



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA BAGIAN *GENERAL REPAIR* PT. NASMOCO KALIGAWA**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : M. Boing Norta Ellyandi

NIM : 14020211130082

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2018


HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BAGIAN GENERAL REPAIR PT. NASMOCO KALIGAWA

Nama Penyusun : M. Boung Norta Ellyandi
Departemen : Ilmu Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, Oktober 2018

Dekan

Dr. Sunarto, M.Si
NIP. 19660727.199203.1.001

Pembantu Dekan Bid. Akademis


Dr. Hedi Pudja Santosa, M.Si
NIP. 19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing

1. Dra. Sri Suryoko, M.Si

(.....)

Dosen Penguji

1. Widayanto, S.Sos, M.Si

(.....)

2. Dr. Hari Susanta Nugroho, M.Si

(.....)

3. Dra. Sri Suryoko, M.Si

(.....)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Lengkap : M. Boing Norta Ellyandi
NIM : 14020211130082
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Ilmu Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan
Konsumen pada Bagian *General Repair* PT. Nasmoco Kaligawe”**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 22 Agustus 2018

Pembuat Pernyataan,



M. Boing Norta Ellyandi

NIM.14020211130082

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap” (Al Insyirah : 6-8)

“Stay Hungry, Stay Foolish”

“Sebaik-baik manusia ialah yang bermanfaat bagi manusia lainnya”

PERSEMBAHAN

Teriring syukur kehadiran Allah SWT, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

Kedua orang tuaku tercinta Bapak Tamami dan Ibu Siti Nurjanah, yang doanya tiada pernah terputus, cintanya tak menuntut pamrih dan hatinya selalu ikhlas memaafkan khilaf.

Saudaraku M. Bima Norta Ellyanda yang menjadi semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Sahabat-sahabatku, Mitha, Momo, Yuyun, Mas Bastian, Mas Padma, Mas Yudha, Tedy, Dela, Annisa, May, Ryo dan Riza, yang tak pernah lelah memberi semangat serta membantu pikiran maupun tenaga

Keluarga besar Administrasi Bisnis 2011 khususnya kelas 11 yang telah memberi banyak warna, kasih sayang dan perhatiannya selama ini.

Sahabat, teman-teman serta orang terdekat yang senantiasa memotivasi dan mendoakan penulis, yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA BAGIAN *GENERAL REPAIR* PT. NASMOCO KALIGAWE**

Abstrak

Persaingan bisnis dalam era globalisasi menuntut perusahaan untuk mampu bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang dinamis. Sudah menjadi tujuan perusahaan untuk membuat konsumen merasa puas sehingga dapat memenangkan persaingan. Agar kepuasan konsumen terpenuhi, maka perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun citra perusahaan yang baik dimata pelanggan. Penelitian ini dilakukan karena target yang diharapkan pada general repair PT. Nasmoco Kaligawe selama periode tahun 2015, 2016, dan 2017 belum tercapai dan mengalami fluktuasi, sehingga perlu diketahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen penggunaan jasa General Repair PT. Nasmoco Kaligawe. Metode penelitian ini adalah *explanatory* dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa layanan pada bagian general repair PT. Nasmoco Kaligawe saat penelitian dilakukan. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 18.0, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, dan uji signifikansi (uji t dan uji F) terlebih dahulu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan Citra Perusahaan secara parsial dan simultan mempengaruhi kepuasan konsumen penggunaan jasa General Repair PT. Nasmoco Kaligawe. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan hubungan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen adalah kuat (nilai r 0,628). Kedua variabel bebas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dibuktikan dengan hasil perhitungan uji koefisien regresi yang positif sebesar 0,106 untuk kualitas pelayanan dan 0,451 untuk citra perusahaan. Nilai F hitung sebesar 31,605 yang lebih besar dari F tabel (3,0892).

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar PT. Nasmoco Kaligawe dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, khususnya perihal lama pengerjaan perbaikan atau service mobil dan antre service advisor. Sedangkan untuk citra perusahaan, PT. Nasmoco Kaligawe perlu lebih meningkatkan kepedulian dengan lingkungan sekitar dengan mewujudkan *corporate social responsibility*.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan,

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND CORPORATE IMAGE
ON CUSTOMER SATISFACTION
AT GENERAL REPAIR SECTION PT. NASMOCO KALIGAWA**

Abstract

Business competition in the era of globalization requires companies to be able to act quickly and precisely in the face of competition in a dynamic business environment. It has become a company goal to make consumers feel satisfied so they can win the competition. In order to fulfill customer satisfaction, the company must be able to improve the quality of service and build a good corporate image in the eyes of customers. This research was conducted because of the expected target in the general repair of PT. Nasmoco Kaligawe during the 2015, 2016 and 2017 period has not been achieved and has fluctuated, so it is necessary to know how the influence of service quality and company image on customer satisfaction.

This study aims to determine the effect of service quality and corporate image on customer satisfaction using the services of General Repair PT. Nasmoco Kaligawe. This research method is explanatory with data collection techniques through questionnaires and interviews. The population in this study is all consumers who use services in the general repair section of PT. Nasmoco Kaligawe when the research was conducted. The sample taken as many as 100 respondents with the sampling technique used was purposive sampling. Analysis of the data used in this study using the SPSS 18.0 program, where previously tested the validity, reliability, correlation coefficient, coefficient of determination, simple and multiple regression analysis, and significance test (t test and F test) first.

The results of this study indicate that the quality of service and corporate image partially and simultaneously affect consumer satisfaction using the services of General Repair PT. Nasmoco Kaligawe. The results of this study indicate that the strength of the relationship between service quality and company image to customer satisfaction is strong (r value 0.628). Both independent variables proved to have a positive and significant influence on customer satisfaction. Evidenced by the results of the calculation of the positive regression coefficient of 0.106 for service quality and 0.451 for corporate image. The calculated F value is 31.605 which is greater than F table (3.0892).

Based on the results of the study, researchers suggested that PT. Nasmoco Kaligawe can improve the quality of services provided, especially regarding the length of time to work on repairing or servicing cars and queuing for service advisors. As for the company's image, PT. Nasmoco Kaligawe needs to increase awareness with the surrounding environment by realizing corporate social responsibility.

Keywords: Service quality, company image, customer satisfaction,

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bagian General Repair PT. Nasmoco Kaligawe”** ini, penulis meyakini sepenuhnya bahwa tidak mungkin dapat menyelesaikannya tanpa doa, bantuan, dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sunarto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro,
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, PhD., selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang,
3. Dr. Hari Susanta Nugroho, M.Si selaku dosen wali dan sekaligus sebagai dosen penguji, yang telah membantu dan berkenan memberi arahan kepada penulis selama masa studi penulis,
4. Dra. Sri Suryoko, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan membimbing penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini,
5. Widayanto, S.Sos, M.Si., selaku Dosen Penguji yang telah berkenan membantu penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini,
6. Bapak Bayu Prasetyo, selaku Asisten Kepala Bengkel PT. Nasmoco Kaligawe, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama melakukan penelitian di perusahaan,

7. Seluruh dosen FISIP UNDIP yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis UNDIP.
8. Seluruh responden yang bersedia berpartisipasi dalam proses penyusunan penelitian ini.
9. Keluarga besar Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2011 Kelas II yang telah bersama-sama menempuh perkuliahan di Administrasi Bisnis FISIP UNDIP.
10. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Aamiin.

Semarang, 22 Agustus 2018



M. Boing Norta Ellyandi

14020211130082

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Kerangka Teori	6
1.5.1. Pemasaran	6
1.5.2. Kualitas Pelayanan	8
1.5.3. Citra Perusahaan	11
1.5.4. Kepuasan Konsumen	15
1.5.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen	20

1.5.6.	Pengaruh Citra Perusahaan dengan Kepuasan Konsumen	21
1.5.7.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan dengan Kepuasan Konsumen	22
1.5.8.	Penelitian Terdahulu	22
1.6.	Hipotesis Penelitian	23
1.7.	Definisi Konsep	25
1.7.1.	Kualitas Pelayanan	25
1.7.2.	Citra Perusahaan	25
1.7.3.	Kepuasan Konsumen	25
1.8.	Definisi Operasional	25
1.8.1.	Kualitas Pelayanan	25
1.8.2.	Citra Perusahaan	27
1.8.3.	Kepuasan Konsumen	28
1.9.	Metode Penelitian	32
1.9.1.	Tipe Penelitian	32
1.9.2.	Populasi dan Sampel	32
1.9.2.1.	Populasi	32
1.9.2.2.	Sampel.	33
1.9.3.	Teknik Pengambilan Sampel	33
1.9.4.	Jenis Data dan Sumber Data	33
1.9.4.1.	Jenis dan Sumber Data Primer	33
1.9.4.2.	Jenis dan Sumber Data Sekunder	34
1.9.5.	Skala Pengukuran	34

1.9.6.	Teknik Pengumpulan Data	34
1.9.6.1.	Metode Survei	35
1.9.7.	Instrumen Penelitian	35
1.9.8.	Teknik Analisis	35
1.9.8.1.	Uji Validitas	35
1.9.8.2.	Uji Realibilitas	36
1.9.8.3.	Analisis Korelasi	36
1.9.8.4.	Analisis Koefisien Determinasi	37
1.9.8.5.	Analisa Regresi Linier Sederhana	37
1.9.8.6.	Analisa Regresi Linier Berganda	38
1.9.8.7.	Pengujian Hipotesis	39

BAB II GAMBARAN UMUM PT. NASMOCO KALIGAWA DAN RESPONDEN PENELITIAN..... 43

2.1	Deskripsi PT. Nasmoco Kaligawe	43
2.1.1	Sejarah dan Perkembangan PT. Nasmoco Kaligawe	43
2.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	47
2.1.3	Logo Perusahaan.....	48
2.1.4	Lokasi Perusahaan	49
2.1.5	Struktur Organisasi	51
2.1.5.1	Branch Manager.....	52
2.1.5.2	Administratin Section Head	54
2.1.5.3	Service Section Head	57

2.1.5.4	Part section Head	59
2.2	Bidang Usaha Dan Daerah Pemasaran	63
2.2.1	Bidang usaha	63
2.2.1.1	Penjualan Mobil	63
2.2.1.2	Penjualan Suku cadang.....	64
2.2.1.3	Bengkel Perbaikan Umum.....	64
2.2.1.4	Bengkel Body Repair & Body Painting.....	64
2.2.2	Konsumen dan Daerah pemasaran	65
2.3	Ketenagakerjaan.....	66
2.3.1	Tenaga Kerja.....	66
2.3.2	Kompensasi Kerja.....	68
2.3.3	Standar Kerja.....	70
2.3.4	Lingkungan Kerja.....	70
2.4	Identitas Responden.....	71
2.4.1	Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	71
2.4.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
2.4.3	Identitas Responden Berdasarkan pendidikan.....	72

**BAB III PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
BAGIAN *GENERAL REPAIR* PT. NASMOCO KALIGAWE 73**

3.1	Uji Instrumen Penelitian	73
3.1.1	Uji Validitas	74

3.1.2	Uji Reliabilitas	76
3.2	Analisa Tabel Distribusi Frekuensi.....	77
3.2.1	Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	77
3.2.1.1	Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Kualitas Pelayanan PT. Nasmoco Kaligawe	93
3.2.2	Persepsi Responden Mengenai Citra Perusahaan.....	95
3.2.2.1	Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Citra Perusahaan PT. Nasmoco Kaligawe	104
3.2.3	Persepsi Responden Mengenai Kepuasan Konsumen	106
3.2.3.1	Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Kepuasan Konsumen PT. Nasmoco Kaligawe	113
3.3.	Uji Hipotesis.....	115
3.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen.....	115
3.3.1.1	Uji Korelasi	115
3.3.1.2	Koefisien Determinasi.....	115
3.3.1.3	Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	116
3.3.1.4	Uji t	117
3.3.2	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan konsumen.....	119
3.3.2.1	Uji Korelasi	119
3.3.2.2	Koefisien Determinasi.....	119

3.3.2.3 Uji Regresi Sederhana Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen	118
3.3.2.4 Uji t	121
3.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan konsumen	123
3.3.3.1 Uji Korelasi	123
3.3.3.2 Koefisien Determinasi	124
3.3.3.3 Uji Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen.....	125
3.3.3.4 Uji F	126
3.4 Pembahasan.....	128
BAB IV PENUTUP.....	133
4.1 Kesimpulan	133
4.2 Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN	140

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pencapaian Layanan General Repair tahun 2015-2017	3
Tabel 1.2	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 1.3	Variabel, Indikator, Pernyataan	29
Tabel 1.4	Pedoman Intrepetasi Koefisien Korelasi.....	37
Tabel 2.1	Jumlah Karyawan di PT. Nasmoco Kaligawe Semarang	66
Tabel 2.2	Umur Responden	71
Tabel 2.3	Jenis Kelamin Responden	72
Tabel 2.4	Tingkat Pendidikan Responden	72
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	74
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan	75
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	75
Tabel 3.4	Hasil Uji Reabilitas	76
Tabel 3.5	Peralatan yang Digunakan Petugas <i>General Repair Hi-Tech</i>	78
Tabel 3.6	Fasilitas Penunjang Pelayanan pada <i>General Repair</i> PT. Nasmoco Kaligawe Lengkap	79
Tabel 3.7	Kualitas Ruang Service yang Memadai	80
Tabel 3.8	Petugas <i>General Repair</i> Memberikan Kemampuan Pelayanan yang Sama bagi Semua Konsumen, Tanpa Memandang Status Sosial..	81
Tabel 3.9	Petugas <i>General Repair</i> Memiliki Sikap Simpatik Saat Memberikan Pelayanan Perbaikan Kendaraan	82

Tabel 3.10	Petugas <i>General Repair</i> Teliti dan Akurat dalam Melakukan Perbaikan Kendaraan	83
Tabel 3.11	Petugas <i>General Repair</i> Selalu Memberikan Penjelasan Hal-Hal yang Ditanyakan Konsumen	84
Tabel 3.12	Petugas <i>General Repair</i> Memberikan Tanggapan dengan Jelas dan Ramah terhadap Konsumen	86
Tabel 3.13	Petugas <i>General Repair</i> Bersikap Sigap dalam Melayani Konsumen	87
Tabel 3.14	Petugas <i>General Repair</i> Merupakan Orang-Orang yang Profesional di Bidangnyanya	88
Tabel 3.15	Petugas <i>General Repair</i> Memiliki Pengetahuan dan Keterampilan yang Baik	89
Tabel 3.16	Hasil Kerja yang Baik Ditunjukkan oleh Petugas <i>General Repair</i>	90
Tabel 3.17	Petugas <i>General Repair</i> Bersedia Menerima Kritik dan Saran Dari Konsumen	91
Tabel 3.18	Petugas <i>General Repair</i> Bersikap Tulus dalam Menjawab setiap Pertanyaan Konsumen	92
Tabel 3.19	Rekapitulasi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	93
Tabel 3.20	Kategorisasi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	95
Tabel 3.21	PT. Nasmoco Kaligawe Memiliki Tanggung Jawab yang Tinggi dalam Setiap Aktivitas Pelayanan	96

Tabel 3.22	PT. Nasmoco Kaligawe Dikenal oleh Masyarakat Sebagai Salah Satu Tempat Service Mobil Toyota yang Memiliki Kepedulian dengan Lingkungan Sekitar	97
Tabel 3.23	Pelayanan <i>General Repair</i> yang Dilakukan PT. Nasmoco Kaligawe Dikenal Baik	98
Tabel 3.24	PT. Nasmoco Kaligawe Dikenal sebagai Bengkel Mobil Toyota yang Memiliki Tingkat Profesionalisme Tinggi	99
Tabel 3.25	PT. Nasmoco Kaligawe mampu menerjemahkan dengan baik slogan yang dibawanya yaitu ”Respek kepada orang lain” dengan mampu menampilkan diri sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang paling berkualitas di Kota Semarang	101
Tabel 3.26	Terdapat kesesuaian antara slogan yang dibawanya, yaitu ”Respek kepada orang lain”, dengan menampilkan diri sebagai tempat service mobil Toyota dengan kualitas pelayanan terbaik yang diberikan kepada konsumen	102
Tabel 3.27	Kemudahan Konsumen Mengenali Logo PT. Nasmoco Kaligawe sebagai Identitas Perusahaan	103
Tabel 3.28	Rekapitulasi Jawaban Variabel Citra Perusahaan.....	104
Tabel 3.29	Kategorisasi Jawaban Variabel Citra Perusahaan	106
Tabel 3.30	Petugas <i>General Repair</i> PT. Nasmoco Kaligawe Mampu Memberikan Pelayanan dengan Baik Sesuai Standar	107
Tabel 3.31	Merasa terkesan dengan pelayanan petugas <i>general repair</i> PT. Nasmoco Kaligawe	108

Tabel 3.32	Tidak Mempermasalahkan Besarnya Biaya yang Dikeluarkan untuk Biaya Service Perbaikan Mobil di PT. Nasmoco Kaligawe	109
Tabel 3.33	Tidak Pernah Mengeluhkan Besarnya Biaya Service Perbaikan Mobil di PT. Nasmoco Kaligawe	110
Tabel 3.34	Menyarankan Kepada Saudara atau Teman yang Mengalami Kerusakan Mobil Toyota-nya untuk Service di PT. Nasmoco Kaligawe	111
Tabel 3.35	Menyarankan kepada Saudara atau Teman yang Mengalami Kerusakan Mobil Toyota-nya untuk Service di PT. Nasmoco Kaligawe daripada di Tempat Lainnya	112
Tabel 3.36	Rekapitulasi Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen.....	113
Tabel 3.37	Kategorisasi Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen	114
Tabel 3.38	Uji Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Nasmoco Kaligawe Semarang	115
Tabel 3.39	Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	116
Tabel 3.40	Uji Korelasi Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Nasmoco Kaligawe Semarang	119
Tabel 3.41	Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Citra Perusahaan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	120
Tabel 3.42	Uji Korelasi Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen	123

Tabel 3.43	Uji Regresi Linier Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen	125
Tabel 3.44	Uji F	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Hipotesis	24
Gambar 1.2 Kurva Normal Distribusi t Untuk Uji Hipotesis I, II	40
Gambar 1.3 Kurva Distribusi F Untuk Uji Hipotesis III.....	42
Gambar 2.1 Logo PT. Nasmoco.....	49
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Nasmoco Kaligawe	62
Gambar 3.1 Kurva normal Distribusi t untuk Uji Hipotesis I.....	118
Gambar 3.2 Kurva normal Distribusi t untuk Uji Hipotesis II.....	122
Gambar 3.3 Kurva normal distribusi F untuk uji hipotesis III.....	127