

**USULAN PERBAIKAN PELAYANAN PT.X
BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG
DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMILIH
BENGKEL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :

Nama : Marcus Alexander
NPM : 2016610105



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2021**

**USULAN PERBAIKAN PELAYANAN PT.X
BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG
DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMILIH
BENGKEL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :

Nama : Marcus Alexander
NPM : 2016610105



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2021**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Marcus Alexander
NPM : 2016610105
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN PELAYANAN PT.X BERDASARKAN
FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN
KONSUMEN DALAM MEMILIH BENGKEL

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 30 Juni 2021

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Dr. Ceicara Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal

(Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T.)

PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Marcus Alexander

NPM : 2016610105

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**“ USULAN PERBAIKAN PELAYANAN PT.X BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR
YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMILIH BENGKEL “**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 13 April 2021



Marcus Alexander
NPM : 2016610105

ABSTRAK

Transportasi memiliki peran penting untuk memudahkan masyarakat melakukan aktivitas sehari-hari. Salah satu manfaat transportasi adalah sarana untuk pergi ke tempat tujuan. Sepeda motor merupakan salah satu jenis transportasi yang paling diminati masyarakat di Pulau Jawa. Oleh karena itu, terdapat suatu kebutuhan terhadap jasa perawatan sepeda motor. PT.X *group* merupakan salah satu *dealer* resmi di Jawa Barat yang menjual merek sepeda motor terkenal di Indonesia. Salah satu cabang *dealer* dan merupakan pusat PT.X berada di Jalan BKR, Bandung.

Dealer PT.X Jalan BKR memiliki bengkel berstandar resmi yang menyediakan jasa perawatan motor. Berdasarkan data yang diperoleh, pada tahun 2016 hingga 2020 bengkel PT.X BKR belum dapat mencapai target servis yang sudah disepakati seluruh cabang PT.X. Terdapat dugaan bahwa persaingan antar bengkel di wilayah PT.X terus meningkat. Banyaknya kemunculan bengkel tidak resmi diduga menyebabkan konsumen lebih tertarik untuk melakukan servis di bengkel tidak resmi. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu penelitian untuk melihat faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih bengkel serta melihat kelebihan dan kekurangan bengkel resmi yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih bengkel.

Tahap awal penelitian adalah melakukan perancangan kuesioner untuk menentukan atribut yang digunakan dalam penelitian. Penentuan atribut dilakukan dengan mengadopsi serta mengembangkan atribut dari hasil literatur dan referensi jurnal penelitian yang berhubungan dengan jasa pelayanan. Tahap berikutnya adalah pengujian kuesioner, perbaikan kuesioner, dan pengumpulan data. Setelah tahap pengumpulan data, dilakukan proses pengolahan data agar didapat data yang sah. Berdasarkan pengolahan data, terdapat 126 data sah yang siap diuji. Data yang diperoleh kemudian diuji dengan menggunakan analisis faktor. Setelah memperoleh pengelompokan faktor, tahap selanjutnya adalah pengujian *correspondence analysis* untuk membandingkan nilai data antara dua jenis bengkel. Melalui *correspondence analysis*, peneliti memperoleh atribut-atribut kelebihan dan kekurangan kedua jenis bengkel. Kelebihan dan kekurangan bengkel resmi dapat dianalisis dan diteliti lebih lanjut sehingga peneliti dapat memberikan usulan perbaikan terhadap pelayanan bengkel PT.X.

ABSTRACT

Transportation has an important role to help people to do their daily activity. One of the benefits for using transportation is makes society easier travel from one place to another. Motorcycle is one of the most populer transport in Java. Therefore, this situation cause the demand ascending for motorcycle maintainance services. PT.X harmster is one of top tier famous bike's brand dealer in Indonesia, especially in West Java. One of the dealer branches and the center of PT.X is located in Bandung on BKR's street.

PT.X has an official high quality SOP workshop that capable to provide and maintain bike service. According on the data, since 2016 unfortunately PT.X workshop hasn't be able to reach the quality of the bike service based on the target of all branches. By the times, there are a lot of competitor in providing bike services in the region of PT.X. The emergence of many unofficial workshop as assumed to cause the customer to be more interested to service their bike in the unofficial workshop. Therefore it is neccesary to conduct a research to understand the factors that influence customers in choosing a workshop that affect the customers in choosing a workshop that may be causing them to choose unofficial workshop.

The initial sequence of research conducted by design and adopted a quisionare and development according to the previous research. The initial phase of the research conduct by design of the quisionare has been determining the attribute as an adoption and development according the results of difference base on previous journal and litterature related to service. The next phase is trial and error testing and data collection process. The next phase is data collection phase. Eventually the data analyzing process is carried out to obtain a few valid data which ready to be tested. The method of obtaining data is tested using analyze test procedure to compare data values between two types of workshop. Through correspondence analysis. Researcher able obtain any attributes that become the advantages and disadvantages of the workshop. From the advantages and disadvantage that researcher obtain, researcher able to provide proposals on the improvement of PT.X's workshop services.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan-Nya selama pengerjaan penelitian skripsi ini dengan judul “Usulan Perbaikan Pelayanan PT.X Berdasarkan Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Bengkel.” Penulis pun hendak mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah ikut serta dan terlibat dalam tahap penyusunan dengan memberikan bimbingan, dukungan, doa, saran kepada penulis selama tahap penyusunan skripsi hingga selesai. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dengan sabar dan baik serta memberikan masukan dan saran kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
2. Bapak Prof. Dr. Paulus Sukapto, IR., M.B.A. dan Bapak Hanky Fransiscus, S.T., M.T. sebagai dosen penguji proposal yang telah memberikan saran dan masukan terhadap skripsi ini.
3. Bapak Rudy sebagai *Assistant GM Finance* perusahaan, Bapak Andri sebagai *Branch Head*, dan Bapak Jack sebagai *Service Advisor* di PT.X yang sudah membimbing peneliti selama melakukan penelitian di perusahaan.
4. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. dan Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku dosen koordinator mata kuliah skripsi dan dosen wali penulis.
5. Mommy, Daddy dan Ka Christine yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendoakan yang terbaik kepada penulis selama studi di Universitas Katholik Parahyangan hingga menyelesaikan skripsi,
6. Oma, Opa, Tante Suzy, Debbie, Caroline, dan saudara-saudara penulis yang selalu memberi semangat kepada penulis untuk menyelesaikan studi di Universitas Katholik Parahyangan.
7. Fransisca Budiman yang selalu mendukung, memberikan semangat dan memberikan saran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

8. Candra Sugiaman, Sandy Aprialdy, Amanta Rhadistian, John Daffa, Ilham Key, Matthew Christian S., Ryo, Fahmi Rakhman F., Dea, Hesti Nurwanti, Teteh Warant, Rhesa Rafsanjani, *Athena English Course*, dan teman-teman komunitas Ceberus yang selalu memberi semangat kepada penulis.
9. Jonathan Dwiki K., Reinardo Chandra, Naufaldhy Oryzadhia S., Adi Krisna H., Reynaldy Pierera G., Samuel, William Reynaldo, Agustiandi, Mochammad Adhitya D., Samuel, Martin Sandyawan, Dimas Adrianto, teman-teman praktikum, dan kelas A Teknik Industri 2016 yang sudah berjuang bersama, meninggalkan kesan yang tidak dapat dilupakan semasa kuliah, serta membimbing penulis selama kuliah hingga tahap tugas akhir.

Laporan skripsi ini diharapkan dapat membantu PT.X meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih bengkel. Selain itu, penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah informasi serta wawasan bagi pembaca.

Bandung, Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-8
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-13
I.4 Tujuan Penelitian	I-13
I.5 Manfaat Penelitian	I-14
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-14
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Jasa	II-1
II.2 Jasa Servis Sepeda Motor	II-2
II.3 Perilaku Konsumen.....	II-4
II.4 Metode Pengumpulan Data.....	II-7
II.5 Teknik <i>Sampling</i>	II-8
II.6 Analisis Multivariat	II-12
II.6.1 Teknik <i>Dependence</i>	II-12
II.6.2 Teknik <i>Interdependence</i>	II-13
II.7 Analisis Faktor	II-15
II.7.1 Ukuran Sampel Analisis Faktor	II-16
II.7.2 Analisis Faktor Menggunakan SPSS.....	II-16
II.8 Analisis Korespondensi.....	II-19
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Atribut Pemilihan Bengkel Motor	III-1
III.2 Perancangan Kuesioner.....	III-6
III.2.1 Pemeriksaan Data Responden	III-9

III.3	Profil Responden.....	III-10
III.4	Analisis Faktor	III-12
III.4.1	Pengelompokkan Faktor	III-13
III.4.2	Uji Reliabilitas Data	III-22
III.3.3	Analisis Korespondensi.....	III-22
BAB IV	ANALISIS DAN USULAN.....	IV-1
IV.1	Analisis Profil Responden	IV-1
IV.2	Analisis Faktor Pemilihan Bengkel	IV-2
IV.3	Analisis Perbandingan PT.X dan Bengkel Tidak Resmi.....	IV-3
IV.4	Usulan Perbaikan Pada Bengkel Resmi PT.X.....	IV-9
IV.4.1	Analisis Usulan Perbaikan Berdasarkan Faktor Pertama	IV-15
IV.4.2	Analisis Usulan Perbaikan Berdasarkan Faktor ke-2.....	IV-18
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
V.1	Kesimpulan	V-1
V.2	Saran	V-2
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN A KUESIONER LATAR BELAKANG.....	A-1
	LAMPIRAN B KUESIONER PENELITIAN.....	B-1
	LAMPIRAN C DATA ANALISIS FAKTOR.....	C-1
	LAMPIRAN D CORRELATION MATRIX 17 ATRIBUT.....	D-1
	LAMPIRAN E <i>CORRELATION MATRIX</i> 16 ATRIBUT.....	E-1
	LAMPIRAN F DATA <i>CORRESPONDENCE ANALYSIS</i>.....	F-1

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Kendaraan Bermotor Tahun 2014 Sampai 2016 di Indonesia.....	I-1
Tabel I.2 Jumlah Kendaraan Bermotor Tahun 2017 Sampai 2018 di Indonesia.....	I-2
Tabel I.3 Jumlah Kendaraan Bermotor Umum dan Bukan Umum Untuk BPKB Menurut Cabang Pelayanan di Jawa Barat, 2016	I-3
Tabel I.4 Jumlah Servis Sepeda Motor Januari Sampai Juni 2016-2020.....	I-5
Tabel I.5 Jumlah Servis Sepeda Motor Juli Sampai Desember 2016-2020	I-6
Tabel II.1 Klasifikasi Pemeliharaan Kendaraan	II-3
Tabel II.2 Klasifikasi Nilai KMO	II-17
Tabel III.1 Variabel Penelitian	III-1
Tabel III.1 Variabel Penelitian (Lanjutan).....	III-2
Tabel III.2 Penjelasan Skala Kuesioner	III-7
Tabel III.2 Penjelasan Skala Kuesioner (Lanjutan).....	III-8
Tabel III.3 Hasil Uji KMO dan Bartlett	III-13
Tabel III.4 Matriks Korelasi <i>Anti-image</i> 1 Variabel X1 Sampai Variabel X7	III-14
Tabel III.5 Matriks Korelasi <i>Anti-image</i> 2 Variabel X8 Sampai Variabel X14	III-14
Tabel III.6 Matriks Korelasi <i>Anti-image</i> 3 Variabel X15 Sampai Variabel X17	III-15
Tabel III.7 Penentuan Jumlah Faktor Pertama	III-15
Tabel III.8 Hasil <i>Rotated Component Matrix</i> Pertama	III-16
Tabel III.9 Hasil Uji KMO dan Bartlett	III-17
Tabel III.10 Matriks Korelasi <i>Anti-image</i> 2 Variabel X1 Sampai Variabel X7	III-17
Tabel III.11 Matriks Korelasi <i>Anti-image</i> 2 Variabel X8 Sampai Variabel X16	III-18
Tabel III.12 Matriks Korelasi <i>Anti-image</i> 2 Variabel X15 Sampai Variabel X16	III-18
Tabel III.13 Penentuan Jumlah Faktor ke-2.....	III-19
Tabel III.14 Hasil <i>Rotated Component Matrix</i> Kedua	III-20
Tabel III.15 Rekapitulasi Pengelompokan Variabel	III-20
Tabel III.15 Rekapitulasi Pengelompokan Variabel (Lanjutan).....	III-21
Tabel III.16 Uji Reliabilitas.....	III-22
Tabel III.17 Hasil Pengolahan <i>Contingency</i>	III-23
Tabel III.18 Hasil Pengolahan <i>Expected Cell</i>	III-24
Tabel III.19 Hasil Pengolahan <i>Difference</i>	III-25
Tabel III.21 Correspondence Table ANACOR	III-26
Tabel III.22 Row Profiles	III-27
Tabel III.23 Column Profiles.....	III-28

Tabel III.24 <i>Row Scores</i>	III-29
Tabel III.25 <i>Column Scores</i>	III-30
Tabel III.26 Jarak Euclid Titik Atribut Terhadap Titik Jenis Bengkel (Lanjut).....	III-31
Tabel III.26 Jarak Euclid Titik Atribut Terhadap Titik Jenis Bengkel (Lanjutan).....	III-32
Tabel IV.1 Rekapitulasi Kelebihan dan Kekurangan Bengkel (Lanjut)	IV-4
Tabel IV.1 Rekapitulasi Kelebihan dan Kekurangan Bengkel (Lanjutan)	IV-5
Tabel IV.2 Usulan Perbaikan Faktor Mekanik (Lanjut)	IV-15
Tabel IV.2 Usulan Perbaikan Faktor Mekanik (Lanjutan)	IV-16

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Halaman Depan PT.X Jalan BKR, Bandung	I-4
Gambar I.2 Jumlah Servis Sepeda Motor Januari 2019 Sampai Agustus 2020	I-7
Gambar I.3 Grafik Perbandingan Kelebihan Bengkel Resmi dan Non Resmi.....	I-10
Gambar I.4 Grafik Perbandingan Kekurangan Bengkel Resmi dan Non Resmi	I-11
Gambar I.5 Metodologi Penelitian.....	I-18
Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen	II-4
Gambar II.2 Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	II-5
Gambar III.1 Intensitas Penggunaan Sepeda Motor	III-10
Gambar III.2 Intensitas Perawatan Motor	III-10
Gambar III.3 Jenis Kelamin Responden	III-11
Gambar III.4 Rentang Umur Responden	III-12
Gambar III.5 Pekerjaan Responden	III-12
Gambar III.6 Pemetaan Atribut	III-29
Gambar III.7 Pemetaan Jenis Bengkel	III-30
Gambar III.8 Pemetaan Gabungan.....	III-31

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER LATAR BELAKANG	A-1
LAMPIRAN B KUESIONER PENELITIAN.....	B-1
LAMPIRAN C DATA ANALISIS FAKTOR.....	C-1
LAMPIRAN D CORRELATION MATRIX 17 ATRIBUT	D-1
LAMPIRAN E <i>CORRELATION MATRIX</i> 16 ATRIBUT	E-1
LAMPIRAN F DATA <i>CORRESPONDENCE ANALYSIS</i>	F-1

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab I membahas mengenai latar belakang masalah pada perusahaan, identifikasi masalah yang ada pada perusahaan, rumusan masalah yang diperoleh dari latar belakang dan indentifikasi masalah, batasan dan asumsi dalam melakukan penelitian ini, tujuan serta manfaat dari penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan sarana penting dalam kehidupan masyarakat sejak dahulu. Pada mulanya, transportasi bergerak menggunakan tenaga manusia atau tenaga hewan. Namun, berjalannya waktu transportasi mengalami perubahan mengikuti perkembangan ilmu teknologi yang ada hingga sekarang. Menurut Drs. H. M. N. Nasution, M. S. Tr. (1996), transportasi diartikan sebagai perpindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan.

Daya angkut suatu transportasi sangat beragam bergantung pada jenis transportasi yang digunakan. Transportasi memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai transportasi pribadi, transportasi barang, dan transportasi umum. Pada Tabel I.1 di bawah ini, terdapat data jumlah kendaraan bermotor di Indonesia dimulai dari tahun 2014 hingga tahun 2018 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik.

Tabel I.1 Jumlah Kendaraan Bermotor Tahun 2014 Sampai 2016 di Indonesia

Jenis Kendaraan Bermotor	Jumlah Kendaraan Bermotor (Unit)		
	2014	2015	2016
Mobil Penumpang	12.599.038	13.480,973	14.580,666
Mobil Bis	2.398.846	2.420,917	2.486.898
Mobil Barang	6.235.136	6.611.028	7.063.433
Sepeda motor	92.976.240	98.881.267	105.150,082
Jumlah	114.209.260	121.394.185	129.281.079

(Sumber: <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133>).

Berdasarkan informasi Tabel I.1, pada tahun 2016 total jumlah kendaraan di Indonesia yang berhasil terdata adalah 129.281.079 unit. Tabel I.1 membahas jumlah kendaraan bermotor pada tahun 2014 hingga 2016 di Indonesia yang terbagi menjadi 4 jenis kendaraan yaitu mobil penumpang, mobil bus, mobil barang, dan sepeda motor. Total jumlah kendaraan pada tahun 2016 didominasi oleh sepeda motor dengan jumlah 105.150,082 unit. Berdasarkan data Tabel I.1, dapat disimpulkan bahwa moda transportasi sepeda motor adalah salah satu transportasi yang diminati masyarakat di Indonesia. Tabel I.2 di bawah ini merupakan jumlah kendaraan bermotor tahun 2017 hingga tahun 2018 di Indonesia.

Tabel I.2 Jumlah Kendaraan Bermotor Tahun 2017 Sampai 2018 di Indonesia

Jenis Kendaraan Bermotor	Jumlah Kendaraan Bermotor (Unit)	
	2017	2018
Mobil Penumpang	15.423.968	16.440,987
Mobil Bis	2.509.258	2.538.182
Mobil Barang	7.289.910	7.778.544
Sepeda motor	111.988.683	120,101.047
Jumlah	137.211.818	146.858.759

(Sumber: <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133>).

Berdasarkan informasi Tabel I.2, pada tahun 2018 total jumlah kendaraan di Indonesia yang berhasil terdata adalah 146.858.759 unit. Total jumlah kendaraan pada tahun 2018 didominasi oleh sepeda motor dengan jumlah 120,101.047 unit. Berdasarkan data Tabel I.2, dapat disimpulkan bahwa moda transportasi sepeda motor adalah salah satu transportasi yang diminati masyarakat di Indonesia. Berdasarkan informasi pada Tabel I.1 dan Tabel I.2, pada tahun 2014 hingga tahun 2018 terdapat peningkatan jumlah kendaraan.

Kota Bandung merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Barat dengan tingkat kepadatan kendaraan yang tinggi. Kendaraan yang mudah dijumpai adalah sepeda motor. Tabel I.3 di bawah merupakan data jumlah kendaraan sepeda motor di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung pada tahun 2016 hingga pembaharuan data terakhir tahun 2018 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat.

Tabel I.3 Jumlah Kendaraan Bermotor Umum dan Bukan Umum Untuk BPKB Menurut Cabang Pelayanan di Jawa Barat, 2016

Unit Pelayanan Pendapatan/ <i>Unit Services of Revenues</i>	Sepeda Motor/ <i>Motor Cycles</i>
	Bukan Umum/ <i>Non Public</i> (Unit)
Kota Bandung I Pjrn (Pajajaran)	462.478
Kota Bandung II Kwlyn (Kawalayaan)	433.041
Kota Bandung III Soeta (Soekarno Hatta)	355.560
Kab. Bandung Barat Pdlg (Padalarang)	501.796
Kab. Bandung I Rc.Ekek (Ranca Ekek)	425.878
Kab. Bandung II Soreang	478.859
TOTAL	2.657.612

(Sumber: <https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/19/416/jumlah-kendaraan-bermotor-umum-dan-bukan-umum-untuk-bpkb-menurut-cabang-pelayanan-di-jawa-barat-2016.html>)

Tabel I.3 merupakan informasi data jumlah kendaraan sepeda motor dengan kategori kendaraan umum dan bukan umum untuk Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) menurut cabang pelayanan di Jawa Barat pada tahun 2016 hingga 2018. Berdasarkan kondisi jumlah kendaraan sepeda motor yang ada di Kota Bandung, terdapat suatu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh pihak perusahaan penjual sepeda motor yaitu jasa pelayanan servis kendaraan sepeda motor yang memadai. Pihak perusahaan dituntut agar dapat menyediakan jasa servis sepeda motor sesuai dengan merek produk yang perusahaan jual. Selain itu, dalam memberikan jasa pelayanan servis kepada konsumen, pihak perusahaan harus memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Menjaga serta mengembangkan pelayanan dapat memperoleh kepuasan serta loyalitas konsumen terhadap suatu jasa. Harapannya adalah dikemudian hari konsumen datang untuk menggunakan kembali jasa yang pernah didapat. Menurut Kotler dan Keller (2012:10), kepuasan mencerminkan pertimbangan seseorang dari suatu kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan.

Dalam meningkatkan pelayanan servis motor, pihak perusahaan perlu menggali pengetahuan terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu bengkel sepeda motor. Faktor-faktor ini dapat menjadi acuan perusahaan sebagai fondasi dalam memberikan pelayanan,

melakukan perbaikan, serta melakukan pengembangan lebih lanjut terhadap pelayanan jasa yang diberikan selama proses servis motor kepada konsumen. Menurut Kotler et al. (2005), minat beli konsumen sangat dipengaruhi oleh budaya, sosial, pribadi, dan karakter psikologi. Dalam hal ini, penjual tidak dapat mengontrol faktor-faktor yang ada. Namun, penjual harus mempertimbangkan faktor-faktor tersebut dalam meningkatkan minat beli konsumen. Pertimbangan faktor-faktor dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu bengkel.

PT.X merupakan *dealer* resmi salah satu *brand* sepeda motor terkenal di Indonesia. PT.X berdiri pada tahun 1994 dan secara operasional menjalankan bisnis *retail* otomotif sepeda motor pada tahun 2001. Hingga tahun 2011, PT.X sudah memiliki 27 cabang dengan status 3S (*Sales, Service, dan Spare Parts*), 2 cabang dengan status 2S (*Service, dan Spare Parts*), dan 1 cabang dengan status 1S (*Sales*) yang tersebar di wilayah DKI Jakarta dan Jawa Barat dengan total jumlah karyawan tercatat sebanyak 1.083 karyawan berdasarkan data terakhir pada tahun 2018. Gambar I.1 merupakan halaman depan perusahaan dimana penelitian ini dilakukan yang berlokasi di Jalan BKR, Bandung.



Gambar I.1 Halaman Depan PT.X Jalan BKR, Bandung
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada tahun 2020, PT.X sudah memiliki 29 cabang bengkel yang tersebar di Jawa Barat. Enam cabang diantaranya terdapat di Kota Bandung yang berlokasi di Jalan Cibeureum sebagai lokasi awal PT.X berdiri, Jalan Ujung Berung, Jalan

Asia Afrika, Jalan BKR dimana penelitian ini dilakukan, Jalan Kopo, dan wilayah Ciwastra. PT.X bergerak dibidang penjualan *retail* kendaraan otomotif sepeda motor serta memberikan pelayanan lainnya kepada konsumen dalam hal layanan purna jual demi memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen dari waktu ke waktu. Visi PT.X adalah menjadi perusahaan yang terkemuka dalam jaringan *retail* otomotif dengan misi perusahaan adalah memiliki jaringan *retail* yang kuat, dan menguntungkan, serta operasional yang handal.

Selain melakukan penjualan sepeda motor, PT.X memberikan beberapa jasa pelayanan kepada konsumen seperti jasa servis sepeda motor, penjualan *spare part* sepeda motor, kunjungan servis ke rumah, dan lain-lain. Jasa servis sepeda motor didukung dengan fasilitas bengkel meliputi peralatan keperluan bengkel, hidrolik pengangkat sepeda motor, alat pengganti ban, kompresor angin, dan lain-lain. Selain itu terdapat fasilitas ruang tunggu dengan pembatas ruang tunggu dengan bengkel agar konsumen dapat melihat langsung proses servis motor, makanan ringan dan minuman gratis, televisi, lemari penyimpanan barang atau helm konsumen, toilet umum, dan lain-lain. Namun, pada tahun 2016 hingga 2020, PT.X belum dapat mencapai target jumlah sepeda motor yang berhasil diservis. Jumlah kunjungan konsumen untuk melakukan servis dapat dilihat pada Tabel I.4 dan Tabel I.5 dari Bulan Januari tahun 2016 hingga Bulan September tahun 2020, Tabel I.4 berisi data mengenai jumlah servis sepeda motor di PT.X dari Bulan Januari hingga Bulan Juni pada tahun 2016 hingga tahun 2020,

Tabel I.4 Jumlah Servis Sepeda Motor Januari Sampai Juni 2016-2020

Bulan Ke -		1	2	3	4	5	6
2016	Target	800	1000	1000	800	1000	1000
	Hasil	753	773	880	794	828	932
	%	94%	77%	88%	99%	83%	93%
2017	Target	1000	1200	1000	1200	1200	960
	Hasil	680	687	813	732	794	792
	%	68%	57%	81%	61%	66%	83%
2018	Target	1000	1200	1200	1200	1000	800
	Hasil	739	596	782	699	749	623
	%	74%	50%	65%	58%	75%	78%
2019	Target	1200	1200	1200	1200	1000	960
	Hasil	732	622	686	664	783	728
	%	61%	52%	57%	55%	78%	76%
2020	Target	1000	1200	1200	1200	720	960
	Hasil	652	619	533	369	385	444
	%	65%	52%	44%	31%	53%	46%

(Sumber: Data PT.X)

Tabel I.5 merupakan tabel jumlah kunjungan konsumen yang melakukan servis tahun 2016 hingga tahun 2020 pada Bulan Juli hingga Bulan Desember. Selain itu, terdapat kolom total target unit motor dan total hasil unit sepeda motor yang sudah melakukan servis di masing-masing tahun serta data persentase dari pembagian total hasil dengan total target masing-masing tahun.

Tabel I.5 Jumlah Servis Sepeda Motor Juli Sampai Desember 2016-2020

Bulan Ke-		7	8	9	10	11	12	Total
2016	Target	800	1200	1200	1200	1200	1200	12400
	Hasil	832	909	784	828	816	875	10004
	%	104%	76%	65%	69%	68%	73%	81%
2017	Target	1200	1000	1000	1000	1000	1200	12960
	Hasil	799	771	665	725	736	740	8934
	%	67%	77%	67%	73%	74%	62%	69%
2018	Target	1000	1000	1000	1000	1000	1200	12600
	Hasil	748	735	686	715	624	707	8403
	%	75%	74%	69%	72%	62%	59%	67%
2019	Target	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12760
	Hasil	736	696	719	739	637	713	8455
	%	74%	70%	72%	74%	64%	71%	66%
2020	Target	1200	1200	1200	1200	1200	1200	13480
	Hasil	520	524	523	0	0	0	4569
	%	43%	44%	44%	0%	0%	0%	34%

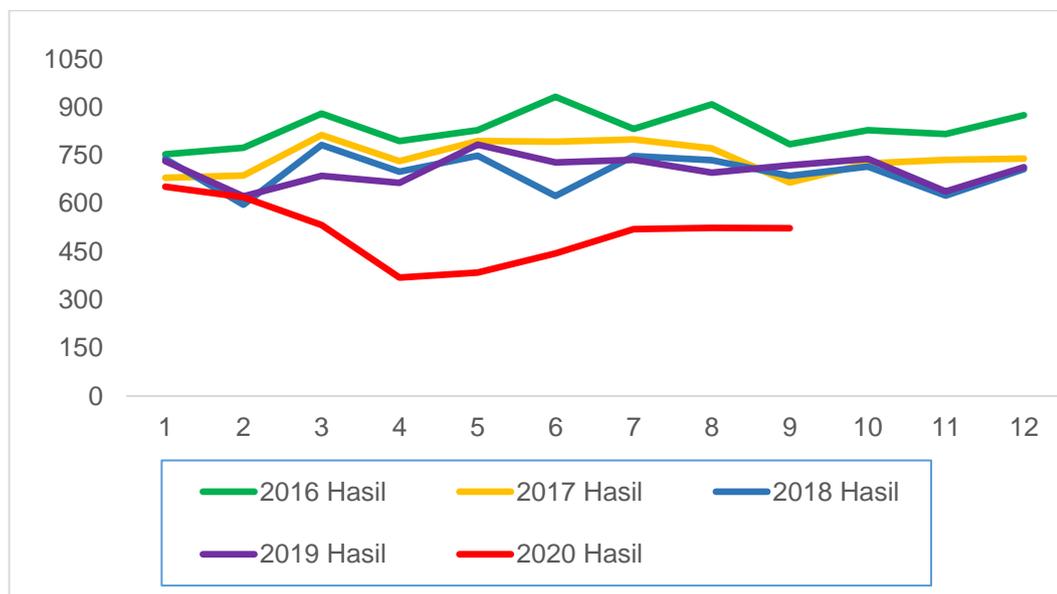
(Sumber: Data PT.X)

Berdasarkan data Tabel I.5, data persentase pada tahun 2016 bulan ke 7 yang diperoleh dari perbandingan hasil dengan target dapat mencapai nilai 104%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pada bulan ke 7 atau Bulan Juli 2016, konsumen yang datang untuk melakukan servis di PT.X melampaui target yang sudah ditentukan. Namun setelah bulan ke 7 tahun 2016 hingga bulan ke 11 tahun 2020, kondisi persentase yang melebihi 100% tersebut tidak ditemukan kembali. Terdapat beberapa bulan yang dapat mencapai nilai antara 57% hingga 83% dari target tahun 2017 dan tahun-tahun berikutnya berada dibawah 78% dari target yang sudah ditentukan.

Pada Tabel I.4 dan Tabel I.5 terdapat target unit servis yang memiliki nilai cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari kondisi PT.X dapat mencapai dan melampaui target servis yang terjadi hanya pada bulan ke-7 tahun 2016. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan mengenai penentuan target servis untuk bulan tertentu, 29 cabang perusahaan menjumlahkan seluruh sepeda motor yang

sudah diservis menjadi total keseluruhan pada bulan di tahun sebelumnya. Total keseluruhan kemudian dibagi nilai 29 yang menjadi rata-rata keseluruhan. Nilai rata-rata jumlah servis dari 29 cabang tersebut menjadi acuan target servis masing-masing cabang untuk bulan di tahun berikut.

Pada Januari 2020 hingga September 2020, terdapat kondisi dimana kunjungan servis mengalami penurunan. Kejadian ini disebabkan oleh penyebaran virus COVID-19 yang mengakibatkan penurunan terhadap kunjungan konsumen servis sepeda motor karena pembatasan sosial berskala besar. Selain itu, terdapat dugaan lain seperti intensitas penggunaan motor yang berkurang. Hal ini menyebabkan konsumen memilih untuk menunda proses perawatan motor. Selain itu, terdapat dugaan dimana konsumen merasa khawatir tertular oleh virus. Data baris hasil masing-masing tahun pada Tabel I.4 dan Tabel I.5 kemudian diubah kedalam bentuk gambar grafik. Gambar grafik dapat dilihat pada Gambar I.2 mengenai grafik jumlah servis Januari 2016 sampai September 2020 sebagai berikut.



Gambar I.2 Jumlah Servis Sepeda Motor Januari 2019 Sampai Agustus 2020

Warna garis merah pada Gambar I.2 merupakan hasil tahun 2020 dari Bulan Januari hingga data terakhir Bulan September. Pada Gambar I.2 tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 kunjungan servis sepeda motor mengalami penurunan yang cukup signifikan yang disebabkan oleh COVID-19. Penyebaran

virus ini mengakibatkan pemerintah mengambil tindakan untuk melakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di banyak kota di Indonesia termasuk Kota Bandung yang mengandung kebijakan untuk membatasi kegiatan masyarakat di luar rumah.

Salah satu faktor yang dipercaya PT.X sebagai penyebab perusahaan sulit mencapai target kunjungan konsumen untuk melakukan servis berkurang adalah lokasi bengkel PT.X. Berjalannya waktu lingkungan PT.X mulai ramai dengan bengkel non resmi yang mampu memberikan jasa pelayanan servis dengan *brand* motor yang dapat dilayani di PT.X. Terdapat persaingan antara bengkel resmi dengan bengkel non resmi dalam memberikan pelayanan jasa servis disekitar lokasi PT.X. Penelitian ini perlu dilakukan agar pihak perusahaan dapat memperoleh suatu informasi baru yaitu mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu bengkel. Selain itu, pentingnya dilakukan penelitian ini adalah PT.X dapat memperoleh usulan perbaikan dan saran .PT.X dapat mempertimbangkan usulan dan saran yang diberikan untuk diterapkan secara langsung maupun dikembangkan lebih baik lagi sebelum diterapkan .

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Kondisi belum tercapainya target servis yang sudah disepakati seluruh cabang bengkel PT.X mendorong pihak perusahaan untuk melakukan promosi serta pengembangan jasa agar loyalitas konsumen terhadap PT.X meningkat. Berbagai promosi dari pihak perusahaan sudah dilakukan serta diinformasikan kepada masyarakat untuk menarik minat konsumen agar kembali melakukan servis di PT.X. Tema promosi yang diberikan perusahaan cukup beragam, diantaranya adalah edukasi sepeda motor baik dari perawatan, fungsi komponen, dan disiplin dalam berkendara. Promosi lainnya adalah potongan biaya pembelian komponen motor dan potongan biaya jasa servis. Selain itu, perusahaan memberikan promosi dengan tema pengenalan produk dan fasilitas yang ada di PT.X. Media yang digunakan PT.X untuk mempromosikan hal yang ada di perusahaan sendiri cukup beragam, baik dari media sosial dan web utama perusahaan yang mudah diakses oleh masyarakat, papan reklame dan spanduk, dan lain-lain. Selain melakukan promosi dengan beberapa tema, terdapat pengembangan jasa lain yang diberikan PT.X untuk memberi kemudahan kepada

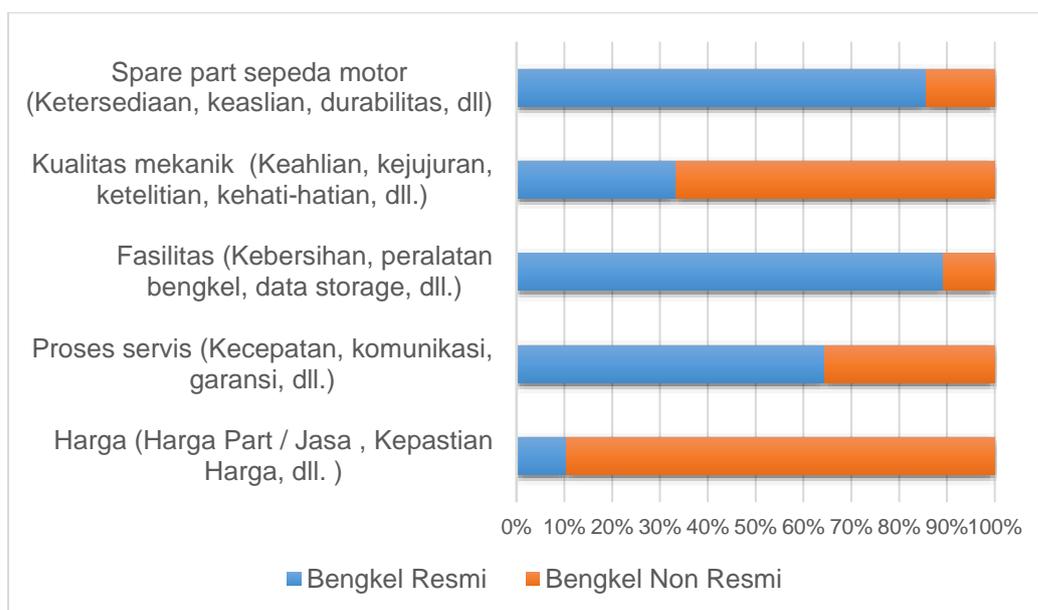
konsumen jika tidak dapat datang ke perusahaan seperti jasa servis rumah ke rumah sejak tahun 2019. PT.X pun menyediakan jasa jemput dan mengembalikan sepeda motor konsumen yang hendak diservis sejak 2019, memberikan perkembangan informasi data kondisi motor setiap selesai melakukan servis, kartu anggota atau dikenal sebagai kartu servis dengan hadiah penggantian *part* motor gratis setelah tiga kali melakukan servis, dan fasilitas penyimpanan data sepeda motor setiap kali selesai melakukan servis di PT.X.

Berdasarkan hasil wawancara yang merujuk pada grafik Gambar 1.2 dengan pihak perusahaan, PT.X sudah menyadari bahwa terdapat kondisi belum tercapainya target total servis dari tahun 2016 hingga tahun 2019. Perusahaan menanggapi bahwa kondisi ini belum menguntungkan bagi PT.X karena target yang belum tercapai. Salah satu faktor yang dipercaya PT.X sebagai penyebab target yang belum tercapai adalah lokasi bengkel PT.X. Berjalannya waktu lingkungan PT.X mengalami perubahan dan kemunculan bengkel non resmi yang mampu memberikan jasa pelayanan servis dengan merek motor yang dapat dilayani di PT.X. Terdapat persaingan antara bengkel resmi dengan bengkel non resmi dalam memberikan pelayanan jasa servis disekitar lokasi PT.X. Selain itu, pihak perusahaan mempercayai terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk memilih bengkel lain dibandingkan PT.X.

Setelah melakukan wawancara untuk mengumpulkan informasi dari pihak perusahaan, proses identifikasi dilanjutkan dengan membagikan kuesioner kepada narasumber di lingkungan perusahaan yang menggunakan sepeda motor dengan merek yang dapat dilayani di PT.X. Target responden dari kuesioner ini adalah narasumber yang sudah memiliki pengalaman melakukan servis di bengkel resmi dan bengkel tidak resmi. Bengkel resmi merupakan bengkel yang menerima langsung komponen dan unit sepeda motor hanya dari satu distributor merk sepeda motor tertentu yang ada di Indonesia. Selain itu, bengkel resmi menerima perbaikan dan servis sepeda motor dengan merk yang sesuai dengan bengkel miliki. Bengkel tidak resmi adalah bengkel yang tidak memiliki hubungan langsung terhadap distributor resmi komponen dan unit sepeda motor baru yang ada di Indonesia, menerima dan dapat melayani servis berbagai jenis dan merk sepeda motor serta mengatasi kerusakan pada sepeda motor. Bengkel tidak resmi fokus pada jasa pelayanan perbaikan dan servis sepeda motor baik berbagai jenis dan merk sepeda motor, maupun satu jenis dan merk. Oleh karena itu, narasumber

diharapkan memenuhi kedua kriteria tersebut agar dapat dijadikan responden dalam studi pendahuluan ini. Dalam melakukan perancangan kuesioner ini, kuesioner berisi pertanyaan mengenai pengalaman servis pengguna sepeda motor di bengkel resmi dan bengkel non resmi.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pendahuluan, diperoleh responden sebanyak 111 responden. Pada hasil data yang diperoleh, 57% responden memiliki ketertarikan untuk melakukan servis di bengkel resmi dan 43% berniat untuk melakukan servis rutin di bengkel tidak resmi. Terdapat 142 tanggapan terhadap kelebihan bengkel resmi, 128 tanggapan mengenai kelebihan bengkel non resmi, 138 tanggapan mengenai kekurangan bengkel resmi, dan 124 tanggapan kekurangan bengkel non resmi. Gambar I.3 berikut merupakan grafik ringkasan dari 142 tanggapan kelebihan dari bengkel resmi dan 128 tanggapan kelebihan dari bengkel non resmi.

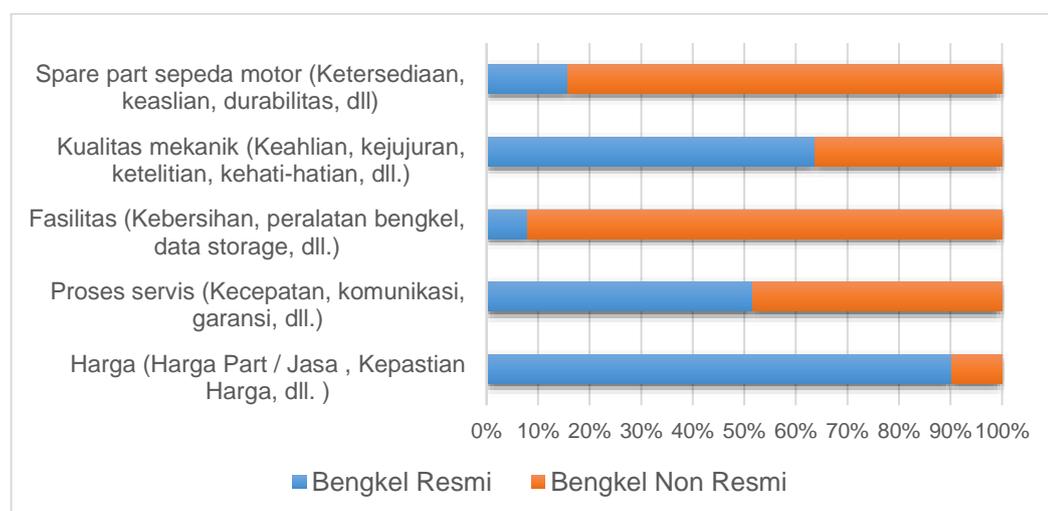


Gambar I.3 Grafik Perbandingan Kelebihan Bengkel Resmi dan Non Resmi

Gambar I.3 merupakan gambar grafik perbandingan kelebihan antara bengkel resmi dengan bengkel non resmi. Terdapat 5 topik utama mengenai tanggapan yang diberikan narasumber yang sering diutarakan pada kuesioner. Topik pertama adalah *spare part* sepeda motor yang mencakup ketersediaan *spare part* di bengkel, keaslian *spare part* yang dijual bengkel, durabilitas atau ketahanan *spare part* yang dijual di bengkel, dan lain-lain. Topik kedua adalah

mekanik yang membahas mengenai keahlian mekanik dalam melakukan perbaikan atau servis sepeda motor, kejujuran mekanik, ketelitian, kehati-hatian, dan lain-lain. Topik ketiga adalah fasilitas yang diberikan perusahaan baik dari sisi kebersihan, kelengkapan peralatan bengkel, penyimpanan data pascaservis, dan lain-lain. Topik keempat adalah proses servis yang terdiri dari kecepatan proses servis, hubungan komunikasi antara mekanik dengan konsumen selama servis mengenai kondisi sepeda motor konsumen, garansi pascaservis, dan lain-lain. Topik kelima adalah harga yang berhubungan dengan harga *part*, harga jasa servis, kepastian harga *part* dan jasa apakah harga tetap atau dapat ditawar, dan lain-lain. Terdapat dua tanggapan dari narasumber yang membahas mengenai lokasi bengkel resmi yang mudah diakses. Namun, pada bengkel non resmi tidak terdapat tanggapan yang membahas mengenai kondisi lokasi bengkel, oleh karena itu topik lokasi bengkel tidak dibandingkan.

Pada Gambar I.3 dapat dilihat bahwa terdapat tiga buah topik tanggapan dimana bengkel resmi unggul dibandingkan bengkel non resmi. Berdasarkan tanggapan narasumber, keunggulan bengkel resmi terdapat pada *spare part* yang dijual, fasilitas yang diberikan, dan proses servis. Sedangkan bengkel non resmi memiliki keunggulan pada bagian mekanik dan harga yang diberikan kepada konsumen. Selain kelebihan dari masing-masing bengkel, terdapat bagian dari kuesioner yang ditujukan untuk melihat perbandingan dari kekurangan kedua jenis bengkel. Gambar I.4 merupakan diagram yang memperlihatkan kekurangan-kekurangan yang diberikan oleh responden terhadap masing-masing jenis bengkel.



Gambar I.4 Grafik Perbandingan Kekurangan Bengkel Resmi dan Non Resmi

Gambar I.4 merupakan gambar grafik perbandingan kekurangan antara bengkel resmi dengan bengkel non resmi. Terdapat 5 topik utama mengenai tanggapan yang diberikan narasumber yang diutarakan pada kuesioner. Penjelasan kelima topik pada Gambar I.4 memiliki penjelasan yang sama dengan topik pada Gambar I.3. Berbeda dengan topik tanggapan kuesioner kelebihan, pada kuesioner perbandingan kekurangan bengkel resmi dan bengkel non resmi tidak terdapat topik tanggapan lain.

Pada Gambar I.4 dapat dilihat bahwa terdapat tiga buah topik tanggapan dimana tanggapan bengkel resmi lebih besar dibandingkan bengkel non resmi. Berdasarkan tanggapan narasumber, kekurangan bengkel resmi terdapat pada mekanik, proses servis, dan harga. Sedangkan bengkel non resmi memiliki kekurangan pada topik *spare part* sepeda motor dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen. Setelah mengumpulkan informasi dari narasumber melalui kuesioner, dapat dilihat pada Gambar I.3 dan Gambar I.4, bengkel resmi memiliki keunggulan pada topik proses servis dengan persentase sebesar 64% atau 29 tanggapan dari total 45 tanggapan mengenai proses servis. Namun dengan responden yang sama, tanggapan kekurangan bengkel resmi pada topik proses servis memiliki nilai dengan kondisi yang sama dimana kekurangan proses servis bengkel resmi lebih besar dari bengkel non resmi. Tanggapan mengenai kekurangan bengkel resmi pada topik proses servis adalah 52% atau sebanyak 16 tanggapan dari total 31 tanggapan.

Kondisi proses servis pada grafik kelebihan dan grafik kekurangan bengkel resmi menunjukkan kondisi yang belum sah, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut agar diperoleh akar permasalahan serta perbaikan yang dapat diberikan kepada pihak perusahaan. Selain itu, walau bengkel resmi memiliki kelebihan yang lebih banyak dibandingkan bengkel non resmi, terdapat kondisi dimana PT.X kesulitan untuk mencapai target servis setiap bulan yang sudah disepakati 29 cabang PT.X. Oleh karena itu, kondisi ini perlu diteliti lebih lanjut agar dapat ditemukan akar permasalahan serta solusi yang dapat diberikan kepada perusahaan. Dibutuhkan suatu penelitian terhadap faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bengkel agar pihak perusahaan dapat melakukan perbaikan serta pengembangan lebih lanjut untuk memenuhi faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen.

Berdasarkan penjelasan identifikasi di atas, dapat diduga bahwa terdapat sejumlah faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bengkel sepeda motor, serta adanya dugaan bahwa bengkel tidak resmi memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan dengan bengkel resmi. Oleh karena itu, untuk menjawab dugaan yang ada, maka dalam penelitian ini dirumuskan masalah sebagai berikut ini.

1. Faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bengkel motor?
2. Bagaimana kelebihan dan kekurangan bengkel resmi dibandingkan bengkel non resmi berdasarkan faktor yang dipertimbangkan dalam memilih bengkel motor?
3. Apakah saran dan usulan yang dapat diberikan dari penelitian ini untuk meningkatkan servis di PT.X berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih bengkel?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam melakukan penelitian, dibutuhkan suatu pembatasan masalah dengan tujuan agar penelitian tetap fokus terhadap objek yang diteliti. Penentuan suatu batasan dan asumsi dalam penelitian membantu peneliti dalam melakukan pembahasan yang ada lebih mendalami topik yang diangkat. Oleh karena itu pembatasan masalah dapat dilihat pada beberapa acuan berikut ini.

1. Penelitian fokus kepada jasa servis kendaraan sepeda motor di PT.X Jalan BKR, Kota Bandung.
2. Responden merupakan pemilik sepeda motor yang dapat dilayani PT.X untuk melakukan perawatan servis atau penggantian *part*.
3. Penelitian hanya dilakukan hingga tahap pemberian usulan perbaikan dan tidak mencakup implementasi.

Adapun asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kondisi fasilitas dan layanan yang diberikan perusahaan PT.X tidak mengalami perubahan selama dilakukannya penelitian.

I.4 Tujuan Penelitian

Setelah pembahasan pada subbab sebelumnya, penentuan tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk memberikan arah kepada proses penelitian

ini. Tujuan penelitian terbagi kedalam beberapa bagian yang dapat dilihat sebagai berikut.

1. Mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bengkel untuk melakukan servis sepeda motor.
2. Mengetahui kelebihan dan kekurangan bengkel resmi dibandingkan bengkel tidak resmi berdasarkan faktor yang dipertimbangkan dalam memilih bengkel motor.
3. Memberikan saran dan usulan perbaikan kepada PT.X.

I.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi dampak yang baik kepada perusahaan untuk mengembangkan pelayanan dalam hal servis sepeda motor. Perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih tempat servis. Dengan demikian, perusahaan dapat memperbaiki atau meningkatkan performa pelayanan yang diberikan berdasarkan faktor-faktor yang sudah diketahui dari penelitian ini serta mencapai visi dan misi sebagai perusahaan yang terkemuka dalam jaringan *retail* otomotif dan memiliki jaringan *retail* yang kuat, dan menguntungkan, serta operasional yang handal.

Perusahaan dapat mempertimbangkan usulan serta saran yang diperoleh serta melakukan pengembangan lebih lanjut atau mengaplikasikannya secara langsung. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi, wawasan dan pengalaman baru baik kepada penulis dan pembaca berhubungan dengan pelayanan servis dibidang otomotif terutama pelayanan servis sepeda motor serta fasilitas pendukungnya.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan penjelasan proses penelitian yang dilakukan secara bertahap agar memperoleh hasil berdasarkan informasi serta data yang sudah diperoleh. Dalam metodologi penelitian, terdapat diagram aliran serta penjelasan dari masing-masing tahap pada diagram tersebut. Penjelasan untuk masing-masing tahap dalam penelitian terdapat pada poin-poin berikut ini.

1. Studi Pendahuluan

Pada tahap studi pendahuluan, proses yang dilakukan adalah menentukan objek penelitian yang ingin diteliti beserta melakukan

observasi secara langsung ke PT.X. Selama melakukan observasi, pada tahap ini juga dilakukan wawancara kepada salah satu wakil PT.X membahas mengenai kondisi perusahaan saat ini dan tindakan yang diambil perusahaan.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Tahap identifikasi masalah dapat dilakukan setelah melakukan studi pendahuluan dengan melihat dugaan suatu permasalahan berdasarkan informasi dan data awal yang diperoleh. Pada tahap ini, proses penelitian dilanjutkan dengan melakukan wawancara kepada pihak perusahaan mengenai jasa pelayanan servis yang sudah diberikan, melakukan wawancara kepada pengguna sepeda motor dengan *brand* yang dilayani di PT.X di sekitar lokasi PT.X, dan kepada konsumen untuk melihat pendapat konsumen mengenai jasa pelayanan yang konsumen rasakan dari PT.X.

3. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian

Agar penelitian fokus terhadap objek yang diteliti dan tidak membahas hal-hal diluar objek yang diteliti, perlu dilakukan penentuan batasan masalah agar fokus penelitian terhadap suatu objek tidak lebih jelas. Selain itu, seringkali kondisi dimana ketika proses penelitian dilakukan terdapat hal yang tidak bisa dihindari atau dihilangkan. Oleh karena itu, dibutuhkan batasan masalah serta asumsi penelitian agar proses penelitian dapat dilakukan hingga proses pemberian usulan perbaikan dan pengembangan untuk jasa pelayanan servis di PT.X.

4. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pada bagian ini dilakukan penentuan tujuan dari penelitian agar proses penelitian yang dilakukan tidak bias dan fokus terhadap apa yang diteliti. Adapun pembahasan mengenai manfaat penelitian yang diharapkan dapat memberikan dampak baik kepada penulis maupun kepada pihak perusahaan yang sudah mengizinkan penulis melaksanakan penelitian ini.

5. Studi Literatur

Tahap studi literature dilakukan setelah peneliti menemukan permasalahan pada tahap identifikasi dan rumusan masalah yang ada di PT.X. Studi literature dilakukan dengan mencari sumber yang memiliki

teori serta bidang ilmu yang berhubungan dengan jasa, perilaku konsumen, servis sepeda motor, dan metode pengumpulan data.

6. Perancangan dan Pengujian Kuesioner

Tahap perancangan kuesioner diawali dengan studi literatur dan mencari referensi model diawali dengan studi literatur dari buku dan *paper* atau jurnal penelitian yang sudah dilakukan sebagai acuan penentuan model awal. Model yang sudah diperoleh dari studi literatur dan jurnal kemudian diadopsi dan dikembangkan bersama dengan wawancara pihak perusahaan. Tujuan dari wawancara sendiri adalah memperoleh persetujuan atas model yang diterapkan dalam penelitian serta menambahkan beberapa atribut berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan. Setelah kuesioner selesai dibuat, tahap berikutnya adalah melakukan pengujian kuesioner dengan membagikan kuesioner kepada responden yang bisa diminta komentarnya terhadap kuesioner yang responden isi. Tujuan dari pengujian kuesioner ini adalah memperoleh kritik dan saran agar kuesioner dapat diperbaiki dan dikembangkan lebih baik lagi sebelum disebar untuk proses pengumpulan data.

7. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Model penelitian kemudian dikembangkan kedalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 6 butir pertanyaan terkait dengan seleksi responden penelitian, 3 butir pertanyaan dengan profil responden, dan 55 butir pertanyaan terkait dengan variabel faktor menentukan responden dalam memilih bengkel yang hendak diteliti terdiri dari pendapat pribadi, penilaian terhadap bengkel resmi, penilaian terhadap bengkel tidak resmi, dan tingkat keputusan yang diambil responden. Kuesioner disebar secara daring dan tatap muka. Selain melakukan seleksi responden melalui kuesioner, proses seleksi dilihat berdasarkan kuesioner yang diisi hingga tuntas. Kuesioner yang sudah memenuhi kriteria kemudian diolah menggunakan *software IBM SPSS Statistics 25* agar dapat dianalisis lebih lanjut.

8. Pengelompokkan Faktor

Berdasarkan data yang sudah memenuhi kriteria pada tahap pengumpulan dan pengolahan data, data kemudian diuji terlebih dahulu

dengan uji validitas. Uji validitas dapat menunjukkan apakah data yang diperoleh sudah *valid* dan layak untuk diuji lebih lanjut atau masih dibutuhkan pengumpulan data lebih lanjut. Setelah data dinyatakan *valid* untuk diuji, tahap berikutnya adalah melakukan proses analisis faktor untuk mengelompokkan atribut-atribut yang ada menjadi beberapa faktor yang lebih sederhana. Pengelompokkan faktor dapat memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian serta menganalisis dan memberikan usulan perbaikan.

9. *Correspondence Analysis*

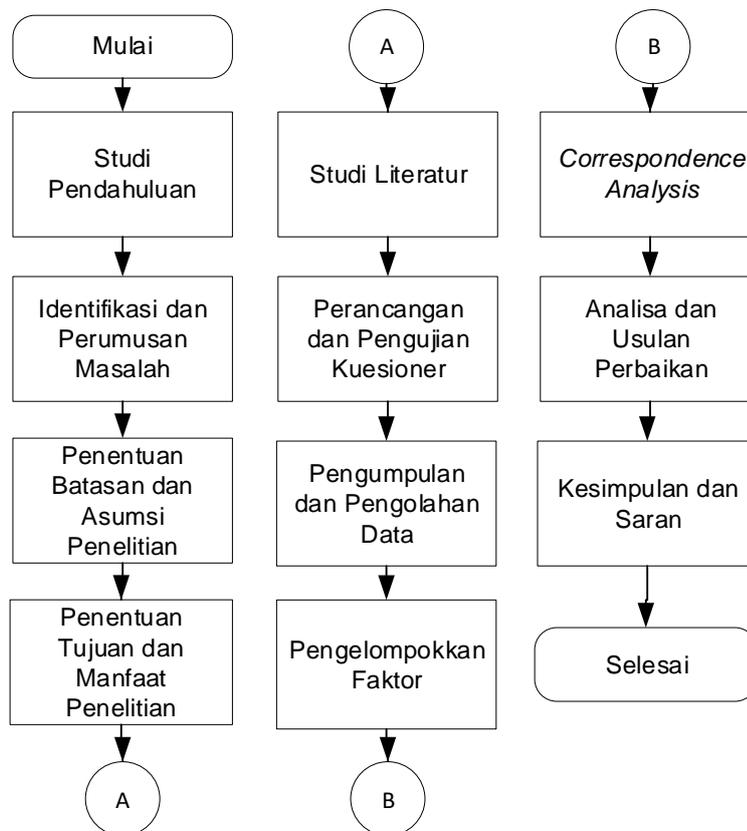
Tahap setelah melakukan analisis faktor adalah melakukan perbandingan antara dua jenis bengkel. Proses perbandingan dilakukan dengan menggunakan metode *correspondence analysis*. Hasil dari *correspondence analysis* adalah nilai yang mendeskripsikan kelebihan atau kekurangan terhadap bengkel lain.

10. Analisis dan Usulan Perbaikan

Proses yang dilakukan setelah pengolahan data adalah melakukan analisis terhadap tahap-tahap yang dilakukan dalam penelitian. Tahap pertama adalah melakukan analisis hasil kelompok faktor yang diperoleh, analisis profil responden, analisis hasil *correspondence analysis*, analisis data wawancara dengan responden, dan analisis usulan perbaikan yang diberikan kepada pihak bengkel.

11. Kesimpulan dan Saran

Bagian terakhir pada penelitian ini adalah kesimpulan dan saran. Kesimpulan merangkum hasil dari penelitian secara singkat serta rekomendasi terhadap objek penelitian. Selain itu, terdapat saran yang diberikan baik terhadap perusahaan maupun kepada pembaca.



Gambar 1.5 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi kedalam 5 bab berbeda yang dimulai dengan bab pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan, dan kesimpulan dan saran. Penjelasan dari masing-masing bab dapat dilihat pada beberapa poin penjelasan berikut ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai dasar yang mendukung penelitian ini dilakukan. Teori-teori yang ada diperoleh dari sumber-sumber literatur buku-buku dan jurnal-jurnal yang ada. Teori yang diperoleh digunakan sebagai pedoman dalam

melakukan pengumpulan data, pengolahan data, dan digunakan untuk analisis serta pemberian usulan terhadap permasalahan yang diteliti.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pengumpulan dan pengolahan data menjelaskan mengenai tahap-tahap yang dijalankan selama melakukan penelitian. Pada bab diawali dengan penjelasan perancangan kuesioner, pengujian kuesioner, dan pengumpulan data. Setelah memperoleh data, dilakukan pengolahan agar diperoleh data yang siap diuji sesuai kebutuhan penelitian. Data yang sudah diolah kemudian memasuki tahapan uji validitas dan uji lainnya agar dapat diperoleh hasil akhir yang dapat dianalisis dan disimpulkan.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN

Proses analisis dilakukan terhadap hasil pengelompokkan faktor, profil responden, hasil dari *correspondence analysis*, hasil wawancara dengan wakil responden mengenai hasil *correspondence analysis*, dan analisis terhadap usulan yang hendak diberikan kepada perusahaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan dan saran ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penelitian ini. Kesimpulan menjawab tujuan dari penelitian ini, sedangkan saran merupakan hasil dari penelitian yang dapat diberikan kepada PT.X dan penelitian berikutnya.

