

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN *PREMIERE AUTO DETAILING***

SEMARANG



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang

Disusun oleh :

RICKY RAHARDJO

NIM . C2A009249

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama penyusun : Ricky Rahardjo

Nomor induk mahasiswa : C2A009249

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *PREMIERE
AUTO DETAILING* SEMARANG**

Dosen pembimbing : Rizal Hari Magnadi SE, MM.

Semarang, 25 januari 2016

Dosen Pembimbing,

Rizal Hari Magnadi SE, MM.

NIP. 198404302009121006

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama penyusun : Ricky Rahardjo
Nomor induk mahasiswa : C2A009249
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul skripsi : **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Premiere Auto Detailing* Semarang**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal

Tim penguji

1. Rizal Hari Magnadi, SE.MM (.....)
2. Drs. Mudiantono, Msc (.....)
3. Dr. Farida Indriani, SE. MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Ricky Rahardjo, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Premiere Auto Detailing Semarang***”, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan universitas batal saya terima.

Semarang, 25 Januari 2016

Yang membuat pernyataan,

(Ricky Rahardjo)

NIM. C2A009249

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Inama Amruhu Idza Arada Sya’ian An Yaqula Lahu Kun Fayakun”

Artinya: Sesungguhnya apabila Dia menghendaki sesuatu hanyalah Berkata kepadanya:
“Jadilah!” Maka terjadilah ia.

(Q.S. Yaasin: 82)

NEVER STOP LEARNING, BECAUSE LIFE NEVER STOPS TEACHING.

Science is organized knowledge, wisdom is organized life.

Saya mempersembahkan skripsi ini kepada Kedua
Orang Tua dan Adik saya tercinta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Premiere Auto Detailing Semarang.

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari pelanggan Premier Auto Detail Semarang. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental*. Dengan demikian berarti sampel yang diambil merupakan Pelanggan Premiere Auto Detailing yang kebetulan dijumpai di Kantor Premier Auto Detail, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bukti fisik (*tangibles*) terhadap berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, keandalan (*reliability*) berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, jaminan (*assurance*) berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, empati (*emphaty*) berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan

Kata Kunci : Bukti fisik (*tangibles*). Keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), mpati (*emphaty*), kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the Influence of Service Quality Customer Satisfaction Premier Auto Detailing Semarang.

The population used in this study consisted of Customer Premiere Auto Detailing Semarang. In this study, sampling was done by using accidental. Thus meaning the samples taken are Premiere Auto Detailing Customers who happens to be found in the Office of the Premiere Auto Detailing, the number of samples used in this study were 100 respondents.

The results showed that physical evidence (*tangibles*) to directly affect customer satisfaction, reliability (*reliability*) effect langsung to customer satisfaction, responsiveness (*responsiveness*) directly affects customer satisfaction, guarantee (*assurance*) directly affects customer satisfaction , empathy (*empathy*) directly affects customer satisfaction

Keywords: Physical evidence (*tangibles*), reliability (*reliability*), responsiveness (*responsiveness*), assurance (*assurance*), empathy (*empathy*), customer satisfaction.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas terselesainya skripsi “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Premiere Auto Detailing Semarang**” ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan kepada:

1. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak, Rizal Hari Magnadi S.E., MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran memberikan pengarahan, saran serta dukungan hingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
3. Kedua orang tua penulis, papah Handoyo Rahardjo dan mamah Sri Indarti yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang, serta Adik Carrolina Rahardjo yang telah memberikan doa dan dukungan yang tiada henti selama ini.
4. Untuk keluarga besar penulis yang turut serta mendoakan dan memberikan dukungan.
5. Ibu selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.
7. Pimpinan dan staff “Premiere Auto Detailing” Semarang. Pak Robby, ko sindhu yang telah memberikan kesempatan dan membantu kelancaran penelitian ini.
8. Teman baik penulis Febry Rombe, Abi Prabowo, Gilang Sudrajad, dan teman-teman regular dua manajemen 2009 seperjuangan yang selalu mendukung dan memberikan informasi, membantu dalam mengerjakan tugas selama menempuh studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

9. Pihak – pihak lain yang juga sudah sangat membantu namun tak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila ada kekurangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Semarang, 25 Januari 2016

Penulis,

(Ricky Rahardjo)

NIM. C2A009249

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan	11

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1. Pemasaran Jasa	13
2.1.2. Kualitas Pelayanan	17
2.1.3. Kepuasan Konsumen	22
2.1.4. Hubungan Logis Antar Variabel dan perumusan hipotesis	30
2.2 Penelitian Terdahulu	37
2.3 Kerangka Pemikiran	40

BAB III

METODE PENELITIAN	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
3.1.1 Variabel Dependen (y)	42
3.1.2 Variabel Independen	42
3.1.3 Definisi Operasional	
3.2 Objek Penelitian	45
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.4 Jenis Data	46
3.5 Metode Pengumpulan Data	46
3.6. Metode Analisis	47
3.6.1 Analisis Data Kuantitatif	47

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1 Gambaran Umum Responden	54

4.2 Analisis Data	59
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.3 Analisis Deskripsi variabel.....	62
4.3.1 Deskripsi Variabel Bukti Fisik (TANGIBLES / (X1) ..	63
4.3.2 Variabel Keandalan (RELIABILITY / (X2).....	64
4.3.3 Variabel Daya Tanggap (RESPONSIVENESS / (X3) .	65
4.3.4 Variabel Jaminan (ASSURANCE / (X4).....	66
4.3.5 Variabel Empati (EMPHATY / (X5).....	67
4.4 Uji Pengujian Asumsi Klasik.....	68
4.4.1 Uji Normalitas	68
4.4.2 Uji Multikolinearitas	70
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	71
4.5 Pembahasan.....	78
BAB V	
PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	87
5.3 Implikasi Manajerial	88
5.4 Rekomendasi Penelitian	90
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Mobil di Semarang	2
Tabel 1.2 Data Transaksi Premiere Auto Detailing	6
Tabel 1.3 Data Komplain Pelanggan tahun 2012 – 2014	7
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	38
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional	43
Tabel 4.1 Penyebaran Questioner	54
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3 Status Pernikahan	56
Tabel 4.4 usia	56
Tabel 4.5 Menggunakan Jasa	57
Tabel 4.6 Terakhir Menggunakan	58
Tabel 4.7 Biaya	59
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas	60
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas	62
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Bukti Fisik	63
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Tentang Variabel Keandalan	64
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Tentang Variabel Daya Tanggap.....	65
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Tentang Variabel Jaminan	66
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Tentang Variabel Empati	67

Tabel 4.15 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan	68
Tabel 4.16 One Sample Kolmogrov – smirnov test	70
Tabel 4.17 Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.18 Coefficients Regresi	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	41
Gambar 4.1 Gambar grafik scatterplot	72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya pertumbuhan jumlah mobil dan minat masyarakat menggunakan kendaraan pribadi di Kota Semarang dan kepadatan mobilitas masyarakatnya menyebabkan masyarakat di Kota Semarang semakin membutuhkan sebuah tempat yang menawarkan jasa perawatan mobil. Apalagi dengan mobilitas masyarakatnya yang pada menyebabkan pemilik kendaraan pribadi melewatkan perawatan mobil mereka sendiri. Mereka yang tidak memiliki waktu lebih dalam merawat mobil akan menyerahkan perawatan mobil mereka kepada tempat khusus yang memberikan jasa perawatan ini. Fenomena ini menumbuhkan celah di bidang bisnis salon mobil yang dikenal dengan *Auto Detailing*.

Saat ini jumlah *Auto Detailing* meningkat cukup tajam, baik yang memberikan layanan apa adanya maupun yang memberikan layanan professional bahkan ada yang sampai spesialis. Pertumbuhan bisnis ini bukan saja di kota kota besar, di kota kecil di berbagai daerah di Indonesia dapat kita jumpai pula bisnis ini. Berdasarkan data yang ada pemilik mobil di kota semarang terus meningkat tiap tahunnya. Berikut adalah data jumlah mobil di Kota Semarang dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1

Data Jumlah Mobil di Kota Semarang

No.	Tahun	Jumlah
1	2008	17.893
2	2009	18230
3	2010	20.517
4	2011	22.392
5	2012	24.080
6	2013	26.321

Sumber: Direktorat Lalu Lintas, Polda Jawa Tengah

Berdasarkan tabel 1.1 di muka terlihat jumlah mobil di Kota Semarang terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini peluang bisnis Auto Detailing di Semarang kian meningkat karena semakin mudahnya masyarakat untuk dapat memiliki mobil dengan sistem kredit dengan DP yang cukup murah, sehingga masyarakat dengan penghasilan yang sedang sudah dapat memiliki mobil. Semakin banyaknya dan lancarnya jalan-jalan penghubung antar kota melalui jalan Tol yang setiap tahun bertambah jumlahnya.

Premiere Auto Detailing merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Auto Detailing dan Paint Protection di Indonesia. Bukan sekedar salon mobil biasa, Premiere Auto Detailing memadukan pengalaman kerja dibidang *auto detailing* dengan perkembangan teknologi dibidang perawatan mobil dan industri otomotif, serta di dukung dengan penggunaan bahan-bahan yang terbaik dari merk-merk terkemuka di dunia dalam bidang *Auto Detailing* dan *Paint Protection*. Bagi Premiere Auto Detailing kepuasan pelanggannya merupakan prioritas utama

Era globalisasi datang begitu cepat seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi. Perkembangan otomotif yang kian pesat membuat peluang usaha jasa auto detailing juga berkembang dengan pesat dengan memprioritaskan kepuasan pelanggan menggunakan jasa auto detailing. Kepuasan pelanggan merupakan acuan keberhasilan suatu perusahaan di bidang jasa dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat dijadikan sebagai pencapaian harapan dari sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler,1997). Perasaan tersebut dirasakan setelah pelanggan merasakan pelayanan yang diperolehnya sehingga harapan pelanggan terpenuhi.

Kepuasan pelanggan menurut Richard A.Spreng et.al (1996); Kotler (2000); Zeitham,Berry,dan Parasuraman (1985) adalah respon pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapannya.

Untuk mencapai kepuasan pelanggan diperlukan suatu upaya keras dari perusahaan untuk menciptakan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (1997) mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Hartono, 2006). Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut.

Persaingan yang ketat antar perusahaan dewasa ini mendorong setiap perusahaan untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya. Masing-masing perusahaan mempunyai program yang terus diperbarui. Program tersebut dapat berbentuk layanan-layanan baru yang semakin memudahkan pelanggan, ada pula yang menawarkan program undian berhadiah. Semua itu dimaksudkan untuk sebanyak mungkin menarik masyarakat untuk menjadi pelanggan baru, juga untuk mempertahankan supaya pelanggan lama tidak beralih ke perusahaan lain. Hal ini mendorong perusahaan di bidang jasa untuk mencari cara yang mendatangkan

Untuk mempertahankan pelanggannya maka perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan adalah Menurut Tjiptono (1997) kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualiyas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 1997). Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis jasa adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, menurut Parasuraman (1990) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan meliputi persepsi yang berhubungan dengan wujud fisik (*tangibles*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), yang dapat diukur dengan instrumen *SERVQUAL*. Hasil pengukuran dengan instrumen tersebut memberikan informasi

tentang seberapa jauh layanan yang diberikan oleh organisasi dapat memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari Premiere Auto Detailing menunjukkan transaksi yang terjadi dari tahun 2010 hingga tahun 2014 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Transaksi
Premiere Auto Detailing Semarang

No	Tahun	Data Transaksi	Prosentasi
1	2010	155	21.7
2	2011	147	20.6
3	2012	144	20.2
4	2013	136	19.1
5	2014	131	18.4

Sumber :Premiere Auto Detailing Semarang 2015

Berdasarkan data transaksi yang penulis peroleh dari Premiere Auto Detailing Semarang menunjukkan bahwa transaksi dari tahun 2010 terus menurun hingga tahun 2014 hal ini bisa dilihat dari prosentasi transaksi yang berlangsung dari tahun 2010 hingga tahun 2014. Sedangkan berdasarkan komplain pelanggan yang masuk ke Premiere Auto Detailing adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3
Data Komplain Pelanggan
Tahun 2012-2014

No	Jenis Komplain	Tahun			Jumlah
		2012	2013	2014	
1	Tidak sesuai permintaan	9	10	11	30
2	Waktu perjanjian yang terlambat	7	6	7	20
3	Jumlah karyawan yang melayani kurang	4	5	7	16
4	Masih terdapat goresan dan kurang bersih	4	6	6	16
5	Penyelesaian tidak tepat waktu	5	4	5	14

Sumber :Premiere Auto Detailing Semarang 2015

Berdasarkan data yang penulis terima menunjukkan bahwa pada tahun 2012 hingga tahun 2014 menunjukkan bahwa masih terdapat komplain yang masuk ke Premiere Auto Detailing terutama keluhan pelanggan terkait dengan kedatangan yang tidak tepat waktu mencapai 30 komplain.

Penelitian yang dilakukan oleh Syamsy (2008) menunjukkan bahwa ada pengaruh *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Mugiono (2010) variabel bukti langsung/*Tangibles*, kehandalan/*Reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, empati/*emphaty* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen (pembeli). Hartanto (2010) menunjukkan bahwa empati (*emphaty*), memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel-variabel bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, penelitian yang dilakukan Yudhy & Suhendra (2012) menunjukkan bahwa *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *reliability*, dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Windarti (2012) dimensi *tangible* dan *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimensi *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengambil judul mengenai :“**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Premiere Auto Detailing Semarang**”.

1.2 Perumusan Masalah

Kualiyas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 1997).Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis jasa adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku komsumen, menurut Parasuraman (1990) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan meliputi persepsi yang berhubungan dengan wujud fisik (*tangibles*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), yang dapat diukur dengan instrumen *SERVQUAL*. Berdasarkan data yang penulis peroleh dari Premiere Auto Detailing menunjukkan transaksi yang terjadi dari tahun 2010 hingga tahun 2014 Premiere Auto Detailing Semarang menunjukkan bahwa transaksi dari tahun 2010 terus menurun hingga tahun 2014 hal ini bisa dilihat dari prosentasi transaksi yang berlangsung dari tahun 2010 hingga tahun 2014. Sedangkan berdasarkan komplain pelanggan yang masuk ke Premiere Auto Detal menunjukkan bahwa pada tahun 2012 hingga tahun 2014 menunjukkan bahwa masih terdapat komplain yang masuk ke Premiere Auto Detailing terutama keluhan pelanggan terkait dengan kedatangan yang tidak tepat waktu mencapai 30 komplain. Berdasarkan hal tersebut diatas maka perlu dilakukan kembali penelitian mengenai pengaruh kualitas yang dirumuskan dalam perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Untuk menguji dan menganalisis daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Untuk menguji dan menganalisis jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Untuk menguji dan menganalisis empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

Berdasarkan perumusan masalah, manfaat penelitian ini ini diharapkan memberi kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepuasan pelanggan

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam kualitas pelayanan kepada pelanggan

3. Bagi dunia Akademi

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran.

1.1 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini terdiri dari teori – teori yang mendukung penelitian ini, diantaranya adalah teori tentang pemasaran, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, dalam bab ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu, kerangka berpikir teoritis serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari variable penelitian dan definisi operasionalnya, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari deskripsi objek penelitian, analisis dan interpretasi data.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran.