang telah diberikan.
8. Teman-teman Manajemen Pemasaran 2012 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa, semangat, dukungan, dan bantuannya.
9. Semua pihak yang telah berkenan memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna agar pada penulisan selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Juli2015

Penulis