



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**SKRIPSI**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PELAYANAN PERBAIKAN  
KENDARAAN PADA PT. CAPELLA MEDAN CABANG PADANG**

**Oleh :**

**TIANDI NARA**  
**02 156 024**

**Mahasiswa Program S-1 Jurusan Manajemen**

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat – Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG  
2009**



	No Alumni Universitas	TIANDI NARA	No Alumni Fakultas
	<b>BIODATA</b>		
<p>a). Tempat / Tgl Lahir : Medan/20 Mei 1983, b). Nama Orang Tua : Abdul Pandi dan Kartini c). Fakultas : Ekonomi, d). Jurusan : Manajemen, e.) No.Bp : 02 156 024 f). Tanggal Lulus : 25 Juli 2009 h). Prediket lulus : Memuaskan g). IPK : 2,60 h). Lama Studi : 6 tahun 4 bulan i). Alamat Orang Tua: Komplek Perumdam Blok D. 2 Kel. Dadok Tunggul Hitam . Padang</p>			

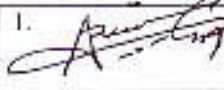
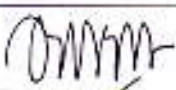
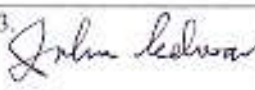
**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PELAYANAN PERBAIKAN KENDARAAN PADA PT. CAPELLA MEDAN CABANG PADANG**

Skripsi S1 Oleh **TIANDI NARA** , Pembimbing : **Drs. ARRIZAL, M.Si.**

**ABSTRAK**

Salah satu tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pelayanan servis kendaraan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dan untuk menganalisa pelayanan servis kendaraan terhadap kepuasan pelanggan PT. Capella Medan cabang Padang. penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan angket langsung ke konsumen sebagai sampel. Dari hasil penelitian dapat diketahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap pelayanan perbaikan kendaraan PT. Capella Medan Cabang Padang dari sub variabel; (1) Kualitas Sarana Pelayanan Jasa dengan skor 3.75 ( kategori : BAIK ).(2) Kualitas Pelayanan Jasa dengan skor 3.98 ( kategori : BAIK ).(3) Kualitas Purna Jual Layanan Jasa dengan skor 4.06 ( kategori : BAIK ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pelayanan Perbaikan Kendaraan pada PT.Capella Medan Cabang Padang sudah berjalan dengan baik dengan skor rata-rata keseluruhan 3.93. Namun sub variabel yang paling dominan adalah Kualitas Purna Jual Layanan Jasa.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 25 Juli 2009, dengan penguji :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Drs. Arrizal MSi	Dra. Hj Dewi Susita MSi	Drs. John Edwar MM

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen: Dr. Harif Amali Rivai, SE, MSi  
NIP. 132 164 008

\_\_\_\_\_  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus:

Petugas Fakultas / Universitas		
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam dunia industri, kegiatan pemasaran merupakan proses yang terintegrasi. Kegiatan pemasaran tidak lagi terfokus pada penjualan, tetapi kepada pelanggan. Artinya kegiatan pemasaran dilakukan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Saat ini kebutuhan pelanggan cenderung selalu berubah, sehingga perlu di adakan suatu pengelolaan untuk mengetahui sejauh mana produk tersebut dapat memuaskan pelanggannya. Dengan melakukan pengukuran terhadap tingkat kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam mengevaluasi posisi perusahaan saat ini di bandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.

Pada umumnya penelitian tentang kepuasan pelanggan kurang memahami perubahan dan tingkat kepuasan yang di inginkan oleh konsumen. Dengan semakin cepat dan mudah dalam memperoleh informasi, selera konsumen dapat dengan cepat berubah. Apalagi perilaku konsumen cenderung berorientasi kepada iming - iming yang ditawarkan oleh para produsen, konsumen sangat mudah sekali terpengaruh, terkecuali konsumen yang telah memiliki loyalitas terhadap produk tersebut mereka sulit untuk dipengaruhi. Hal inilah yang dilakukan oleh semua perusahaan dealer mobil terkemuka di Indonesia.

PT. Capella, merupakan salah satu perusahaan dealer mobil terkemuka di Sumatera yang menjual mobil merek Daihatsu, Isuzu, Nissan Diesel, BMW. Perusahaan ini tidak hanya fokus kepada penjualan unit kendaraannya, akan tetapi menjual jasa berupa layanan servis terhadap kendaraan yang telah di beli konsumen dengan menyediakan bengkel mobil. Bahkan, perusahaan menetapkan servis menjadi salah satu asset utama perusahaan. Berbagai pengembangan di lakukan hanya untuk menciptakan loyalitas pelanggan (customer satisfaction) yang menjadi tujuan utama. Untuk mengembangkan usahanya, perusahaan ini membuka cabang di berbagai daerah salah satunya di Padang. Hal ini dilakukan oleh manajemen dengan tujuan meningkatkan penjualan produk dan menjaga market share di pasaran. Dengan membuka layanan servis kendaraan yang memuaskan, di harapkan perusahaan ini mampu menjadi yang terbaik di banding para pesaingnya.

**Tabel 1**  
**Jumlah kendaraan yang servis dan Data Penjualan Kendaraan**

Tahun	Penjualan Kendaraan	Servis Berkala Kendaraan Baru		Servis Kendaraan Lama	Klaim Kerusakan	Pelanggan (akhir tahun)
		1	2			
2002	98	8	7	68	-	53
2003	44	185	91	287	22	2251
2004	356	466	304	4295	26	3720
2005	373	576	552	4719	41	3863
2006	301	401	262	4553	34	3857
2007	649	583	482	5360	100	4168

Sumber : PT. Capella Medan Cabang Padang, 2008

Dari tabel 1 dapat di lihat bahwa terjadi peningkatan jumlah pelanggan yang melakukan perawatan kendaraan di bengkel resmi perusahaan, terutama kendaraan lama. Artinya kendaraan yang melakukan perawatan tidak hanya kendaraan yang berasal dari penjualan unit Sumatera Barat saja, tetapi juga unit-unit yang berasal dari luar Sumatera Barat. Pada servis berkala kendaraan lama terjadi penurunan yang cukup signifikan dalam

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan pelayanan perbaikan kendaraan di PT. Capella Medan Cabang Padang sebagai berikut:

1. Analisis kepuasan pelanggan pelayanan perbaikan kendaraan pada PT. Capella Medan cabang Padang. Dilihat dari segi kualitas sarana pelayanan jasa yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kemampuan kualitas sarana pelayanan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan adalah (1) Pelayanan Akses komunikasi berada pada kategori baik dengan skor rata-rata 3,75, (2) Satpam berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 3,99, (3) Resepsionist berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 4,07, (4) Parkir berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 3,82, (5) Operator Telepon berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 3,75, (6) Contact Person berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 3,60, (7) Ruang pameran berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 3,90. (8) Website berada pada kategori cukup, dengan skor rata-rata 2,67, (9) Kantor berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 4,07, (10) Ruang Tamu berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 3,97.
2. Analisis kepuasan pelanggan pelayanan perbaikan kendaraan pada PT. Capella Medan cabang Padang. Dilihat dari segi kualitas layanan jasa yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kemampuan kualitas layanan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan adalah (1) Pelayanan atas permintaan produk/jasa berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 3,97, (2) Estimasi harga dan waktu penyelesaian berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 3,94 (3) Pengambilan dan penerimaan barang

berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 4,04, (4) Pelayanan teknisi lapangan berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 4,14, (5) Kualitas unjuk kerja produk/jasa berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 3,77, (6) Harga/biaya 46% responden mengatakan murah dari pesaing, sedangkan 43% sama dengan pesaing dan 11% lebih mahal dari pesaing (7) Kecepatan waktu menyelesaikan pekerjaan 46% responmnden mengatakan lebih lambat dari jadwal yang disepakati, 43% mengatakan lebih cepat dari jadwal yang disepakati, 11% mengatakan tepat waktu.

3. Analisis kepuasan pelanggan pelayanan perbaikan kendaraan pada PT. Capella Medan cabang Padang. Dilihat dari segi kualitas purna jual layanan jasa, yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kemampuan kualitas purna jual layanan jasa dengan kebutuhan pelanggan (1) garansi 91% responden merasa perlu diberikan garansi, (2) Konsultasi berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 4,15, (3) Sistem penerimaan keluhan pelanggan berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 4,04, (4) Pemuasan terhadap kebutuhan pelanggan berada pada kategori baik, dengan skor rata-rata 4,01, (5) Kepedulian/pengecekan terhadap performance produk/jasa 58% responden mengatakan pengecekan kinerja produk sebelum masa garansi habis, 33% ketika masa garansi habis, dan 9% setelah masa garansi habis.
4. Jawaban responden digabungkan dan di uji dengan metode one sample t – test, dan didapatkan hasil bahwa  $t - \text{hitung} > t - \text{tabel}$ , sehingga diambil kesimpulan bahwa rata-rata pelanggan pelayanan perbaikan kendaraan di PT. Capella Medan cabang Padang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi.

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan di atas maka disampaikan saran antara lain:

1. Bahwa kepuasan bersifat relatif, maka perusahaan secara keseluruhan harus meningkatkan kualitas dalam pelayanan perbaikan kendaraan.
2. Diharapkan pemberian garansi dalam perbaikan kendaraan diberikan sebelum masa kegunaan (utility) dari produk tersebut habis.
3. Diharapkan web site perusahaan lebih di sosialisasikan lagi kepada customer agar pelanggan yang berada di luar daerah dapat membooking jasa layanan perbaikan lebih cepat.
4. Diharapkan pihak perusahaan memperbanyak pelatihan terhadap teknisi tentang standar pelayanan

## DAFTAR PUSTAKA

- J. Stanton, Wilian.1991. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Nijman dan E. Van Der Wolk. 1983. *Strategi Pemasaran Modern*. Erlangga. Jakarta
- P. Guiltinan, Joseph dan Gordon W Paul. Alih Bahasa Agus Maulana. 1992. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Payne, Adrian.1993. *Service Marketing Pemasaran Jasa*. Andi. Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Supranto, J. 1997. *Metode Riset*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Sugiono, Metode Penelitian Dilengkapi Metode R&D.2007.Alfabeta.Bandung