ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER FOCUSED QUALITY, TANGIBLE, DELIVERY QUALITY, COMMUNICATION QUALITY, CUSTOMER CARE QUALITY* DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENCAPAI LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL RESMI SUZUKI ISTANA MOBIL di SURABAYA

TESIS

Oleh :

DAVID ADHIANTO TANUMIHARDJO, S.E.
NIM : 8112409006

0632/11
08-08-2011

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
NOVEMBER 2010

ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER FOCUSED QUALITY, TANGIBLE, DELIVERY QUALITY, COMMUNICATION QUALITY, CUSTOMER CARE QUALITY* DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENCAPAI LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL RESMI SUZUKI ISTANA MOBIL di SURABAYA

TESIS

Diajukan kepada

Universitas Katolik Widya Mandala

untuk memenuhi persyaratan

gelar Magister Manajemen

OLEH :

DAVID ADHIANTO TANUMIHARDJO, S.E.

8112409006

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2010

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis berjudul "ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER FOCUSED QUALITY, TANGIBLE, DELIVERY QUALITY, COMMUNICATION QUALITY,CUSTOMER CARE QUALITY* DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENCAPAI LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL RESMI SUZUKI ISTANA MOBIL di SURABAYA" yang ditulis dan diajukan oleh David Adhianto Tanumihardjo, S.E (8112409006) telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Surabaya, 18 Oktober 2010

(Dr. Christina Esti Susanti, MM, CPMAP)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini adalah tulisan saya sendiri, dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah siapa pun yang saya ambil secara tidak jujur. Bahwa semua gagasan dan karya ilmiah yang saya kutip telah saya lakukan sejalan dengan etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Surabaya, 02 November 2010

(David Adhianto Tanumihardjo, S.E. / 8112409006)

KATA PENGANTAR

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini. Adapun judul tesis ini adalah "Analisis Pengaruh *Customer Focused Quality, Tangible, Delivery Quality, Communication Quality, Customer Care Quality* Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Resmi Istana Mobil di Surabaya". Tesis ini disusun guna melengkapi sebagian syarat untuk memperoleh Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari pihak lain yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan bimbingan, petunjuk, serta informasi yang sangat membantu demi kelancaran penyelesaian tesis ini, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya pada:

1. Ibu Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko, selaku Rektor Program Pascasarjana Magister Manajamen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Dr. Hermeindito Kaaro selaku Ketua Program Studi Magister Manajamen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM, CPMAP, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan tesis ini.

4. Bapak Bing Prayogo, selaku Pemilik Bengkel Resmi Istana Mobil Suzuki di Surabaya yang telah meluangkan waktu dan membantu dalam pengumpulan data.
5. Seluruh Staff Pengajar dan Staff Administrasi Program Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang selama ini telah memberikan bekal ilmu dan bimbingan yang diberikan selama perkuliahan.
6. Mak, Papa, Mama, Koh Ing, Steven Ariyanto, Monika Teguh dan segenap keluarga besar terima kasih karena telah memberikan doa restu serta dorongan, bantuan moril dan materiil.
7. Teman-teman Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Angkatan XVIII, khususnya untuk Ce Lili, Mbak Indah, Mbak Kiki, Mbak Yosi, Ce Jane, Ko Hidayat, Pak Dharma, Ko Thomas, Anastasia, Henny, Harvey, Ocktaliana, Maria, Emmy, Rudhi, Robby, Heriyono, Putu, Melissa Rulyanti, Melissa Rosalia, Charly, Kendro dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
8. Ko Yossie Setiadi, Ko Budhi Santoso, Ko Yoeni, Ko Prawi, Ratna, Margareth dan rekan-rekan Samator Group yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang secara langsung ataupun tidak langsung banyak memberikan masukan pada penulis dalam penyusunan tesis ini.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis tidak mengingkari bahwa masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, semua saran dan kritik yang bersifat membangun dari pihak manapun, penulis akan menerima sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan tesis ini.

Surabaya, 2 November 2010

David Adhianto Tanumihardjo, S.E.

ABSTRAK

ABSTRAK

Bengkel Istana Mobil Suzuki merupakan industri jasa bengkel di Surabaya yang mengutamakan kepuasan pelanggan agar tercipta loyalitas dari para pelanggan. Kepuasan pelanggan pada industri jasa bengkel dapat diciptakan dengan mengutamakan kualitas layanan yang diberikan kepada para pelanggan. Pada penelitian ini mengukur kualitas layanan dengan menggunakan lima dimensi yang telah diterapkan pada penelitian terdahulu oleh Berndt (2009) yaitu *customer focused quality, tangible, delivery quality, communication quality, customer care quality* dan harga.

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada pelanggan bengkel resmi Suzuki Istana Mobil. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah *purposive sampling.* Sampel pada penelitian sebanyak 150 responden. Teknik analisis data adalah analisis kuantitatif dengan rancangan analisis yang digunakan adalah analisis SEM.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *customer focused quality product* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Istana Mobil adalah terbukti, *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Istana Mobil adalah terbukti, *delivery quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Istana Mobil adalah terbukti, *communication quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Istana Mobil adalah terbukti, *customer care quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Istana Mobil adalah terbukti, harga berpengaruh berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Istana Mobil adalah terbukti dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di bengkel Istana Mobil adalah terbukti.

Kata Kunci: *customer focused quality, tangible, delivery quality, communication quality, customer care quality,* harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Istana Mobil Suzuki is a workshop industry in Surabaya that prioritizes customer satisfaction to create customer loyalty. Customer loyalty in workshop industry can be created by prioritizing service quality that is provided to the customer. This research measures service quality by using five dimension applied by Berndt (2009) that are customer focused quality, tangible, delivery quality, customer care quality and price.

Data used in this study are primary data obtained from distributing questionnaires to Suzuki Istana Mobil workshop customer. The sampling technique used is purposive sampling. The sample are as much as 150 respondents. The data analysis method is quantitative with SEM as design analysis.

This study states it is approved that customer focused quality product, tangible, delivery quality, communication quality, customer care quality, and price significantly influence customer satisfaction at Istana Mobil Suzuki wokshop. It is also approved that customer satisfaction significantly influence customer loyalty at Istana Mobil Suzuki Workshop.

Keywords : customer focused quality, tangible, delivery quality, communication quality, customer care quality, price, customer satisfaction, and customer loyalty.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN i

LEMBAR PENGESAHAN ii

LEMBAR PERNYATAAN iii

KATA PENGANTAR iv

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Manfaat Penelitian 8

1.4.1 Manfaat Akademis 8

1.4.2 Manfaat Praktis 8

BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1 Penelitian Terdahulu 9

2.2 Landasan Teori 10

2.2.1 Kualitas Layanan 10

2.2.2 *Service Marketing Mix* 15

2.2.2.1 Promosi 15

2.2.2.2 Komunikasi Pemasaran 16

2.2.3 Harga 18

2.2.4 Kepuasan Pelanggan 20
2.2.5 Loyalitas Pelanggan 24
2.2.6 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan..... 27
2.2.7 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan 28
2.2.8 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan..... 28
BAB 3 METODE PENELITIAN
3.1 Kerangka Proses Berpikir 30
3.2 Model Penelitian 32
3.3 Hipotesis 33
3.4 Rancangan Penelitian 34
3.5 Identifikasi Variabel 34
3.5.1 Variabel Penelitian 34
3.5.2 Definisi Operasional Variabel 35
3.6 Jenis dan Sumber Data 39
3.7 Pengukuran Variabel 40
3.8 Alat dan Metode Pengumpulan Data 40
3.8.1 Alat Pengumpulan Data 40
3.8.2 Metode Pengumpulan Data 40
3.9 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel 41
3.9.1 Populasi 41
3.9.2 Sampel 41
3.9.3 Teknik Pengambilan Sampel 42
3.10 Teknik Analisis Data 42
3.10.1 Uji Asumsi SEM 43
3.10.1.1 Uji Normalitas 43
3.10.1.2 *Outliers* 44
3.10.1.3 Multikolinearitas dan Singularitas 45

3.10.2 Validitas dan Reliabilitas 45

3.10.3 Pengujian Kesesuaian Model (*Goodness of fit*) 48

BAB 4 ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1 Deskriptif Hasil Penelitian 50

4.1.1 Sejarah Singkat Bengkel Resmi Istana Mobil Suzuki 50

4.1.2 Visi, Misi dan Nilai Bengkel Resmi Istana Mobil Suzuki 51

4.1.3 Karakteristik Responden 52

4.1.4 Hasil Deskripsi Responden 52

4.1.5 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian 54

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas 62

4.2.1 Uji Validitas 62

4.2.2 Uji Reliabilitas 74

4.3 Uji Asumsi SEM 80

4.3.1 Uji Normalitas 80

4.3.2 Uji Singularitas 81

4.3.3 *Outlier* 81

4.4 Uji *Goodness of Fit* 81

4.5 Hasil Persamaan Regresi 82

4.6 Pengaruh Antar Variabel Penelitian 87

4.6.1 Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian 87

4.6.2 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian 88

4.6.3 Pengaruh Total Antar Variabel Penelitian 89

BAB 5 PEMBAHASAN

5.1 *Customer Focused Quality* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan 91

5.2 *Tangible* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan 92

5.3 *Delivery Quality* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan 94

5.4 *Communication Quality* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan .. 95

5.5 *Customer Care Quality* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan 97

5.6 Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan 98

5.7 Kepuasan pelanggan BerpengaruhTerhadap Loyalitas Pelanggan 100

BAB 6 PENUTUP

6.1 Simpulan..... 102

6.2 Saran..... 103

DAFTAR PUSTAKA 105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang 10

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pelanggan Bengkel Resmi Istana Mobil Suzuki di Surabaya 52

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 53

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 53

Tabel 4.4 Derajat Penilaian Setiap Variabel 55

Tabel 4.5 Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel *Customer Focused Quality* (X_1) 55

Tabel 4.6 Hasil Penilaian Rata-rata Variabel *Tangible* (X_2) 56

Tabel 4.7 Hasil Penilaian Rata-rata Variabel *Delivery Quality* (X_3) 57

Tabel 4.8 Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel *Communication Quality* (X_4) ... 58

Tabel 4.9 Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel *Customer Care Quality* (X_5) .. . 59

Tabel 4.10 Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Harga (X_6) 60

Tabel 4.11 Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Kepuasan Pelanggan (Y_1) 61

Tabel 4.12 Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2) 62

Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Pada *Customer Focused Quality* (X1) 75

Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Pada *Customer Focused Quality* (X2) 75

Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Pada *Delivery Quality* (X3) 76

Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Pada *Communication Quality* (X4) 77

Tabel 4.17 Uji Reliabilitas Pada *Customer Care Quality* (X5) 77

Tabel 4.18 Uji Reliabilitas Pada Harga (X6) 78

Tabel 4.19 Uji Reliabilitas Pada kepuasan pelanggan (Y1) 79

Tabel 4.20 Uji Reliabilitas Pada Loyalitas Pelanggan (Y2) 79

Tabel 4.21 Hasil Uji *Goodness Of Fit* 82

Tabel 4.22 Hasil Pengujian Kesesuaian Model Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan 84

Tabel 4.23 Pengaruh Langsung Variabel Penelitian 88

Tabel 4.24 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Penelitian..... ... 89

Tabel 4.25 Pengaruh Total Variabel Penelitian 90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan 23

Gambar 3.1 Kerangka Proses Berpikir 30

Gambar 3.2 Model Penelitian 32

Gambar 4.1 Uji Validitas *Customer Focused Quality* (X1) 63

Gambar 4.2 Uji Validitas *Tangible* (X2) 65

Gambar 4.3 Uji Validitas *Delivery Quality* (X3) 66

Gambar 4.4 Uji Validitas *Communication Quality* (X4) 68

Gambar 4.5 Uji Validitas *Customer Care Quality* (X5) 69

Gambar 4.6 Uji Validitas Harga (X6) 70

Gambar 4.7 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y1) 72

Gambar 4.8 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y2) 73

Gambar 4.9 Hubungan EksogenTerhadap Endogen 83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 108
Lampiran 2 111
Lampiran 3 120
Lampiran 4 123