

P  
R  
K  
I  
S  
P  
R  
D  
P  
K  
P  
S  
K  
S  
M  
D  
I  
R  
M  
D  
I  
S  
I  
K  
M



□□□

□

□



□

□

□

□

□

SKRIPSI

□□

□

D  
a  
j  
a  
n  
t  
m  
e  
m

□

□

□□□□

S  
i  
s  
M  
i

□□□□□□□□

□

□

□

□□

□

I  
R  
S  
I  
S  
K  
I  
K  
P  
R

□  
K  
S  
K  
M  
I

P  
R  
M  
S  
D  
I  
M  
M

r  
k  
r  
d  
i  
s  
i  
P  
S  
K  
P  
K  
I  
S  
K  
S  
I  
I

□□  
D

□□□□

S R I S M R S I S

D I I R M S I K M

□

□



□

□

□

□

□

D R R D S I S

□

□

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

□

□

□

□ □ □

S i s M i S i

□ □ □ □ □ □ □ □ □ □

□

□

□

□ □

□

P R I R S I

□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ M I S

P R M I M M

r d i d P S K P K I S K S I I

□ □ □ D □ □ □ □

□ □ □ □ □

□

□

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

KOMISI

PRORUMSIRMI



PERSKRIPSI

PROSEKURSI

DIRMIDSIK

ke

tanam keamanan

andngg

etakarjana Manajemen

Dr. Hartono M.M.

emng

Dr. Hartono M.M.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Stanislaus Michael Sugiaman  
Tempat, tanggal lahir : Tasikmalaya, 23 Agustus 2000  
NPM : 6031801026  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:  
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Formula Auto Detailing Tasikmalaya

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.  
dan :

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun 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 hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

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 ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal 29 Juli 2022

Pembuat pernyataan : Stanislaus Michael Sugiaman



( Stanislaus Michael )

S R K

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas layanan dan seberapa baik Detaching saat ini. Penelitian juga ingin mengetahui seberapa baik pengendalian kualitas dan *reliability* memengaruhi persepsi konsumen terhadap Detaching. Tujuan utamanya adalah

Daerah penelitian yang merupakan daerah adalah persepsi konsumen terhadap Detaching. Tujuan adalah daerah. Jenis alat terdapat responden yang diambil dengan cara *simple random sampling*, yang merupakan pengambilan sampel acak yang dilakukan secara acak dan merata untuk mendapatkan informasi yang akurat.

Perbedaan antara data induktif dan deduktif adalah cara mereka berinteraksi. Cara deduktif adalah menguji hipotesis dengan menggunakan metode regresi. Cara induktif adalah mengamati kejadian-kejadian dan kemudian menarik kesimpulan. Cara induktif dari masing-masing dimensi adalah dengan menggunakan *tangible* dengan *reliability* dengan *responsiveness* dengan *empathy* dengan *assurance* dengan *reliability*. Daerah penelitian dengan *tangible* merupakan Detaching. Tujuan utamanya adalah memberikan informasi yang akurat dengan menggunakan metode yang tepat dan aman. Daerah penelitian dengan *reliability* merupakan Detaching. Tujuan utamanya adalah memberikan informasi yang akurat dengan menggunakan metode yang tepat dan aman.

Kata kunci adalah layanan, persepsi, dan konsumen.

## ABSTRACT

□ □

*The purpose of this research was to find out how consumers' perceptions of service quality and consumer satisfaction of Formula Auto Detailing today are. In addition, the authors also want to know how much influence for each dimension in service quality, namely tangible, empathy, responsiveness, assurance, and reliability affect consumer satisfaction Formula Auto Detailing Tasikmalaya.*

*In this study, the population is all consumers of Formula Auto Detailing Tasikmalaya in West Java. There are 117 respondents taken as samples in this study. This sample was taken using a simple random sampling technique, which is a random sampling of the population without regard to the existing strata in the population.*

*Based on data analysis, the indicators in this study are valid and the variables are reliable. In the classical assumption test, the regression model is multicollinearity free, does not occur heteroscedasticity, and is normally distributed. The individual order of each dimension of the most influential variable is the tangible variable with a regression coefficient of 0.246; then reliability with a regression coefficient of 0.212; then responsiveness with a regression coefficient of 0.157; then empathy with a regression coefficient of 0.120; and the dimension of the variable that has the lowest effect is assurance with a regression coefficient of 0.098. Therefore, the Tasikmalaya Auto Detailing Formula needs to focus more on the dimensions of the variables that are considered more important such as physical evidence (tangible) and reliability (reliability). In terms of tangible evidence, Formula Auto Detailing Tasikmalaya needs to renovate the building by repainting dirty walls, repairing damaged buildings, and providing a more comfortable waiting room. In relation to reliability, the Tasikmalaya Auto Detailing Formula needs to be added to the skills and knowledge of employees by providing training in the form of training and development.*

**Keywords:** Service Quality, Consumer Satisfaction □

□

□

□



# D I S I

TR

ABSTRACT

T G T R

D T R

D T R J

D T R G M R

D T R M R

D

1.1 C a t a r e a n g e n e t i a n

1.2 R o m b a n M a c a a e n e t i a n

1.3 T j a n e n e t i a n

1.4 M a n a a t e n e t i a n

1.5 e r a n g a e m i r a n

T J T

e a c a n a n

a t a e a c a n a n

e c a c a n c h m e n

e n e t i a n T e r d a

M T D D J T

M e t o d e d a n J e n e n e t i a n

T e c h n o l o g i m a n D a t a

a d a n a m e e n e t i a n

a r a e e n e t i a n

e r a n a a a r a e

e n g r a n a r a e







## D A R M A R

Gambar Kerangka Pemikiran.....	6
Gambar Konsep Kepuasan Pelanggan .....	11
Gambar Pengukuran Formula Auto Detailing Tasikmalaya.....	29
Gambar Lingkungan Kerja Formula Auto Detailing Tasikmalaya.....	30
Gambar Perencanaan dan Detailing Tasikmalaya.....	37
Gambar Impact dan Perencanaan dan Detailing Tasikmalaya.....	38
Gambar Perencanaan dan Perencanaan dan Detailing Tasikmalaya.....	40
Gambar Jam dan Perencanaan dan Detailing Tasikmalaya.....	42
Gambar Data Tangga dan Perencanaan dan Detailing Tasikmalaya.....	43
Gambar Perbandingan antara Cara dan Perencanaan dengan Cara dan Perencanaan dan Detailing Tasikmalaya.....	46
Gambar Grafik Histogram Uji Normalitas.....	47
Gambar Analisis Regresi dan Perencanaan dan Detailing Tasikmalaya.....	48
Gambar Uji Korelasi antara Cara dan Perencanaan dengan Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	49
Gambar Uji Korelasi antara Cara dan Perencanaan dengan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)....	49
Gambar Analisis Regresi dan Perencanaan dengan Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	51
Gambar Analisis Regresi dan Perencanaan dengan Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	52
Gambar Analisis Regresi dan Perencanaan dengan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)....	54

□

□

□

□

□

□

□

**D R M P I R**

amran e ner enetan ..... 60

amran a Rea t a e ner ..... 65



□

Dengan sifat kerelaan kita mengerti bahwa orang di sekitar kita menghormati kita dengan strategi dan pendekatan agar mereka dan kita dapat berinteraksi dengan orang lain dengan cara yang baik dan benar. Kita ingin menunjukkan kepada orang lain bahwa kita adalah orang yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Kita ingin menunjukkan kepada orang lain bahwa kita adalah orang yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Kita ingin menunjukkan kepada orang lain bahwa kita adalah orang yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Kita ingin menunjukkan kepada orang lain bahwa kita adalah orang yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab.

Transparansi adalah menjadi lebih terbuka dan jujur dalam segala hal yang berkaitan dengan bisnis kita. Dengan menunjukkan transparansi kepada pelanggan, kita dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap merek kita. Dengan menunjukkan transparansi kepada karyawan, kita dapat meningkatkan motivasi mereka dan meningkatkan produktivitas mereka. Dengan menunjukkan transparansi kepada investor, kita dapat meningkatkan nilai perusahaan kita. Dengan menunjukkan transparansi kepada masyarakat, kita dapat meningkatkan reputasi perusahaan kita.

Berling dengan perencanaan jaman yang beragam ini, perencanaan menjadi lebih efektif dan efisien. Kita juga dapat meningkatkan kualitas layanan kita dengan menggunakan teknologi yang lebih canggih. Kita juga dapat meningkatkan efisiensi operasional kita dengan menggunakan alat dan mesin yang lebih canggih. Kita juga dapat meningkatkan keamanan kita dengan menggunakan sistem keamanan yang lebih canggih. Kita juga dapat meningkatkan daya tahan kita dengan menggunakan bahan-bahan yang lebih tahan lama. Kita juga dapat meningkatkan daya tarik kita dengan menggunakan strategi pemasaran yang lebih canggih.

□

□







□

**1.2 R... s... M... s... P... i... i...**

...aga mana...er...e...n...men...ter...ada...a...fa...e...a...anan...rm...a...  
...t...Deta...ng...Ta...ma...a...a...

...aga mana...e...a...an...n...men...ter...ada...e...a...anan...rm...a...t...  
Deta...ng...Ta...ma...a...a...

...e...era...ca...e...ar...e...ngar...a...fa...e...a...anan...ter...ada...e...a...an...  
...n...men...d...rm...a...t...Deta...ng...Ta...ma...a...a...

□

**1.3 ... P... i... i...**

...nt...mengeta...aga mana...er...e...n...men...ter...ada...a...fa...  
e...a...anan...d...rm...a...t...Deta...ng...Ta...ma...a...a...

...nt...mengeta...aga mana...e...a...an...n...men...ter...ada...e...a...anan...  
d...rm...a...t...Deta...ng...Ta...ma...a...a...

...nt...mengeta...e...ar...e...ngar...a...fa...e...a...anan...ter...ada...  
e...a...an...n...men...d...rm...a...t...Deta...ng...Ta...ma...a...a...

**1.4 M... P... i... i...**

... Man...aat...cadem...

Dar...a...ene...fian...n...d...ara...an...da...cat...mem...cer...an...engeta...an...ag...  
...a...r...gram...t...d...Manajemen...da...am...engem...bangan...n...e...te...r...dan...  
...n...n...n...n...m... mengena... a...fa...e...a...anan... dan... e...a...an...  
e...anggan...e...a...n...t...ag...a...a...n...em...ga...ene...fian...n...a...d...jad...an...  
a...an...nt...ene...fian...e...anj...n...a...ag...ang...ng...n...mene...t...er...a...aan...  
...rm...a...t...Deta...ng...Ta...ma...a...a...

... Man...aat...ra...t...

...ag...er...a...aan...rm...a...t...Deta...ng...Ta...ma...a...a...em...ga...ene...fian...  
n...a...d...g...na...an...e...aga...re...ren...dan...a...an...da...am...engam...an...  
e...t...an...mengena...e...a...an...n...men...D...ara...an...er...a...aan...da...cat...  
e...mem...cer...a...a...fa...e...a...anan...a...agar...n...men...mera...a...a...  
Dengan...n...men...mera...a...a...ma...a...er...a...aan...a...an...menda...cat...an...  
e...nt...ngan...e...m...erta...meng...rang...a...a...a...a...ang...rang...ment...ng...da...cat...  
d...ndar...

□

□

□

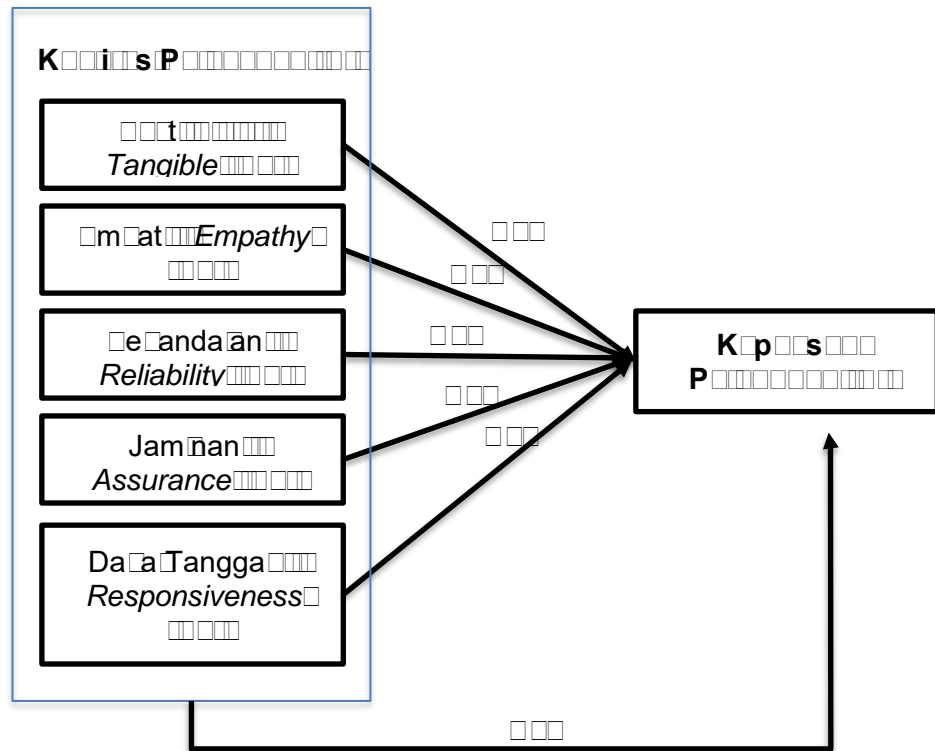
□

**K** **r** **o** **s** **o** **k** **P** **o** **i** **k** **i** **r**

enefitansi terdapat dalam cara dan madmen arare ang  
 erat inde enden dan de enden ang merca an arare inde enden a t  
 afa e a anan er a arare de enden a t e a an n men  
 rm a t Deta ng Ta ma a a Terda at ma nd at r ont  
 meng r t ng at a fa e a anan a t f Tangibles m at  
 Empathy e anda an Reliability Jam n an Assurance dan Da a Tangga  
 Responsiveness ang Ter engar ter da e a an n men rm a  
 t Deta ng Ta ma a a

engar m fan arare inde enden ter da arare de enden  
 a an de t da am enefitansi er t n da a erang a em randa am  
 enefitansi

Gam  
erang a em randa am



m er ara raman e f am err dan Tjt n

□

Ma'a te tangdajan intene tan n'ada'a

□□□□ Dmen tangdajan (Tangible) erengar e'ara gn'an terada e'adan nmen rma'at Deta'ng Ta'ma'a

□□□□ Dmen em'at (Empathy) erengar e'ara gn'an terada e'adan nmen rma'at Deta'ng Ta'ma'a

□□□□ Dmen ara'e e'anda'an (Reliability) erengar e'ara gn'an terada e'adan nmen rma'at Deta'ng Ta'ma'a

□□□□ Dmen jam'an (Assurance) erengar e'ara gn'an terada e'adan nmen rma'at Deta'ng Ta'ma'a

□□□□ Dmen da'atangga (Responsiveness) erengar e'ara gn'an terada e'adan nmen rma'at Deta'ng Ta'ma'a

□□□□ Dmen a'fa' e'adan erengar e'ara gn'an terada e'adan nmen rma'at Deta'ng Ta'ma'a

□

□

□

□

□

□