

**ANALISIS GAP ANTARA PERSEPSI DAN HARAPAN
TERHADAP PELAYANAN UNTUK MENILAI KEPUASAN
PELANGGAN BENGKEL MOBIL KARAH AGUNG SERVICE
SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH :

SANDI MASHURI
No. Pokok : 040036986

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

Surabaya, 21. 11. 02

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



Dra. Ec. Hl. DWI UTAMIS., MS.

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

SKRIPSI

**ANALISIS GAP ANTARA PERSEPSI DAN HARAPAN
TERHADAP PELAYANAN UNTUK MENILAI KEPUASAN
PELANGGAN BENGKEL MOBIL KARAH AGUNG SERVICE
SURABAYA**

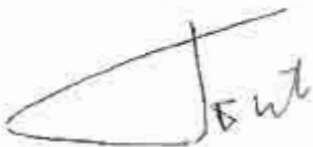
DIAJUKAN OLEH :

SANDI MASHURI

No. Pokok : 040036986

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. Hi. DWI UTAMI S., MS.

TANGGAL 28-01-03

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE.

TANGGAL 29-01-03

ABSTRAK

Bagi perusahaan jasa pemberian pelayanan yang berkualitas merupakan suatu strategi yang tepat untuk berhasil dalam situasi persaingan seperti saat ini. Pelayanan yang berkualitas tersebut ditujukan untuk kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercapai bila tidak terdapat gap atau kesenjangan antara pelayanan yang diterima pelanggan (persepsi pelanggan) dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan (harapan pelanggan).

Agar dapat selalu memberi pelayanan yang memuaskan pelanggan, maka penting bagi perusahaan meningkatkan kemampuan dalam memberikan kepuasan pelanggan secara konsisten. Untuk itu diperlukan penelitian secara berkala untuk mengetahui apakah yang telah diberikan sudah sesuai dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan sehingga pelanggan puas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat gap atau kesenjangan yang terjadi antara persepsi dan harapan pelanggan dari bengkel mobil Karah Agung Service Surabaya dilihat dari lima dimensi kualitas layanan/kualitas jasa yaitu bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada pelanggan yang sedang memanfaatkan jasa bengkel Karah Agung Service dengan syarat pelanggan tersebut pernah memanfaatkan jasa bengkel Karah Agung Service pada waktu sebelumnya atau lebih dari satu kali. Setiap responden mengisi data berpasangan (persepsi dan harapan).

Untuk mengetahui gap atau kesenjangan yang terjadi antara persepsi dan harapan pelanggan diuji dengan Tes Ranking Bertanda Wilcoxon untuk Data Berpasangan untuk menghasilkan nilai Z_{hitung} . Alat yang digunakan untuk membantu menganalisis data adalah *software* SPSS versi 11.0 *for windows*.

Berdasarkan uji validitas dengan bantuan *software* Ms Excel 2000 dengan korelasi Perason didapatkan nilai r yang lebih besar dari nilai r tabel yang berarti semua item pertanyaan dalam kuisioner tersebut valid. Serta juga dinyatakan reliabel karena seluruh nilai alpha lebih besar dari 0,6.

Dari hasil analisis, diketahui bahwa secara total tidak terdapat gap/kesenjangan antara pelayanan yang diberikan bengkel Karah Agung Service dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan atau pelanggan puas. Meskipun secara total tidak terdapat gap, tetapi terdapat 6 variabel yang masih terdapat gap, yaitu disain interior, disain ekterior, penampilan karyawan, kebersihan toilet (dimensi *tangible*), ketepatan waktu pelayanan (dimensi *reliability*), dan variabel keinginan pihak manajemen dalam menerima saran kritik (dimensi *empathy*). Pelanggan bengkel Karah Agung Service menempatkan dimensi *reliability* sebagai prioritas utama. Terhadap variabel-variabel yang belum memenuhi harapan pelanggan penulis berusaha memberi saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi bengkel Karah Agung Service dalam memperbaiki pelayanannya.