

**PENGARUH KEPUASAN ATAS *PHYSICAL EVIDENCE*, *PEOPLE*, DAN
PROCESS TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BENGKEL WINARTO
MOTOR DI KOTA PEKALONGAN**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Disusun oleh:

Davin Widodo

2015120011

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**Terakreditasi berdasarkan keputusan BAN-PT No. 2011/SK/BAN-
PT/Akred/S/VII/2018)**

BANDUNG

2019

**THE EFFECT OF SATISFACTION ON PHYSICAL EVIDENCE,
PEOPLE, AND PROCESS ON THE CONSUMER LOYALTY OF
WINARTO MOTORCYCLE REPAIR SHOP IN PEKALONGAN CITY** ↙



THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

By:

Davin Widodo

2015120011

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
(Accredited by No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018)
BANDUNG
2019**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH KEPUASAN ATAS *PHYSICAL EVIDENCE, PEOPLE, DAN
PROCESS* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BENGKEL WINARTO
MOTOR DI KOTA PEKALONGAN**

Oleh:

Davin Widodo

2015120011

Bandung, 10 Desember 2019

Ketua Program Studi Manajemen

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Istiharini", written over a vertical line.

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Agus Hasan P.A.", written in a cursive style.

Agus Hasan P.A., Drs., M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama (sesuai akta lahir) : Davin Widodo
Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta / 19 Oktober 1997
NPM : 2015120011
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:
Pengaruh Kepuasan atas *Physical Evidence, People, dan Process* Terhadap
Loyalitas Konsumen Bengkel Winarto Motor di Kota Pekalongan
Yang telah dibawah bimbingan: Agus Hasan P.A., Drs., M.Si.

SAYA NYATAKAN

Adalah benar – benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hal kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pasal 25 ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya

Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiahnya yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 Juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 10 Desember
2019

Pembuat pernyataan:


Davin Widodo



ABSTRAK

Sejalan dengan peningkatan jumlah sepeda motor yang berada di kota Pekalongan kebutuhan pengguna sepeda motor akan jasa perawatan sepeda motor atau servis motor akan ikut meningkat. Salah satunya bengkel sepeda motor Winarto Motor yang sudah berdiri sejak tahun 1972. Bengkel Winarto Motor memiliki masalah dalam penurunan jumlah pengunjung dan tidak kembalinya pengunjung lama yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan atas *physical evidence*, *people*, dan *process* terhadap loyalitas konsumen di bengkel Winarto Motor di kota Pekalongan.

Ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dan pemilik motor Honda di kota Pekalongan sebagai populasinya. Selanjutnya penulis melakukan *judgement sampling* dengan kriteria berumur minimal 17 tahun dan pernah menjadi konsumen bengkel Winarto Motor. Data dikumpulkan dengan observasi, wawancara, dan kuisioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kepuasan konsumen atas *physical evidence* kurang memuaskan dengan nilai rata-rata 3.37, kepuasan konsumen atas *people* sangat memuaskan dengan nilai rata-rata 4.29, dan kepuasan atas *process* tidak memuaskan dengan nilai rata-rata 2.156 serta loyalitas konsumen di bengkel Winarto Motor tergolong rendah dengan nilai 2.75. Hasil pengolahan data menggunakan regresi linier berganda menunjukkan secara simultan terdapat pengaruh positif dari kepuasan atas *physical evidence*, *people*, dan *process* terhadap loyalitas di bengkel Winarto Motor karena nilai sig. dibawah 0.05 sebesar 80.1 %. Secara parsial kepuasan atas *process* memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas yaitu sebesar 0.754. Sedangkan kepuasan atas *people* 0.622 dan *physical evidence* berpengaruh sebesar 0.277.

Kata kunci: kepuasan konsumen, *physical evidence mix*, *people mix*, *process mix*, *consumer loyalty*, *customer satisfaction*

ABSTRACT

The increasing number of motorcycles in the Pekalongan city lead to the increasing of the need for the needs for motorcycle maintenance and services also increases. Winarto Motor is a motorcycle repair workshop which was established in 1972. Winarto Motor has several problems, like the decreasing number of its customers and unachieved sales targets. The purpose of this study is to determine the effect of satisfaction on physical evidence, people, and processes on consumer's loyalty in Winarto Motor workshop.

The sample size in this study is 100 respondents with the population of Honda motorcycle owners in Pekalongan. The author conducted a judgment sampling with criteria of at least 17 years old and had been a customer of Winarto Motor's workshop. Data in this study is collected through observation, interview, and questionnaire and analyzed using the descriptive analysis and multiple linear regression.

The result of descriptive analysis shows that customer satisfaction on physical evidence is less satisfying with the average count of 3.37. Meanwhile, customer satisfaction on People can be marked as very satisfied with the average count of 4.29. And the customer satisfaction on process shows that the customers aren't satisfied with the average count of 2.156. As well as the customer loyalty in Winarto's Workshop is relatively low with the average count of 2.75.

Based on Data Processing using Multiple Linear Regression indicates simultaneously that there is a positive effect of satisfaction on physical evidence, people and process of loyalty in Winarto's Workshop with value of sig. below 0.05 of 80.1%. Partially, satisfaction on process has the biggest effect on loyalty with 0.754. Meanwhile, satisfaction on people has 0.622 and physical evidence has an effect of 0.277.

Keywords: physical evidence mix, people mix, process mix, consumer loyalty, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat-Nya penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepuasan atas *Physical Evidence*, *People*, dan *Process* Terhadap Loyalitas Konsumen Bengkel Winarto Motor di Kota Pekalongan”. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung, baik secara moral dan materiil. Oleh karena itu penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis, Djoko Widodo Darsono dan Susy Dharmamitra yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan penulis secara terus menerus sehingga penulis merasa termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak penulis, Yonas Widodo yang selalu menyemangati dan menjadi panutan penulis dalam menuntut studi.
3. Bapak Agus Hasan P.A., Drs., M.Si. selaku pembimbing skripsi penulis yang dengan sabar membimbing dan membantu penulis agar skripsi ini terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Dr. Fransiskus Xaverius Supriyono, Drs., M.M. selaku dosen wali penulis yang memberikan bimbingan permasalahan perkuliahan dari awal perkuliahan sampai penulis dapat lulus dari Universitas Katolik Parahyangan.
5. Para dosen dan seluruh staff Universitas Katolik Parahyangan prodi manajemen yang membagikan ilmu, nasihat, dan pengalamannya kepada penulis.
6. Leonysa Bianca yang selalu memberikan semangat serta masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
7. Sherla, Rebecca Aulina, Alessandro Hutapea, Jessica Elvira, Jonathan Liandi dan Adhitthana Archi selaku teman dekat penulis, yang selalu ada dan terus memberikan semangat dari awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.

8. Elycia Feronia Salim, Nadia Sjamsuli, dan Thomas Ferdian yang memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi saat penulis merasa jenuh.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak sempurna karena terbatas oleh pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang membutuhkannya.

Bandung, 2 Desember 2019

Penulis

Davin Widodo

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran	6
1.6 Hipotesis	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.3 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	13
2.3.1 <i>Product</i>	13
2.3.2 <i>Price</i>	13
2.3.3 <i>Place</i>	14
2.3.4 <i>Promotion</i>	14
2.3.5 <i>Process</i>	14
2.3.6 <i>Physical Evidence</i>	14
2.3.7 <i>People</i>	15
2.4 Kepuasan Konsumen (Consumer Satisfaction)	15
2.5 Loyalitas	15
2.5.1 Jenis jenis loyalitas konsumen	16
2.5.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen	17
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	19
3.1 Metode Penelitian	19
3.2 Teknik Pengumpulan Data	20
3.3 Populasi dan Sampel	21

3.4 Operasionalisasi Variabel	22
3.5 Pengukuran Variabel.....	26
3.6 Uji Data	27
3.6.1 Uji Validitas	27
3.6.2 Uji Reliabilitas	30
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1 Analisis Deskriptif	34
3.7.2 Analisis Regresi Berganda	35
3.8 Objek Penelitian	36
3.9 Profil Perusahaan	36
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Persepsi konsumen terhadap kepuasan atas <i>Physical evidence, people, process</i> pada bengkel Winarto Motor saat ini.....	45
4.1.1 Variabel Physical Evidence.....	45
4.1.2 Variabel People	54
4.1.3 Variabel <i>Process</i>	58
4.2 Persepsi konsumen terhadap loyalitas pada bengkel Winarto Motor saat ini	61
4.3 Analisa Pengaruh variabel kepuasan atas <i>physical evidence</i> , kepuasan atas <i>people, kepuasan atas process</i> terhadap loyalitas konsumen	64
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda	67
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi	69
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	74
Daftar Pustaka	77
LAMPIRAN.....	79
Riwayat Hidup Penulis.....	152

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Sepeda Motor di Kota Pekalongan Tahun 2015-2016	1
Tabel 1. 2 Rangkuman Preliminary Research.....	3
Tabel 1. 3 Rangkuman Preliminary Research indikator kelayakan.....	4
Tabel 3. 1 Tabel operasional variable X	23
Tabel 3. 1(lanjutan) Tabel operasional variable X.....	24
Tabel 3. 1(lanjutan) Tabel operasional variable X.....	25
Tabel 3. 2 Tabel operasional variable Y	26
Tabel 3. 3 Pembobotan kuisisioner.....	26
Tabel 3. 4 Hasil uji validitas	28
Tabel 3. 4(lanjutan) Hasil uji validitas.....	29
Tabel 3. 5 Tabel Signifikansi r.....	29
Tabel 3. 6 Hasil uji reabilitas <i>physical evidence</i>	30
Tabel 3. 7 Hasil uji reabilitas <i>people</i>	31
Tabel 3. 8 Hasil uji reabilitas <i>process</i>	31
Tabel 3. 9 Hasil uji reabilitas Loyalitas Konsumen	31
Tabel 3. 10 Rekap hasil uji reabilitas	32
Tabel 3. 11 Kategori Nilai Rata-Rata Hitung Pada Analisis Deskriptif	34
Tabel 4. 1 Dimensi Pit.....	46
Tabel 4. 2 Dimensi Ruang Tunggu	47
Tabel 4. 2 (lanjutan) Dimensi Ruang Tunggu.....	48
Tabel 4. 2 (lanjutan) Dimensi Ruang Tunggu.....	49
Tabel 4. 3 Dimensi Toilet.....	50
Tabel 4. 3 (lanjutan) Dimensi Toilet.....	51
Tabel 4. 4 Dimensi etalase sparepart.....	52
Tabel 4. 5 Rata-rata tingkat kepuasan atas <i>Phyiscal Evidence</i>	53
Tabel 4. 6 Dimensi petugas administrasi	54
Tabel 4. 6 (lanjutan) Dimensi petugas administrasi.....	55
Tabel 4. 7 Dimensi mekanik	56
Tabel 4. 7(lanjutan) Dimensi mekanik.....	57
Tabel 4. 8 Rata-rata tingkat kepuasan atas <i>People</i>	58
Tabel 4. 9 Dimensi alur servis konsumen	58
Tabel 4. 9 (lanjutan) Dimensi alur servis konsumen.....	59
Tabel 4. 10 Rata-rata tingkat kepuasan atas <i>Process</i>	60
Tabel 4. 11 Variabel Loyalitas	61
Tabel 4. 11 (lanjutan) Variabel Loyalitas	62
Tabel 4. 11 (lanjutan) Variabel Loyalitas	63
Tabel 4. 12 Rata-rata tingkat loyalitas	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolienaritas.....	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan).....	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji T (Parsial)	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 5. 1 Rangkuman kepuasan konsumen	71

Tabel 5. 2 Rangkuman kepuasan konsumen	72
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pencapaian Penjualan Jasa Servis	2
Gambar 1. 2 Skema Kerangka Pemikiran	10
Gambar 3. 1 Grafik distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Gambar 3. 2 Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....	40
Gambar 3. 3 Grafik distribusi Responden berdasarkan dasar servis.....	40
Gambar 3. 4 Grafik distribusi dasar servis Responden berdasarkan Bulan	41
Gambar 3. 5 Grafik distribusi dasar servis Responden berdasarkan kilometer ...	42
Gambar 3. 6 Grafik distribusi Masa Servis Gratis Responden	42
Gambar 3. 7 Grafik distribusi Responden Peduli Dengan Kendaraan.....	43
Gambar 3. 8 Grafik distribusi Responden berdasarkan terakhir kali menggunakan jasa bengkel Winarto Motor.....	44
Gambar 4. 1 Normal P-Plot.....	65
Gambar 4. 2 Normal P-Plot Histogram	65
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Gambar 4. 4 Persamaan Linier.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Preliminary Research	80
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	94
Lampiran 3 Hasil Rekapitulasi Kuisisioner	101
Lampiran 4 Hasil Pengolahan SPSS	132
Lampiran 5 Foto-foto bengkel Winarto Motor	150

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejalan dengan pertumbuhan penduduk di Indonesia khususnya kota Pekalongan kebutuhan penduduk akan alat transportasi khususnya sepeda motor akan semakin meningkat. Peningkatan jumlah sepeda motor yang berada di kota Pekalongan meningkatkan peluang pasar yang lebih besar pada bengkel sepeda motor yang berada di kota Pekalongan untuk menawarkan jasa servis nya.

Tabel 1. 1
Jumlah Sepeda Motor di Kota Pekalongan Tahun 2015-2016

Jenis Kendaraan	2015			2016		
	Status Kepemilikan			Status Kepemilikan		
	Pemerintah	Umum	Pribadi	Pemerintah	Umum	Pribadi
Sepeda Motor & <i>Scooter</i>	873	0	153356	1011	0	161022
Total Kendaraan	154229			162033		
kenaikan pertahun	7804					
presentase kenaikan	2.46%					

Sumber: BPS Kota Pekalongan

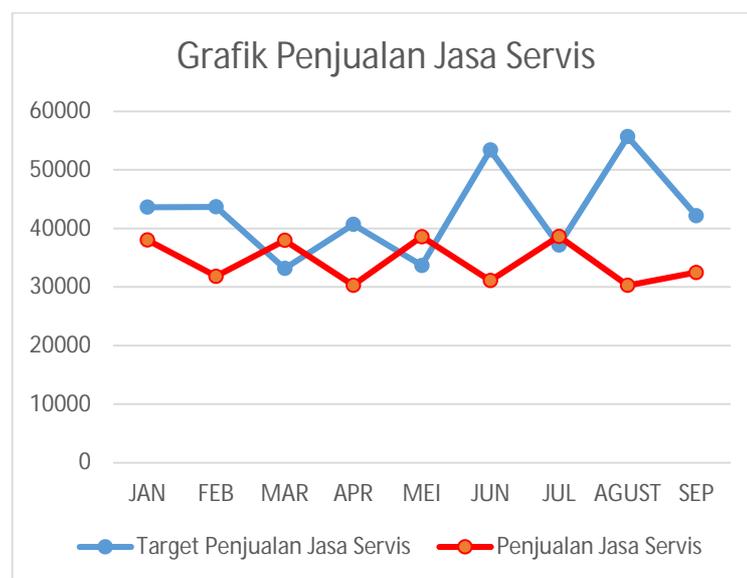
Dari data di atas dapat diketahui kenaikan jumlah penduduk Pekalongan yang semakin meningkat tiap tahun nya. Pada tahun 2015 jumlah sepeda motor dan *scooter* mencapai angka 154.229, sedangkan pada tahun 2016 jumlah sepeda motor dan *scooter* mencapai angka 162.033. Menurut data di atas kenaikan jumlah sepeda motor dan *scooter* per tahun nya mencapai 2,46%. Jumlah angka kenaikan ini seharusnya menaikkan *Unit Entry* pada sebuah bengkel tiap tahunnya.

Semakin tingginya pertumbuhan jumlah sepeda motor di Kota Pekalongan, akan menambah jumlah calon konsumen di sebuah bengkel, karena

setiap kendaraan pasti akan membutuhkan perawatan maupun penggantian suku cadang.

Pertama-tama Penulis melakukan wawancara dengan pemilik bengkel Winarto Motor di kota Pekalongan untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan penulis untuk melakukan penelitian. Bengkel Winarto Motor di dirikan oleh Winarto di Jalan Salak no. 69, Pekalongan pada tahun 1972. Lalu pemilik bengkel memberikan data yang menunjukkan ketidak tercapaian nya target *unit entry* dari awal bulan Januari sampai bulan September 2018. *Unit Entry* merupakan istilah yang di gunakan bengkel untuk menyebut pekerjaan jasa servis perbaikan pada motor konsumen.

Gambar 1. 1
Grafik Pencapaian Penjualan Jasa Servis



Sumber: Data Perusahaan

Dari wawancara dengan *owner* bengkel Winarto Motor, berdasarkan data konsumen perusahaan ditemukan fenomena bahwa jumlah pelanggan baru yang pertama kali datang sangat signifikan dibandingkan pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasa yang ditawarkan bengkel Winarto Motor. Dengan informasi yang penulis dapatkan dari *owner* bengkel Winarto Motor, penulis melakukan *preliminary research* yang berkaitan dengan permasalahan yang

responden rasakan pada saat ini. *Preliminary research* dilakukan dengan cara mewawancarai dengan pertanyaan terbuka kepada konsumen yang datang pada bengkel Winarto Motor pada bulan Februari 2019.

Tabel berikut merupakan rangkuman dari *Preliminary Research* yang menunjukkan penyebab konsumen tidak melakukan pembelian ulang di bengkel Winarto Motor. Jumlah responden *preliminary research* adalah 30 responden dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1.2
Rangkuman Preliminary Research

<i>Product</i>	<i>Price</i>	<i>Place</i>	<i>Promotion</i>	<i>Physical Evidence</i>	<i>People</i>	<i>Process</i>
1	-	-	-	15	6	10

Sumber: Hasil pengolahan data penulis

Berdasarkan hasil *preliminary research* yang ditemukan, dapat disimpulkan bahwa aspek permasalahan konsumen terdapat pada ketidaknyamanan pada kondisi ruang tunggu, alur pengerjaan jasa, dan karyawan yang kurang profesional dalam melayani konsumen. Jumlah responden yang mengeluhkan tentang *physical evidence* dari bengkel Winarto Motor adalah 15 responden dari total 30 responden, kondisi ruang tunggu yang digabung bersama pit kerja mekanik membuat konsumen terganggu karena kebisingan bunyi motor yang sedang diservis dan bau yang ditimbulkannya. 6 dari 30 responden mengeluhkan tentang kurangnya pengetahuan karyawan tentang produk yang dijual bengkel Winarto Motor membuat konsumen merasa bahwa karyawan Bengkel Winarto Motor kurang profesional. Selain itu 10 dari 30 responden mengeluhkan tentang alur pengerjaan jasa pada bengkel Winarto Motor dirasa tidak memudahkan konsumen, ditambah dengan sempitnya ruangan bengkel membuat motor yang sedang mengantri terpaksa harus diletakan di trotoar luar bengkel. Sisanya hanya 1 orang yang mengeluhkan *product* jasa servis bengkel Winarto Motor.

Berikut merupakan tabel rangkuman dari preliminary research yang menunjukkan sikap ketidak loyal-an terhadap bengkel Winarto Motor yang ditunjukkan oleh responden.

Tabel 1. 3
Rangkuman Preliminary Research indikator kelayakan

Tidak berniat untuk melakukan beli ulang di bengkel Winarto Motor.	Tidak berniat untuk merekomendasikan bengkel Winarto Motor.	Resistensi lemah bengkel Wianarto Motor.
23	26	26

Sumber: Hasil pengolahan data penulis

Data *preliminary research* 23 dari 30 responden tidak berniat untuk melakukan pembelian ulang di bengkel Winarto Motor, dari segi niat rekomendasi 26 dari 30 responden tidak menunjukkan sikap untuk merekomendasikan bengkel Winarto Motor kepada orang lain. Selain itu 26 responden dari 30 menunjukkan sikap bahwa akan berpindah ke bengkel lain apabila bengkel Winarto Motor menaikkan harga.

Perubahan pola sosial dan perkembangan zaman yang semakin maju memaksa bengkel-bengkel untuk beradaptasi dan menyesuaikan perkembangan zaman. Terutama bengkel Winarto Motor yang sudah berdiri sejak tahun 1972 dan belum pernah melakukan penyegaran bangunan. Hal ini membuat bengkel Winarto Motor yang jaya pada masanya mulai kehilangan loyalitas dari konsumen-konsumen setianya karena mereka berpindah ke bengkel lain yang lebih baru dan mulai kesusahan mencapai target *Unit Entry* nya. Keadaan ini disinyalir berbahaya jika terus menerus dibiarkan, karena bengkel Winarto Motor akan terus kehilangan konsumen-nya dan akan mengancam kelangsungan jalanya bisnis.

Dari hasil *preliminary research* tersebut terlihat bahwa bengkel Winarto Motor memiliki kekurangan di aspek *Physical Evidence*, *People*, dan *Process* yang menyebabkan bengkel Winarto Motor kehilangan kesetiaan dari konsumen nya. *Physical Evidence*, *People*, dan *Process* merupakan bagian dari

Marketing Mix yang seharusnya menjadi salah satu dasar sebuah perusahaan agar dapat berkembang. Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan saran yang membantu perubahan kearah yang lebih baik dalam aspek *Physical Evidence, People, dan Process* agar bengkel Winarto Motor kembali mendapatkan ke loyal-an konsumennya. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan memberikan judul penelitian ini **”Pengaruh Kepuasan atas *Physical Evidence, People, dan Process* Terhadap Loyalitas Konsumen Bengkel Winarto Motor di Kota Pekalongan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan konsumen atas *Physical Evidence, People, Process* bengkel Winarto Motor saat ini?
2. Bagaimana loyalitas konsumen bengkel Winarto Motor Saat ini?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen atas *Physical Evidence, People, Process* terhadap loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kepuasan konsumen atas *Physical Evidence, People, Process* bengkel Winarto Motor saat ini.
2. Mengetahui loyalitas konsumen bengkel Winarto Motor saat ini.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen atas *Physical Evidence, People, Process* terhadap loyalitas konsumen.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi semua pihak khususnya bagi:

1. Penulis

Penelitian ini di harapkan menjadi tambahan pengetahuan penulis dalam memahami pengaruh *Physical Evidence, People, dan Process* terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas konsumen terhadap sebuah perusahaan.

2. Bagi Perusahaan (bengkel Winarto Motor):

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi acuan perusahaan dalam melakukan perbaikan sehingga dapat mendapatkan kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas dari konsumennya dan akhirnya dapat meningkatkan penjualan bengkel Winarto Motor.

3. Bagi Pembaca

Memberikan informasi dan tambahan wawasan tentang bagaimana *Physical Evidence, People, dan Process* mempengaruhi kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas konsumen dalam sebuah bengkel.

1.5 Kerangka Pemikiran

Sekarang ini, sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang dimiliki oleh hampir semua lapisan masyarakat, dimana sepeda motor membutuhkan perawatan khusus agar tetap awet. Agar dapat menarik konsumen, tentu bengkel Winarto Motor harus bisa menyediakan fasilitas yang baik dan menarik. Pada kondisi saat ini, lingkungan akan selalu mengalami perubahan dan perkembangan, maka dari itu Bengkel Winarto Motor harus bisa mengikuti perubahan dan perkembangan yang terjadi agar tidak kalah saing dari pesaingnya dan target perusahaan pun dapat tercapai.

Untuk sekarang sudah banyak bengkel resmi ataupun tidak resmi yang juga menawarkan penawaran yang menarik untuk memperbaiki atau merawat sepeda motor. Maka dari itu Bengkel Winarto Motor harus menyiapkan fasilitas yang lebih baik untuk menjaga kelangsungan usaha dan dapat bersaing dengan pesaing nya.

Dalam *marketing mix* atau bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal sebagai 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki 3 perangkat tambahan, yaitu *Physical Evidence* (bukti fisik), *people* (orang), dan *process* (proses), sehingga bauran pemasaran di bidang jasa dikenal dengan istilah

7P. Berikut adalah pengertian 7P menurut Kotler dan Armstrong (Kotler & Armstrong, 2012):

1. Produk

Produk (*product*), adalah mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa.

2. Harga

Harga (*harga*), adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut, dan berbagai variabel yang bersangkutan.

3. Tempat / Distribusi

Tempat / distribusi (*place*), yakni memilih dan mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk melayani pasar, sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan perniagaan produk secara fisik.

4. Promosi

Promosi (*promotion*), adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.

5. Bukti Fisik

Bukti fisik (*physical evidence*), merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam saran fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya.

6. Orang

Orang (*people*), adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap

dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa.

7. Proses

Proses (*Process*), adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini memiliki arti sesuatu untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri.

Aspek yang sering dikeluhkan konsumen terhadap bengkel Winarto Motor adalah bagaimana bukti fisik yang dimiliki bengkel Winarto Motor yang berdiri sejak tahun 1972 perlu dilakukan pembaharuan. Aspek lainnya yang menjadi konsen dari konsumen adalah karyawan bengkel Winarto Motor bekerja secara tidak profesional, hal ini membuat konsumen tidak merasa nyaman dan akhirnya menjadikan konsumen tidak loyal terhadap bengkel Winarto Motor. Selain itu, alur penerimaan motor sampai penyerahan motor dirasa tidak efektif dan sering kali menjadi alasan bengkel Winarto Motor kehilangan pelanggan. Menurut Rambat Lupiyoadi (Lupiyoadi, 2013) bauran pemasaran jasa adalah:

- Orang (*people*):
Merupakan orang-orang yang terlibat langsung dan saling mempengaruhi dalam proses pertukaran dari produk jasa.
- Proses (*process*):
Merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.
- Bukti atau lingkungan fisik perusahaan (*physical evidence*):
Adalah tempat jasa diciptakan, tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa tersebut.

Dimensi bauran pemasaran jasa menjadi variabel dalam penelitian ini. Dimensi ini akan menjadi dasar dalam memahami persepsi konsumen sehingga berdasarkan persepsi konsumen tersebut akan menjadi acuan untuk melakukan

perubahan. Persepsi konsumen adalah “Sebuah proses ketika seorang individu menyeleksi dan menginterpretasikan sebuah stimulus menjadi sebuah gambaran yang jelas mengenai dunia. Persepsi yang baik terhadap suatu stimulus membuat seorang konsumen akan merasa terpuaskan dan memiliki rasa nyaman sehingga mereka akan kembali mencari stimulus tersebut atau biasa disebut sebagai pembelian ulang” (Schiffman & Kanuk, 2009).

Menurut Kotler dan Amstrong, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler & Amstrong, 2012). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Kepuasan dinilai sebagai kunci untuk mempertahankan dan menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang sudah ada. Jika suatu produk atau *service performance* melebihi harapan atau ekspektasi konsumen, maka konsumen akan merasa sangat puas. Jika *performance* atau kinerja perusahaan sama dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Apa bila *performance* atau kinerja perusahaan berada dibawah harapan konsumen, maka konsumen akan merasa tidak puas. Terdapat tiga kemungkinan pada tingkat kepuasan seorang konsumen, yaitu: (E= ekspektasi, P=*performance*)

- Jika $E < P$, nilai yang diterima konsumen lebih besar dari tingkat harapannya, oleh karena itu konsumen akan merasa sangat puas.
- Jika $E = P$, nilai yang diterima oleh konsumen sama dengan yang diharapkannya, oleh karena itu konsumen akan merasa puas.
- Jika $E > P$, nilai yang diterima konsumen lebih kecil dari yang diharapkan konsumen, oleh karena itu konsumen menjadi tidak puas.

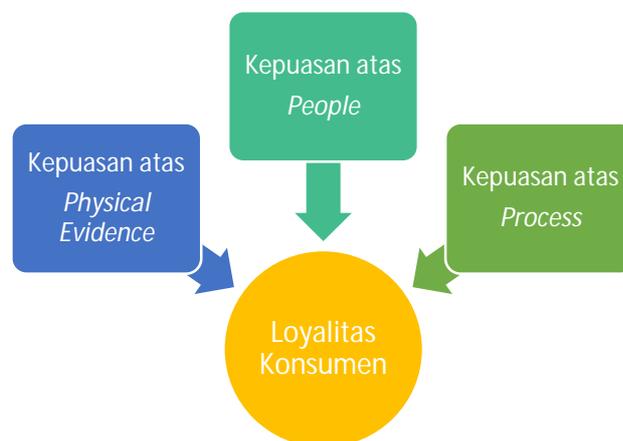
Loyalitas konsumen selalu diupayakan dalam pemasaran modern untuk menjadi sebuah tujuan inti yang ingin dicapai sebuah perusahaan. Hal ini

disebabkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan timbal-balik mutualisme konsumen dengan perusahaan dalam kurun waktu tertentu.

Olson menyatakan bahwa “Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut yang membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang terjadi secara berulang-ulang” dikutip dari jurnal Mushanto (Mushanto, 2004). Sedangkan *customer loyalty* atau loyalitas konsumen menurut Amin Widjaja Tunggal adalah “Kelekatan pelanggan pada suatu merek, toko, pabrikan, pemberi jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik, seperti pembelian ulang”. (Tunggal, 2008)

Dengan demikian penulis menyimpulkan model penelitian sebagai berikut:

Gambar 1. 2
Skema Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil pengolahan data penulis

1.6 Hipotesis

Berdasarkan skema kerangka pemikiran diatas, hipotesis sementara yang dapat ditarik dari model pemikiran diatas adalah:

Semakin konsumen puas atas *Physical Evidence, People, dan Process* maka konsumen akan semakin loyal.