

ABSTRAK

Persaingan industri otomotif yang ketat ini di pengaruhi oleh kebijakan pemerintah yang sangat fundamental yaitu: yang berkaitan dengan dikeluarkan keputusan penurunan tarif bea masuk dan pajak barang mewah bagi impor motor dalam kondisi CBU(Completely Built Up) dan CKD(Completely Knock Down) , selain itu juga dilakukan perubahan kebijakan mengenai tata niaga impor kendaraan bermotor di mana impor otomotif CBU diserahkan ke importir umum tidak lagi kepada importir produsen atau ATPM. Kebijakan lain yang membuat persaingan dalam industri otomotif menjadi semakin kuat adalah dengan di berlakukannya undang undang perlindungan konsumen no 8 tahun 1999 sejak 20 April 2000, yang mengatur hak dan kewajiban konsumen produsen. Kebijakan ini menurut dunia usaha, termasuk pelaku bisnis otomotif untuk menyajikan kualitas produk dan pelayanan profesional kepada konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan dan pengaruh dari kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan. Manfaat penelitian ini sebagai masukan untuk peningkatan jasa pelayanan bagi perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan membagikan kuesioner kepada pembeli motor Honda CBR150 untuk mengetahui kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dan mengetahui loyalitasnya. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh pelayanan pembelian dan penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan pelayanan pengiriman tidak berpengaruh terhadap loyalitas .Dari ketiga prediktor memberi sumbangan efektif sebesar 62,2%

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan , Penanganan keluhan, Loyalitas

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.4 Ruang Lingkup.....	5
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Jasa.....	7
2.2 Konsep Kualitas Jasa.....	11
2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	25
2.4 Penanganan Keluhan.....	37
2.5 Loyalitas konsumen.....	49
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	51
3.1.1 Populasi, Teknik Pengambilan Sampel, dan Jumlah Sampel.....	52
3.1.2 Definisi Operasional dan Instrumen Survei	53
3.1.3 Desain Penelitian	56
3.1.4 Teknik Pengumpulan Data	56
3.1.5 Validitas dan Reliabilitas	57

3.2	Metode Analisis.....	60
3.2.1	Model Penelitian	60
3.2.2	Hipotesis Penelitian.....	62
3.2.3	Variabel Penelitian	63
3.2.4	Analisis Statistika	65
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Survei.....	68
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas untuk Variabel Kepuasan Pelayanan Pembelian (X1).....	69
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas untuk Variabel Kepuasan Pelayanan Pengiriman (X2).....	71
4.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas untuk Variabel Kepuasan Penanganan Keluhan(X3).....	73
4.2.4	Uji Validitas dan Reliabilitas untuk Variabel Kepuasan Loyalitas Pelanggan (Y).....	76
4.3	Statistik Deskriptif.....	78
4.3.1	Jenis Kelamin Responden	78
4.3.2	Usia Responden.....	79
4.3.3	Pendidikan Responden.....	80
4.3.4	Pekerjaan Saat Ini.....	81
4.3.5	Pengeluaran Total per Bulan.....	82
4.4	Uji Korelasi.....	84
4.5	Uji Hipotesis.....	86
4.6	Pembahasan.....	90

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan..... 95

5.2. Saran..... 95

DAFTAR ACUAN..... 98

DAFTAR PUSTAKA..... 99

LAMPIRAN L-1

RIWAYAT HIDUP