

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BENGKEL MONOLITH  
AUTOPAINT AND BODY REPAIR  
SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Jurusan Manajemen



Diajukan Oleh

Bimantara Surya Kusuma  
0812010198/FE/EM

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2013

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BENGKEL MONOLITH  
AUTOPAINT AND BODY REPAIR

Disusun oleh:

Bimantara Surya Kusuma  
0812010198/FE/EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 13 Juni 2013

Pembimbing Utama

Tim Penguji  
Ketua

Dra. Ec. Nuruni Ika, MM

Dra. Ec. Luky Susilowati, MP  
Sekretaris

Dra. Ec. Nuruni Ika, MM  
Anggota

Dra. Ec. Mei Retno A, MSi

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM  
NIP. 19630924 198903 1001

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunianya-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Monolith Autopaint And Body Repair “ dapat penulis selesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk menyusun skripsi program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan yang baik ini, perkenankan penulis dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati untuk menyampikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu guna mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis dengan rasa hormat yang mendalam mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichasanuddin Nur, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Rahman Amrulloh Suwaidi, MS., selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan, meluangkan waktu dan memberikan bimbingan guna membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendidik penulis selama menjadi mahasiswa.
7. Ucapan terima kasih kepada keluargaku, bapak dan ibu serta saudara yang senantiasa memberikan do’a dan dukungan baik moral maupun materiil dengan tulus ikhlas.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam melakukan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa isi dan cara penyajian skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran sangat penulis harapkan guna meningkatkan mutu dari penulisan skripsi ini. Penulis juga berharap, penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mendalaminya dimasa yang akan datang.

Surabaya, Mei 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
ABSTRAKSI .....	xi
ABSTRACT .....	xii
Bab I Pendahuluan .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
Bab II Tinjauan Pustaka .....	6
2.1. Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Landasan Teori .....	8
2.2.1. Kualitas Layanan .....	8
2.2.1.1. Pengertian Kualitas Layanan.....	8
2.2.1.2. Dimensi Kualitas Layanan.....	11
2.2.1.3. Mengelola Kualitas Layanan.....	13
2.2.1.4. Prinsip Kualitas Layanan .....	15
2.2.2. Kepuasan Pelanggan .....	16
2.2.2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	16

2.2.2.2.Strategi Kepuasan Pelanggan .....	18
2.2.2.3.Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	19
2.2.3. Loyalitas Pelanggan .....	20
2.2.3.1.Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	20
2.2.3.2.Pengukuran Loyalitas Pelanggan .....	22
2.2.4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	22
2.2.5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	23
2.3. Kerangka Konseptual .....	24
2.4. Hipotesis .....	25
Bab III Metode Penelitian .....	26
3.1. Definisi Operasional .....	26
3.1.1. Definisi Operasional Variabel .....	26
3.1.2. Pengukuran Variabel .....	30
3.2. Teknik Penentuan Sampel .....	31
3.2.1. Populasi .....	31
3.2.2. Sampel .....	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.3.1. Jenis Data .....	32
3.3.2. Sumber Data .....	32
3.3.3. Pengumpulan Data .....	32
3.4. Uji Kualitas Data .....	33
3.4.1. Uji Validitas .....	33

3.4.2. Uji Reliabilitas .....	33
3.5. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	33
3.5.1. Teknik Analisis .....	33
3.5.2. Model Indikator Refleksif dan Indikator Formatif .....	35
3.5.2.1. Model Indikator Refleksif .....	35
3.5.2.2. Model Indikator Formatif .....	37
3.5.3. Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS) .....	39
3.5.4. Pengukuran Metode Partial Least Square (PLS) .....	40
3.5.5. Langkah-langkah PLS .....	40
3.5.6. Asumsi PLS .....	42
3.5.7. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
Bab IV Hasil Dan Pembahasan .....	45
4.1.Deskripsi Objek Penelitian .....	45
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	45
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	46
4.1.3. Rekanan Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair .....	47
4.2.Deskripsi Hasil Penelitian .....	47
4.2.1. Gambaran Umum Keadaan Responden .....	47
4.2.2. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan .....	50
4.2.3. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen .....	58
4.2.4. Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	62
4.3.Deskripsi Hasil Analisis dan Uji Hipótesis .....	65
4.3.1. Uji Validitas dan Rehabilitas Konstruk .....	65

4.3.2. Uji Inner Model .....	69
4.4.Pembahasan .....	71
Bab V Kesimpulan dan Saran .....	75
5.1.Kesimpulan .....	75
5.2.Saran .....	75

## Daftar Pustaka



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pelanggan Monolith Autopaint and Body Repair .....	2
Tabel 1.2	Data Komplain Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair .....	4
Tabel 4.1	Rekanan Perusahaan Asuransi Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair .....	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	49
Tabel 4.6	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Reliability .....	50
Tabel 4.7	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Assurance .....	52
Tabel 4.8	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Tangible .....	53
Tabel 4.9	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Emphaty.....	55
Tabel 4.10	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Responsivness	56
Tabel 4.11	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Attribute related to Service .....	58
Tabel 4.12	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Dimensi Attribute related to Purchase .....	60
Tabel 4.13	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan .....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji Convergen Validity First Order .....	66
Tabel 4.15	Hasil Uji Convergen Validity Second Order .....	67

Tabel 4.16 Hasil Uji Average variance extracted (AVE) .....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Composite Reliability .....	69
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Inner model .....	69
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Koefisien Path .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pelanggan Monolith Autopaint and Body Repair 2009-1012 .....	3
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....	25
Gambar 3.1. Principal Factor (Reflective) Model ... ..	36
Gambar 3.2. Composite Latent Variable (Formative) Model ... ..	39
Gambar 3.3. Kerangka Model PLS .....	44
Gambar 4.1 Model Partial Lest Square .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner
Lampiran	2	Rekapitulasi Jawaban Responden
Lampiran	3	Frekuensi Jawaban Responden
Lampiran	4	Hasil Pengujian PLS

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BENGKEL MONOLITH  
AUTOPAINT AND BODY REPAIR  
SURABAYA

Bimantara Surya Kusuma

ABSTRAK

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa, harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen karena yang ditawarkan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kegiatan jasa tidaklah terlepas dari produsen dan konsumen itu sendiri. Jasa yang diberikan oleh produsen kepada konsumen akan bermanfaat apabila dapat sampai kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat, sebagai konsumen, tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dengan berkembangnya ekonomi, teknologi dan daya pikir masyarakat, konsumen pasti menyadari bahwa diri ini mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik serta biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang diharapkan, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh tingkat kepuasan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan bengkel Monolith Autopaint and Body Repair Surabaya dan mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair Surabaya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan (X), kepuasan pelanggan (Y) dan loyalitas pelanggan (Z). Skala dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair yang telah menggunakan jasa bengkel tersebut berjumlah 150 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah Kualitas layanan tidak memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair dan Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimana semakin puas responden maka akan semakin loyal terhadap Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair.

keyword : kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

**INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER  
SATISFACTION TO CUSTOMER LOYALTY MONOLITH  
AUTOPAINT AND BODY REPAIR  
SURABAYA**

**Bimantara Surya Kusuma**

**ABSTRACT**

Companies engaged in services, should be able to satisfy the desires and needs of consumers as offered essentially intangible and does not result in any ownership. Service activity is not separated from the producers and consumers themselves. Services provided by the manufacturer to the consumer would be useful if it can be up to consumers to meet their needs. Society, as a consumer, would always expect good service in an effort to meet their needs and wants. With the development of economy, technology and thinking society, consumers must have realized that this self has a right to get a good service as well as costs incurred to meet the needs and desires should be as expected, so in order to meet the needs and desires must be accompanied by a level satisfaction. The purpose of this research was to determine the effect of service quality on customer satisfaction Monolith Autopaint and Body Repair Surabaya and determine the effect of Customer Satisfaction on Customer Loyalty Monolith Body Repair Autopaint Surabaya.

Variables used in this study is the quality of service (X), customer satisfaction (Y) and customer loyalty (Z). Scale in this study using a Likert scale. Population in this research is the customer's Workshop and Body Repair Monolith Autopaint who have used the services of these workshops totaled 150 people. The analysis technique used in this study is Partial Lest Square.

The conclusion of this study is the quality of service does not contribute to customer satisfaction Monolith Autopaint Workshop and Body Repair and influence customer satisfaction to customer loyalty where the more satisfied the respondents will be more loyal to the Monolith Autopaint Workshop and Body Repair.

Keyword : service quality, customer satisfaction, customer loyalty

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada dewasa ini, persaingan dunia bisnis semakin ketat dengan ditandai oleh banyaknya perusahaan-perusahaan yang bermunculan yang bergerak dalam jenis usaha yang sama. Perusahaan-perusahaan tersebut saling berlomba dalam merebut pangsa pasar agar dapat mempertahankan konsumennya dan tidak agar tidak berpaling ke pengguna jasa yang sama dari perusahaan yang berbeda.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa, harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen karena yang ditawarkan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kegiatan jasa tidaklah terlepas dari produsen dan konsumen itu sendiri. Jasa yang diberikan oleh produsen kepada konsumen akan bermanfaat apabila dapat sampai kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat, sebagai konsumen, tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dengan berkembangnya ekonomi, teknologi dan daya pikir masyarakat, konsumen pasti menyadari bahwa diri ini mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik serta biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang diharapkan, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh tingkat kepuasan (Kotler dan Armstrong, 2001: 87).

Salah satu aspek penting perusahaan adalah loyalitas pelanggan. Menurut Castro dan Armario (1999) dalam Aryani dan Rosinta (2010), loyalitas pelanggan tidak

hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru (Beerli dkk., 2004). Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas pelanggan akan membawa profit pada penjualan.

Profit merupakan motif utama konsistensi bisnis, karena dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani (Soeling, 2007). Dalam jangka panjang, memperbaiki loyalitas umumnya akan lebih profitabel, yakni pelanggan bersedia membayar harga lebih tinggi, penyediaan layanan yang lebih murah dan bersedia merekomendasikan ke pelanggan yang baru (Aryani dan Rosinta, 2010). Loyalitas pelanggan sendiri menurut Kotler (2000) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai besarnya kemungkinan pelanggan membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi partner bagi perusahaan. Menjadi partner berarti bersedia membeli produk atau jasa dalam jumlah lebih banyak, memberikan rekomendasi positif serta bersedia menginformasikan kepada pihak perusahaan apabila terjadi kesalahan dalam operasional pelayanan (Kotler, 2000).

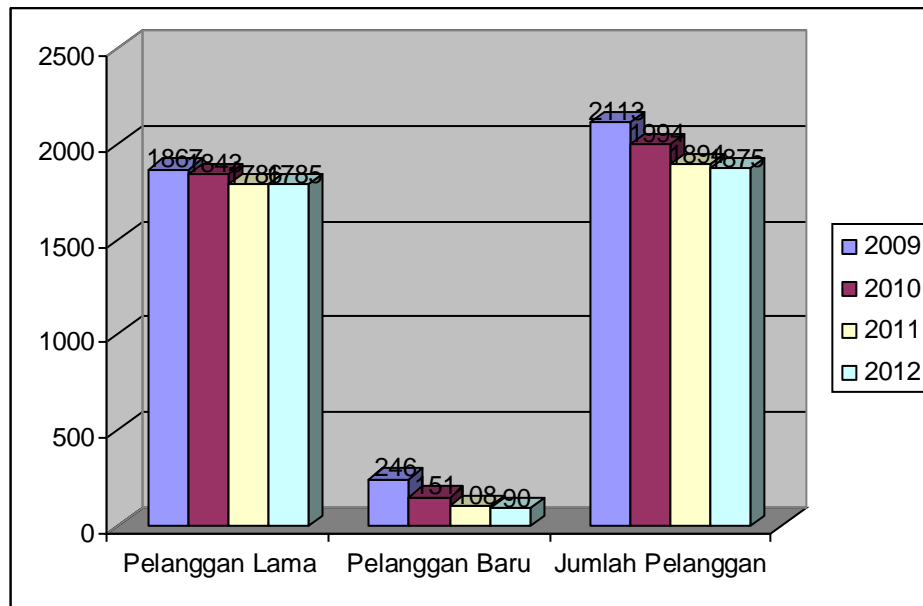
Monolith Autopaint and Body Repair dalam usahanya melayani masyarakat umum dan juga bekerja sama dengan pihak asuransi. Diindikasikan jumlah pelanggan mengalami penurunan di Monolith Autopaint and Body Repair seperti yang ditampilkan pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1  
Jumlah Pelanggan Monolith Autopaint and Body Repair 2009-2012

Tahun	Jumlah Pelanggan			Rata-Rata Per Bulannya
	Pelanggan Lama	Pelanggan Baru	Total	
2009	1867 unit mobil	246 unit mobil	2113 unit mobil	180 unit mobil
2010	1843 unit mobil	151 unit mobil	1994 unit mobil	165 unit mobil
2011	1786 unit mobil	108 unit mobil	1894 unit mobil	157 unit mobil
2012	1785 unit mobil	90 unit mobil	1875 unit mobil	156 unit mobil

Sumber : Data internal perusahaan





Gambar 1.1  
Jumlah Pelanggan Monolith Autopaint and Body Repair 2009-2012

Berdasarkan tabel dan diatas dapat diketahui pelanggan Monolith Autopaint and Body Repair tiga tahun pada tahun 2010 jumlah pelanggan sebesar 1994 unit mobil yang terdiri dari 1843 pelanggan lama dan 151 pelanggan baru dengan rata-rata perbulannya 165 unit mobil turun menjadi 1894 unit mobil pada tahun 2011 yang terdiri dari 1786 pelanggan lama dan 108 pelanggan baru dengan rata-rata perbulannya 157 unit mobil dan pada tahun 2012 kembali turun menjadi 1875 unit mobil yang terdiri dari 1785 pelanggan lama dan 90 pelanggan baru dengan rata-rata perbulannya 156 unit mobil. Untuk komplain di Monolith Autopaint and Body Repair mengalami kenaikan seperti pada table 1.2 sebagai berikut.

Tabel 1.2  
Data Komplain Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair

Komplain	2009	2010	2011	2012
Cat Tidak Sama	31	49	47	40
Spare Parts Tidak Sama	3	5	0	0.
Penyelesaian Tidak Sempurna	13	28	26	53
Tidak on Time dalam penyelesaian	11	27	64	74
Tidak sesuai kondisi awal	3	10	4	0
Kebersihan Tidak Baik	4	13	8	15
Jumlah Komplain	65	132	149	182

Sumber : Data Internal Perusahaan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah komplain bengkel Monolith Autopaint and Body Repair meningkat dari tahun 2009 hingga tahun 2012. Pada tahun 2009 jumlah komplain sebanyak 65 komplain, pada tahun 2010 jumlah komplain sebanyak 132 komplain, padaq tahun 2011 jumlah komplain sebanyak 149 komplain dan pada tahun 2012 jumlah komplain sebanyak 182 komplain. Jumlah komplain terbanyak pada tahun 2012 adalah tidak tepat waktunya dalam penyelesaian pekerjaan.

Meningkatnya jumlah kompalin menunjukkan adanya permasalahan pada kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada bengkel monolith autopaint and body repair Penelitian terdahulu yang dilakukan Aryani dan Rosinta (2010) menjelaskan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Monolith Autopaint And Body Repair Surabaya”

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair Surabaya?
2. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair Surabaya?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Monolith Autopaint and Body Repair Surabaya

## 1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka terdapat beberapa manfaat penelitian yang ingin dicapai yakni sebagai berikut :

1. Untuk kepentingan ilmiah

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada penelitian selanjutnya agar faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini dapat dikembangkan dan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

2. Untuk pihak Bengkel

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk perusahaan dalam menyusun suatu sistem manajemen yang baik pada mutu layanan yang diberikan agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen.