

**STRUCTURAL EQUATION MODELING :
ANALISA PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN LINGKUNGAN SOSIO-
BUDAYA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA
PADA PELANGGAN PASCA KEPUTUSAN**

(STUDI KASUS : Bengkel Auto 2000 Cabang Radio Dalam)

Andhie Surya A. – 0700697035
Rizki – 0700731110

ABSTRAK

Semakin tingginya tingkat persaingan dalam dunia otomotif dan juga semakin kritisnya para konsumen saat ini membuat banyak perusahaan yang ingin bertahan harus menyesuaikan produk dan pelayanannya agar dapat memenuhi standar kepuasan pelanggan yang juga semakin tinggi serta menjaga pelanggan agar tidak beralih ke perusahaan pesaing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara bauran pemasaran jasa dan lingkungan sosio-budaya pelanggan terhadap pengambilan keputusan dan dampaknya pada pelanggan pasca pengambilan keputusan menggunakan jasa Bengkel Auto 2000 Cabang Radio Dalam.

Dengan menggunakan suatu metode analisis baru yang disebut STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) dengan softwrenya LISREL 8.54, didapatkan hasil dimana terdapat hubungan yang sangat erat antara bauran pemasaran jasa dengan lingkungan sosio-budaya pelanggan dan sebaliknya, dengan masing-masing indikatornya yang dapat dijadikan salah satu acuan dalam pengambilan keputusan dimana model yang diuji adalah fit dan dapat diuji dengan model penelitian lainnya. Sehingga, untuk dapat bertahan maka suatu perusahaan perlu terus melakukan strategi yang sesuai dengan keinginan pelanggan, oleh karena itu perlu dilakukan observasi dan evaluasi terhadap dampak pengambilan keputusan pelanggan dalam hal ini kepuasan dan loyalitas pelanggan secara kontinyu.

Hasil dari penelitian ini dapat dijabarkan pada model awal penelitian yang ternyata belum menjadi model yang fit, hal itu dapat dilihat dari GFI dan AGFI yang masih berada di bawah batasan 0,80 sehingga dilakukan modifikasi-modifikasi untuk mencapai hasil fit yang diinginkan sehingga tercipta model akhir yang memenuhi kriteria $> 0,80$.

Kata Kunci : SEM, Bauran Pemasaran Jasa, Lingkungan Sosio-budaya, Pengambilan Keputusan.

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan karunia yang dilimpahkanNya serta kesehatan dan kelancaran dalam proses bimbingan dan penulisan skripsi ini sejak awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik berupa informasi, tenaga, juga dukungan moral. Untuk itu perkenankan penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Gerardus Polla, M.App. Sc., selaku Rektor Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Engkos Achmad Kuncoro, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Bapak Idris Gautama, SE, S.Kom., MM., MBA., CBC Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
4. Bapak Dr. Haryanto Prabowo selaku pembimbing, tanpa bantuan dan dorongan dari beliau, penyusunan skripsi ini tidak akan selesai.
5. Bapak Totok Rubiyanto dan Staff, selaku Kepala Bengkel Auto 2000 Cabang Radio Dalam yang telah memberi kesempatan bagi penyusun terutama dalam hal-hal administratif perusahaan.
6. Keluarga Andhie, Bapak, Ibu, Dwi dan Apip serta Silvi yang selalu mendoakan dan menyertai saya dan Keluarga besar DPJU & SJU Provinsi DKI Jakarta, yang selalu memberikan dorongan, semangat dan materi serta doa yang tak terhingga sampai terselesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua Rizki, Bapak H. Irvan Irawan dan Hj. Sita Soraya, Kakak Fanny Poetra Irawan, SE Beserta Keluarga Besar dan seluruh keluarga besar YMCI Chapter Bekasi.
8. Segenap dosen pengajar di Universitas Bina Nusantara dari semester 1 hingga sekarang. Bapak Paulus, Bapak Robert Tang Herman, Ibu Synthia Atas sari, Ibu Henny, Bapak Doni Barata, semuanya terima kasih atas ilmu pengetahuan yang kalian berikan.
9. Kepada pihak-pihak yang telah mendukung: Mba Inti ATL, Pak Achmad Hisyam, Dede, Ponco, "Rekiplik", G_Tir, Tirta, Togar, Inal, Sigit, Yuni, Nares, Devi & Agus "My Bro", RA. Wulan Sari, Fitry, Yuva, Haekal, Hanif, Fariz, Yuki, Bobby, Bayu, Dodi, Beby, Citra Sigit, Fadil, Pras, Sosio, Tasya, Tyara, Adit, Litha, Tya, Derry, Ucil, Etha, Dicky, dan semua sahabatku yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, serta teman-teman seperjuangan dan seangkatan, terima kasih dorongan dan motivasinya.
10. Seluruh staf perpustakaan Universitas Bina Nusantara yang telah banyak membantu dalam peminjaman buku - buku untuk penulisan skripsi ini serta para staf karyawan Universitas Bina Nusantara yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungan selama ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan baik dalam penulisan maupun dalam penyajian materi, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, serta bagi ilmu pengetahuan. Terima kasih.

Jakarta, Juni 2008

Penyusun,
Andhie Surya A. dan Rizki

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2.....	7
LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Jasa.....	7
2.1.2 Karakteristik Jasa	9
2.1.3 Bauran Pemasaran	12
2.1.4 Lingkungan Sosio-Budaya	14
2.1.5 Tinjauan Umum mengenai Pengambilan Keputusan	16
2.1.5.1 Definisi Keputusan.....	16
2.1.5.2 Model Keputusan.....	17
2.1.6 Tinjauan Umum Mengenai Kepuasan Pelanggan	24
2.1.6.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.6.2 Model Kepuasan Pelanggan.....	25
2.1.6.3 Karakteristik Kepuasan Pelanggan	26
2.1.6.4 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	26
2.1.6.5 Sebab-sebab Timbulnya Ketidakpuasan.....	28
2.1.7 Loyalitas Pelanggan	28
2.2 Kerangka Pemikiran konseptual	31
BAB 3.....	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian.....	32
3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	36

3.6 Penentuan Jumlah Sampel	37
3.7 Pengukuran Variabel.....	37
3.8 Metode Analisis Data	37
3.8.1 Konsep Umum Model Persamaan Struktural (Structural Equation Modeling).....	37
3.8.2 Tools SEM (LISREL – Linear Structural Relationship).....	40
3.8.3 Prosedur SEM	41
3.8.3.1 Spesifikasi Model.....	42
3.8.3.2 Identifikasi.....	43
3.8.3.3 Estimasi Parameter.....	45
3.8.3.4 Uji Kecocokan	48
3.8.3.5 Penilaian Model	48
3.8.3.5.1 Kecocokan Keseluruhan Model	48
3.8.3.5.2 Kecocokan Model Pengukuran	51
3.8.3.5.3 Kecocokan Model Struktural	54
3.8.3.5.4 Respesifikasi	55
3.8.3.6 Modifikasi Model.....	56
3.8.3 Jenis-Jenis Model Persamaan Struktural	61
3.8.4 Keterkaitan Antar Variabel.....	65
3.8.4.1 Obyek Penelitian	65
3.8.4.2 Variabel.....	65
3.8.4.3. Hubungan.....	66
3.8.5 Sampel Model Persamaan Struktural	68
3.8.6 Alat Analisis	69
3.9 Rancangan Uji Hipotesis.....	70
3.10 Rancangan Implikasi Hasil Penelitian	72
BAB 4.....	73
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	73
4.1.1 Perkembangan Perusahaan	73
4.1.2 Sejarah Auto 2000.....	74
4.1.3 Bengkel Auto 2000	75
4.1.4 Layanan Bengkel Auto 2000	77
4.1.4.1 Layanan Express Maintenance	77
4.1.4.2 Layanan Booking Services	77
4.1.4.3 Layanan Kontrak Servis.....	78
4.1.4.4 Layanan Auto2000 One Stop Services	78
4.1.4.5 Kartu OK atau Gratis.....	79
4.1.4.6 Services Plus.....	80
4.1.4.7 Toyota Warranty Claim [TWC].....	80

4.1.5 Kondisi Bisnis Saat Ini.....	80
4.1.5.1 Persentase Penjualan Nasional Kendaraan.....	81
4.1.6 Wewenang dan Tanggung Jawab	84
4.2 Profil Responden	86
4.3 Penilaian Model Fit	88
4.3.1 Spesifikasi Model (Model Specification).....	88
4.3.2 Identifikasi (Identification)	93
4.3.3 Estimasi (Estimation)	94
4.3.4 Uji Kecocokan (Testing Fit) atau Penilaian Model Fit	95
4.3.4.1 Kecocokan Model Pengukuran (measurement model fit)	98
4.3.4.2 Kecocokan model struktural (structural model fit).....	104
4.3.4.2.1 Pengujian Model Secara Keseluruhan	104
4.3.4.2.2 Pengujian Jalur Pengukuran – Measurement Model	105
4.3.4.3.2 Pengujian Jalur Individual – Structural Model.....	109
4.3.5 Respesifikasi (Re-spesification) atau Modifikasi Model.....	110
4.4 Rangkuman Hasil Penelitian	112
4.5 Implikasi Hasil Penelitian.....	114
BAB 5.....	118
SIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1 Simpulan	118
5.2 Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Desain Penelitian	25
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian	26
Tabel 3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian	27
Tabel 3.4	Bobot Penilaian Dengan Skala Likert	29
Tabel 3.5	<i>Absolute fit measures</i>	41
Tabel 3.6	<i>Incremental Fit Measures</i>	42
Tabel 3.7	<i>Parsimonious Fit Measures</i>	43
Tabel 3.8	Skenario <i>New Estimate</i>	52
Tabel 3.9	Ukuran Sampel Minimal dengan Banyaknya Variabel	61
Tabel 4.0	Metode Analisis	62
Tabel 4.1	Hubungan Antar Variabel	81
Tabel 4.2	Uji Kecocokan pada Beberapa Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i>	94
Tabel 4.3	Tabel Faktor Muatan (<i>Loading Factor</i>) dan Nilai-t Hasil Perhitungan	98

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Jasa Sebagai Sebuah system	9
Gambar 3.1	Contoh Diagram Path Analysis	53
Gambar 3.2	Contoh Diagram Jalur Analisis Faktor Konfirmatori	54
Gambar 3.3	Contoh Diagram Jalur Model Persamaan Struktural	55
Gambar 3.4	Contoh Sederhana Diagram Model Hybrid	56
Gambar 3.5	Contoh Diagram Jalur Model Perubahan Laten	57
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Auto 2000 Cabang Radio Dalam	76
Gambar 4.2	<i>Path Diagram Model Hybrid</i>	83
Gambar 4.3	Path Diagram <i>T-Value</i> Awal	88
Gambar 4.4	Path Diagram <i>Loading Factor</i> Awal	88
Gambar 4.5	Path Diagram <i>T-Value</i>	98
Gambar 4.6	Path Diagram <i>Loading Factor</i>	99

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Hasil Kuesioner
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
4. Output Path & Lisrel
5. Surat Keterangan Penelitian