

ABSTRAK

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN JASA BENGKEL MOTOR AHASS

Studi kasus pada bengkel motor AHASS Monza Prima 2592 Gejayan, Yogyakarta

Ratna Juliana Sihite
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2006

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan bengkel motor AHASS, 2) Perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan jasa bengkel motor AHASS berdasarkan jenis kelamin, usia dan tingkat pendapatan.

Penelitian ini dilaksanakan di bengkel motor AHASS Monza Prima 2592 Yogyakarta pada bulan Maret-April 2006. Populasi penelitian adalah konsumen yang menggunakan jasa bengkel motor AHASS. Sampel penelitian berjumlah 100 responden dan teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *Purposive sampling* dan *Accidental sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji T-test dan uji F (Anova).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan jasa bengkel motor AHASS Monza Prima 2592 adalah berkategori baik, 2) Untuk analisis perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan jasa berdasarkan jenis kelamin terdapat perbedaan pada dimensi bentuk fisik dan empati, 3) Untuk analisis perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan jasa berdasarkan usia dan pendapatan tidak terdapat perbedaan pada semua atribut yang di uji.

ABSTRACT

ANALYSIS PERCEPTION OF CONSUMER TO QUALITY OF SERVICE WORKSHOP MOTOR OF AHASS

Case study in motor workshop of AHASS Prima Monza 2592 Gejayan, Yogyakarta

Ratna Juliana Sihite
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2006

This research aims were to figure out 1) The consumers' perception on quality of service of AHASS 2) The consumers perception discrepancy on quality of service of AHASS based on gender, age and income.

This research was held in AHASS Prima Monza 2592 Yogyakarta on Maret-April 2006. The research population was consumer of motor workshop service of AHASS Prima Monza. The samples of research were 100 respondents. Purposive sampling and Accidental sampling were applied in choosing the respondents. The data collection techniques were interview, documentation, and questionnaires. The data analysis techniques were the T-Test and test F (Anova).

The research concluded that 1) consumers' perception quality of service of AHASS Prima Monza 2592 was good 2) Based on gender there are differences at empathy and physical dimension 3) Based on earnings and age there was no differences on the consumers' perception.