

No. Daftar FPIPS:75/J33.2.4/PL.06.05/SE-S1/S/2007

**PENGARUH PELAYANAN *DEALER* SUZUKI  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(Survei pada Pelanggan PT. Nusantara Jaya Sentosa, Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Mengikuti Ujian Sidang  
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen



Oleh  
Tini Martini  
023676

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2007**

**PENGARUH PELAYANAN DEALER SUZUKI  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(Survei pada Pelanggan PT. Nusantara Jaya Sentosa, Bandung)**

Skripsi ini disetujui oleh:

Pembimbing 1



Dr. Vanessa Gaffar, SE,Ak,MBA  
NIP. 132300406

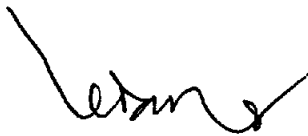
Pembimbing 2



Chairul Furgan, S.Sos,MM  
NIP.132304400

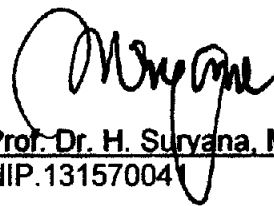
Mengetahui

Ketua Jurusan



Dr. H. Edi Suryadi, M.Si  
NIP. 131626694

Ketua Program



Prof. Dr. H. Suryana, M.Si  
NIP.131570041

Mahasiswa



Tini Martini  
NIM. 023676

**Skripsi ini telah diuji pada :**

Hari, Tanggal : Kamis, 15 Maret 2007  
Waktu : 08.30 – 15.00  
Tempat : Gedung Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS UPI

**Panitia Ujian Sidang Terdiri Dari :**

Ketua : Prof. DR. H Suwarma Al Muchtar, SH. M.Pd.  
NIP. 130679675

Sekretaris : Dr. Edi Suryadi, MS.  
NIP. 131626694

Penguji : 1. Sunanta Syarief, SE.  
NIP. 131570042  
2. Dr. Ratih Hurriyati, M.Si.  
NIP. 132044287  
3. Lili Adi Wibowo, S.Sos. S.Pd. MM.  
NIP. 132231600

*You taught me everything  
And everything you've given me,  
I'll always keep it inside  
You're the driving force in my life,  
There isn't anything or anyone that I can be  
And it just wouldn't feel right  
If I didn't have you by my side  
You were there for me to love and care for me  
When skies were grey  
Whenever I was down  
You're always there to comfort me  
And no one else can be what you have been to me  
You'll always be the girl in my life for all times  
Mama.....*

*you know I love you  
you're the Queen of my heart  
Your love is like tears from the stars  
Mama.....*

*I just want you to know,  
Lovin you is like food to my soul*

*You're always down for me  
Have always been around for me  
Even when I was bad  
You showed me right from my wrong*



*Ketika kulihat engkau tertidur,  
tidur, dan terus tidur,  
dan engkau pun pergi,  
dalam ketenangan.  
Japi bagiku,  
kau tak pernah pergi,  
kau melihatku,  
tersenyum,  
tertawa,  
menangis.*

*Hanya untaian do'a kupersembahkan  
Untuk untaian kasih sayangmu  
Untukmu.....*

*Mama*

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Pelayanan Dealer Suzuki terhadap Loyalitas Pelanggan(Survei pada Pelanggan PT. Nusantara Jaya Sentosa, Bandung)**", beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 15 Maret 2007

Yang Membuat Pernyataan



Tini Martini



## ABSTRAKSI

Tini Martini, **Pengaruh Pelayanan Dealer Suzuki terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan PT. Nusantara Jaya Sentosa, Bandung)**, dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE,Ak,MBA dan Chairul Furqan, S.Sos,MM.

Perkembangan industri otomotif di Indonesia menyebabkan meningkatnya persaingan antara produsen mobil dimana pelaku bisnis industri otomotif di Indonesia didominasi oleh investor asing. Akibatnya banyak bermunculan merek-merek mobil dari luar negeri sehingga persaingan antar *dealer* pun meningkat. Salah satu merek yang beredar di pasaran adalah Suzuki. Berdasarkan hasil penelitian JD Power, pada tahun 2005 *dealer* Suzuki memiliki indeks kepuasan pelanggan paling rendah. Pada tahun-tahun sebelumnya pun *dealer* Suzuki selalu berada di bawah rata-rata. Hal ini dapat berdampak pada rendahnya tingkat loyalitas pelanggan. Rendahnya tingkat loyalitas pelanggan yang terjadi diduga disebabkan oleh pelayanan yang diberikan *dealer* Suzuki kurang memuaskan.

Berkaitan dengan masalah di atas, maka penulis mengadakan penelitian tentang pengaruh antara pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Adapun tujuan diadakannya penelitian tersebut adalah untuk mengetahui gambaran pelayanan dan gambaran loyalitas pelanggan dealer Suzuki. Serta besarnya pengaruh pelayanan terhadap pembentukan loyalitas pelanggan *dealer* Suzuki.

Objek dari penelitian ini adalah pelanggan PT. NJS, Bandung yang merupakan salah satu *dealer* utama Suzuki untuk wilayah Bandung dan Priangan Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan metode *survey explanatory*. Variabel yang diteliti antara lain variabel bebas (X) yaitu pelayanan yang terdiri dari tujuh dimensi yaitu *service quality*, *problem experienced*, *user-friendly service*, *service advisor*, *service initiation*, *service delivery* dan *in-service experience*. Dan sebagai variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y). Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan jumlah sampel 120 orang responden. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan pelayanan mempengaruhi terbentuknya loyalitas sebesar 47,50% dimana pelayanan PT. NJS dinilai baik oleh pelanggan serta loyalitas pelanggan berada dalam kategori tinggi.

Adapun saran yang penulis berikan diantaranya lebih memperhatikan ketepatan waktu, membentuk *service advisor* serta memberikan *reward* bagi pelanggan yang berhasil mengajak orang lain untuk melakukan servis di *dealer* Suzuki.

## ABSTRACT

**Tini Martini, *The Influence of Suzuki Dealer Service towards The Customer Loyalty (A Survey to the Customer of PT. Nusantara Jaya Sentosa, Bandung)*. Supervised by Dr. Vanessa Gaffar, SE,Ak,MBA and Chairul Furqan, S.Sos,MM.**

*The development of automotive industry in Indonesia has increased the competitiveness amongst car producers, where automotive business industry in Indonesia is dominated by foreign investor. As a consequence, now there are many more foreign brands which affect the level of competitiveness between car dealers. One of the brands in the market at present is Suzuki. According to the research done by JD Power in 2005, Suzuki dealer had the lowest customer satisfaction index. This happened due to the unsatisfactory service provided by Suzuki dealer.*

*The above-mentioned condition has encouraged the writer to do research in understanding the influence of service towards customer loyalty. The purpose of this research is to know how the service provided and the description of Suzuki dealer's customer loyalty.*

*The object research of this research is the customers of PT. Nusantara Jaya Sentosa (NJS), Bandung, which is one of the main Suzuki's dealers for Bandung area, and East Priangan. The type research used is descriptive-verify with survey explanatory method. Researched variables are an independent variable (X), which is service, consisting of seven dimension (service quality, problem experience, user-friendly service, service advisor, service initiation, service delivery, and in service experience). And for the dependent variable is customer loyalty (Y). Sampling technique used is simple random sampling with the total number of samples is 120 respondents, while analysis technique used is path analysis.*

*The result of this research shows that the service provided has an effect to the customer loyalty up to 46,99%, meaning that PT. NJS's service has been justified by it's customer as a good one and the customer loyalty level is in the high category.*

*One of the writer's recommendations is that PT NJS should put more attention and action to the punctuality and the need to form service advisor, and to provide reward to current customers who are able to recommend others to take service on their cars at Suzuki dealer.*





## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Kuasa, atas Rahmat dan Anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Pelayanan *Dealer* Suzuki Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan PT. Nusantara Jaya Sentosa, Bandung)".

Adapun maksud dan tujuan skripsi ini disusun adalah untuk memenuhi salah satu syarat bagi penulis dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan serta waktu yang tersedia bagi penulis. Sehubungan dengan itu penulis terbuka dalam menerima kritikan maupun saran dan pikiran yang sifatnya membangun agar lebih dapat sempurnanya tulisan ini, sehingga dapat lebih bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH,.M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. Suryana, Msi. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dr. Vanessa Gaffar, SE, Ak, MBA , selaku pembimbing I atas segala ilmu dan kesabaran yang diberikan kepada penulis.

5. Bapak Chairul Furqan, S.Sos,MM selaku pembimbing II atas segala ilmu yang diberikan dalam membimbing penulis.
6. Bapak Lili Adi Wibowo, S.Sos, S.Pd., MM, atas bimbingan, dorongan serta pengalaman tak terlupakan.
7. Bu Heni dan Staf Dosen di Program Studi Manajemen dan Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia.
8. Bapak Ernest Warouw, selaku Bagian Personalia PT. Nusantara Jaya Sentosa, Bandung.
9. Bapak Drs. Toni Sugiharto Koswara selaku *Service Rep. Education and Training* PT. Nusantara Jaya Sentosa, Bandung, beserta staff. Terima kasih atas keramahan, informasi, serta kesabaran dan bimbingannya.
10. Keluarga tercinta, Abah dan Mama, T Lisna, T Ayu dan Naila serta kedua adikku Vit dan Boy, atas doa serta dukungan yang sangat berarti.
11. Kakak Noey atas dorongan, nasihat dan bantuannya. *Thanks for being my angel, God bless ya.*
12. Umi Riska, terimakasih atas ketenangannya. Semoga Yang Maha Kuasa mengabulkan segala doa Umi.
13. Rumah Cemara – ku, Abah Ajat, Ambu, Mami Tatin, Winny, Riska, Sri, Santi, Achi, Mia serta sahabat terbaikku Dini. Terima kasih atas kebersamaan, kebahagiaan dan ilmu yang kalian berikan. Sukses ya!
14. Teman-teman seperjuanganku, Yunia, Wine, Andy, Thea, Kin (makasih informasinya), Irpan, Ecko, Iip, Yuli, Inong, Ina, Fernando.
15. Sahabat-sahabat di manajemen : Neng, Ari, Gilar, Irma, Ade, Atse, Afdal, Citra, Ayu & *friends*, lin, Dany, Meti, Agung, Etin.
16. Saudari-saudariku di NL, Mami, T Eda, T Wie, T Neng, Ceuceu Nita, Nana, Leni, ateu Achie, ade-ku Wina, Titi, T Eti, Anggra, Noer, Erna, Juni, si kembar Finy dan Asni. Terima kasih atas kebersamaannya.

17. Orang-orang yang mungkin terlupakan yang telah mengirimkan doa ketika penulis menyelesaikan skripsi ini. Biarlah Yang Maha Pemberi yang akan membalasnya.

18. Dan semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, 14 Maret 2007

Penulis



## DAFTAR ISI

ABSTRAKSI .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	11
2.1 Kajian Pustaka .....	11
2.1.1 Pelayanan .....	11
2.1.2 Loyalitas .....	20
2.2 Kerangka Pemikiran .....	35
2.3 Hipotesis .....	43
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....	44
3.1 Objek Penelitian .....	44
3.2 Metode dan Desain Penelitian .....	44
3.3 Operasionalisasi Variabel .....	45
3.4 Sumber Data, Alat Pengumpulan Data dan Teknik Penarikan Sampel .....	53
3.4.1 Sumber Data .....	53
3.4.2 Alat Pengumpulan Data .....	53
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel .....	55
3.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	59
3.5.1 Rancangan Analisis data .....	59
3.5.2 Uji Hipotesis .....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	73
4.1 Profil Perusahaan .....	73

4.1.1	Sejarah Perusahaan PT. Nusantara Jaya Sentosa .....	73
4.1.2	Filosofi Suzuki .....	74
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Nusantara Jaya Sentosa .....	75
4.1.4	Kegiatan Usaha, Produk dan Pelayanan PT. Nusantara Jaya Sentosa .....	76
4.2	Karakteristik Responden.....	81
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	82
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	84
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	85
4.3	Pengalaman Responden .....	86
4.3.1	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Mobil yang Dimiliki.....	86
4.3.2	Pengalaman Responden Berdasarkan Tingkat Kesulitan Perawatan/Pemeliharaan .....	88
4.3.3	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan	90
4.3.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan ke Dealer.....	91
4.3.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Dealer.....	92
4.4	Gambaran Variabel Penelitian .....	93
4.4.1	Pelayanan .....	93
4.4.2	Loyalitas .....	128
4.5	Uji Hipotesis .....	140
4.5.1	Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas .....	140
4.5.2	Koefisien Korelasi Antar Sub Variabel .....	142
4.5.3	Pengujian Hipotesis Keseluruhan (Uji F) .....	143
4.5.4	Pengujian Koefisien Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	144
4.5.5	Koefisien Korelasi Antar Sub-Variabel Setelah Dilakukan <i>Trimming</i> .....	145
4.5.6	Pengujian Hipotesis Keseluruhan (Uji F) .....	146
4.5.7	Pengujian Koefisien Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) Setelah Dilakukan <i>Trimming</i> .....	147

4.6 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung antar Variabel Penelitian .....	149
4.6.1 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas.....	149
4.6.2 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi Kemampuan Memecahkan Masalah terhadap Loyalitas..	150
4.6.3 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi Keramahan Layanan terhadap Loyalitas.....	151
4.6.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi Layanan Konsultasi terhadap Loyalitas .....	152
4.7 Pengujian Serempak .....	153
4.8 Pengaruh Variabel Lain .....	154
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian .....	155
4.9.1 Kontribusi <i>Service Quality</i> terhadap Pembentukan Loyalitas .....	155
4.9.2 Kontribusi <i>Problem Experienced</i> terhadap Pembentukan Loyalitas .....	157
4.9.3 Kontribusi Keramahan Layanan terhadap Pembentukan Loyalitas .....	157
4.9.4 Kontribusi Layanan Konsultasi terhadap Pembentukan Loyalitas .....	158
4.9.5 Kontribusi Total Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas .....	159
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	160
5.1 Kesimpulan.....	160
5.2 Saran-saran.....	161
DAFTAR PUSTAKA .....	163
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	166





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pemain Industri Otomotif di Indonesia Kategori Mobil Komersial .....	3
Tabel 1.2	JD POWER ASIA PASIFIC Indeks Kepuasan Pelanggan Dealer di Indonesia .....	4
Tabel 1.3	Penurunan Jumlah Pelanggan PT. Nusantara Jaya Sentosa, Bandung.....	6
Tabel 2.1	Pengertian Pelayanan.....	15
Tabel 2.2	Alasan Konsumen Memilih Kendaraan .....	18
Tabel 2.3	Pengertian Loyalitas .....	21
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	47
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data .....	53
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel X (Pelayanan).....	61
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas).....	62
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4.1	Model Dan Harga Produk SUZUKI.....	77
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	82
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	84
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	85
Tabel 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Mobil yang Dimiliki .....	87
Tabel 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Tingkat Kesulitan Pemeliharaan/Perawatan .....	89
Tabel 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan.....	90
Tabel 4.10	Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan ke Dealer .....	91
Tabel 4.11	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Dealer per Bulan .....	92
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Peralatan dan Fasilitas Servis Kendaraan PT. NJS.....	94
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Perhatian Pegawai Terhadap Pelanggan Secara Individual.....	94

Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap Pegawai terhadap Keluhan Pelanggan .....	95
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Ketepatan Waktu dalam Melakukan Servis Kendaraan.....	96
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan yang Dimiliki Mekanik.....	97
Tabel 4.17	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	98
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Pegawai dalam Menangani Keluhan Pelanggan.....	100
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Mekanik dalam Menangani Masalah Kendaraan.....	102
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Mekanik dalam Melakukan Servis Kendaraan.....	103
Tabel 4.21	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Memecahkan Masalah .....	103
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Keramahan Pegawai Ketika Melayani Pelanggan.....	106
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Kesabaran Pegawai Ketika Melayani Pelanggan.....	106
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan dalam Mendapatkan Pelayanan .....	107
Tabel 4.25	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keramahan Layanan .....	108
Tabel 4.26	Tanggapan Responden tentang Kemudahan dalam Mendapatkan Informasi .....	110
Tabel 4.27	Tanggapan Responden mengenai Kelengkapan Informasi.....	110
Tabel 4.28	Tanggapan Responden mengenai Kejelasan Informasi.....	111
Tabel 4.29	Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Layanan Konsultasi .....	112
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Mengenai Suasana Awal Ketika Memasuki Dealer .....	114
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Mengenai Keramahan Resepsionis Terhadap Pelanggan.....	114

Tabel 4.32	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap Pegawai Terhadap Pelanggan yang Baru Datang.....	114
Tabel 4.33	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Layanan Awal .....	114
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Mengenai Ketepatan Waktu Penyerahan	116
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Antara Hasil Dengan Janji Yang Diberikan.....	118
Tabel 4.36	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Penyerahan Kendaraan setelah Perbaikan.....	118
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Fasilitas di Ruang Tunggu .....	120
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Mengenai Suasana di Ruang Tunggu .....	121
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Mengenai Keramahan Pegawai Terhadap Pelanggan yang Sedang Menunggu.....	122
Tabel 4.40	Rekapitulasi Tanggapan Pelanggan Mengenai Pengalaman Ketika Memperbaiki Kendaraan.....	122
Tabel 4.41	Rekapitulasi Skoring Pelayanan.....	124
Tabel 4.42	Tanggapan Responden Mengenai Minat Untuk Mengunjungi Dealer Selama Masa Garansi .....	127
Tabel 4.43	Tanggapan Responden Mengenai Minat Pelanggan Untuk Mengunjungi Kembali Dealer Setelah Masa Garansi.....	128
Tabel 4.44	Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Untuk Memperkenalkan Dealer Suzuki Kepada Orang Lain.....	128
Tabel 4.45	Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Pelanggan Menganjurkan Orang Lain Untuk Mengunjungi Dealer Suzuki.....	130
Tabel 4.46	Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Untuk Memperkenalkan Merek Suzuki.....	130
Tabel 4.47	Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Menganjurkan Untuk Menggunakan Merek Suzuki .....	131
Tabel 4.48	Tanggapan Responden Mengenai Minat Untuk Membeli Kembali Kendaraan Suzuki .....	132
Tabel 4.49	Tanggapan Responden Mengenai Minat Untuk Membeli Kendaraan Merek Lain.....	132
Tabel 4.50	Tanggapan Responden Mengenai Minat Untuk Membeli Kembali Kendaraan Dari PT. NJS .....	133

Tabel 4.51	Tanggapan Responden Mengenai Minat Untuk Membeli Kembali Kendaraan dari <i>Dealer</i> Lain .....	134
Tabel 4.52	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan .....	134
Tabel 4.53	Tingkatan Loyalitas Pelanggan PT. NJS, Bandung .....	136
Tabel 4.54	Matriks Korelasi Antar Variabel Pelayanan dengan Loyalitas .....	140
Tabel 4.55	Matriks Invers Korelasi antar Variabel dengan Loyalitas .....	141
Tabel 4.56	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pelayanan dan Loyalitas .....	142
Tabel 4.57	Matriks Korelasi antara Variabel X dan Y setelah <i>Trimming</i> .....	143
Tabel 4.58	Matriks Invers Korelasi antar Variabel setelah <i>Trimming</i> .....	144
Tabel 4.59	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Pelayanan dan Loyalitas setelah <i>Trimming</i> .....	146
Tabel 4.60	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas .....	147
Tabel 4.61	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kemampuan Memecahkan Masalah terhadap Loyalitas .....	148
Tabel 4.62	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Keramahan Layanan terhadap Loyalitas .....	149
Tabel 4.63	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Layanan Konsultasi terhadap Loyalitas .....	150
Tabel 4.64	Hasil Pengujian Pengaruh Pelayanan terhadap Pembentukan Loyalitas .....	151
Tabel 4.65	Rekapitulasi Pengaruh Variabel Pelayanan dan Variabel Lain terhadap Loyalitas .....	153



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Produk Total.....	12
Gambar 2.2 Rantai Laba Pelayanan .....	16
Gambar 2.3 Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan dalam Persaingan Industri.....	23
Gambar 2.4 Piramida Loyalitas.....	27
Gambar 2.5 Jenis Loyalitas.....	30
Gambar 2.6 Penurunan Peralihan Pelanggan dan Kenaikan Laba .....	32
Gambar 2.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan terhadap Pelayanan Dealer.....	38
Gambar 2.8 Penciptaan Nilai Menuju Loyalitas.....	39
Gambar 2.9 Kerangka Pemikiran Pengaruh Pelayanan Dealer Suzuki Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Terhadap Pelanggan Pada PT. Nusantara Jaya Sentosa, Bandung).....	42
Gambar 2.10 Paradigma Penelitian Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	43
Gambar 3.1 Diagram Jalur Hipotesis .....	65
Gambar 3.2 Diagram Jalur Sub-Struktur Hipotesis .....	66
Gambar 4.1 <i>Flow Sales</i> Suzuki.....	77
Gambar 4.2 Aliran Pelayanan Bagian <i>Service</i> .....	79
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	81
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	82
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	83
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	84
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	85
Gambar 4.8 Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Mobil yang Dimiliki... 87	
Gambar 4.9 Pengalaman Responden Berdasarkan Tingkat Kemudahan Perawatan/Pemeliharaan.....	88
Gambar 4.10 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan.....	89
Gambar 4.11 Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan ke Dealer.....	90
Gambar 4.12 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Dealer.....	92

Gambar 4.13 Piramida Loyalitas Pelanggan PT. NJS .....	137
Gambar 4.14 Hubungan Antar Variabel dan Sub-Variabel Penelitian .....	139
Gambar 4.15 Diagram Jalur Hipotesis Pengaruh Pelayanan terhadap Pembentukan Loyalitas .....	146





## DAFTAR PUSTAKA

- Aspinall, Keith. 1993. *Building High Loyalty Business System, Customer Retention Strategies, Five Leading Perspective*. American Banker Association, Washington USA.
- Atep Adya Barata. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management, Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*. Yogyakarta: ANDi.
- Buchari Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Carrol, Peter. 1993. *Customer Management to Create Relationship Value, Customer Retention Strategies, Five Leading Perspective*. American Banker Association, Washington.
- Fandy Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta:ANDI.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Management*. Yogyakarta:ANDI.
- Gasperz, Vincent. 1987. *Manajemen Kualitas Total*. Jakarta:Gramedia.
- Hermawan Kartajaya. 2002. *Hermawan Kartajaya on Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. 2004. *Marketing in Venus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. 2004. *Hermawan Kartajaya on Positioning, Diferensiasi, Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Hermawan Kartajaya on Service*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Converting Customer Service into Sales*. Jakarta: Markplus&Co.
- Hill, Nigel. 1996. *Handbook of Customer Satisfaction Measurement*. England: Gower Publishing, Ltd.
- Hindle, Tim and Michael Thomas.1994. *Seri Intisari Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Gramedia
- Hjalte,S dan Larsson, S. 2004. *Managing Customer Loyalty in The Automobile Industry*. Master's Thesis in International Business and Economic Programme at Lulea University of Technology.

- Husein Umar. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. SUN.
- Jill, Griffin. 2003. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lovelock, Christopher. 1994. *Product Plus, How Product + Service = Competitive Advantage*. Singapore: McGraw Hill.
- ..... & Lauren Wright. 2002. *Principles of Service Marketing & Management*. Prentice Hall, New Jersey.
- Moh. Nasir. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Newell, Frederick. 2000. *Loyalty.com, Customer Relationship Management in The New Era of Internet Marketing*: Mc Graw Hill.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, W.J dan Futrell, C. 1987 *Fundamentals of Marketing, Eight Edition*. Singapore: Mc Graw Hill.
- Zeithaml, VA dan Bitner, M.J. 2000. *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm, Second Edition*. Prentice Hall: International Inc.

#### **Sumber Internet**

- Koskela, Heikki. 2002. *Customer satisfaction and Loyalty in After Sales Service: Modes of Care in Telecommunication System Delivery*. (online) <http://lib.tkk.fi/Diss/2002/isbn9512258994/isbn9512258994.pdf> (17 Oktober 2006)
- JD. Power Asia Pasific. 2005. *Indonesia Customer Satisfaction Index Study* (online). Tersedia : <http://jdpower.co.jp>
- Taylor, K. 2005. *How Can You Measure Loyalty? Dalam Marketing<sup>NPV</sup>* (online), Volume 2, 15 halaman. Tersedia [www.Marketing<sup>NPV</sup>.Com](http://www.Marketing<sup>NPV</sup>.Com)
- Wahyu. 2005. *Seri Otomotif dan Semarak Industri Mobil di Indonesia* (online). Tersedia: <http://wahyublocknote.blogspot.com/2005/09/seriotomotif-semarak-industri-mobil.html>.

<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/0204/10/otokir/lainnya04.htm> (26 Januari 2007)

[http://www.republika.co.id/suplemen/cetak\\_detail.asp?mid=4&id=232603&kat\\_id=105&kat\\_id1=148](http://www.republika.co.id/suplemen/cetak_detail.asp?mid=4&id=232603&kat_id=105&kat_id1=148) (26 Januari 2006)

[www.fisip.undip.ac.id/in/index.php?par=skripsi\\_view&pidskripsi=22](http://www.fisip.undip.ac.id/in/index.php?par=skripsi_view&pidskripsi=22) - 56k –  
(04 Januari 2007)

[http://www.serviceadvisoracademy.com./](http://www.serviceadvisoracademy.com/) (04 Januari 2007)

