

ABSTRAK

ANALISIS ATRIBUT PRODUK JASA PERAWATAN MOBIL YANG MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN

Studi kasus pada unit bisnis perawatan mobil “Sigma Car maintenance”

Christian Triangga Bayu
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2002

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) apakah atribut produk jasa perawatan mobil yang ditawarkan “Sigma Car maintenance” berpengaruh dalam membentuk loyalitas pelanggan, (2) sekelompok atribut jasa perawatan mobil apa sajakah yang lebih mendukung terciptanya loyalitas pelanggan, (3) atribut produk jasa perawatan mobil apa yang menjadi prioritas utama bagi para pelanggan untuk menggunakan jasa “Sigma car maintenance”.

Penelitian ini dilakukan pada unit bisnis perawatan mobil “Sigma Car Maintenance” pada bulan April-Mei 2002.

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan yang telah dua kali atau lebih menggunakan produk jasa perawatan mobil “Sigma Car maintenance”. Dari populasi yang ada, diambil sebanyak 75 responden dengan menggunakan teknik Sampling isidental. Untuk memperoleh data, penulis menggunakan data yang diambil dari data perusahaan dan kuesioner yang diambil dari responden. Untuk menjawab masalah pertama dan kedua menggunakan Cochran Q Test, sedangkan untuk menjawab masalah ketiga menggunakan Nilai Indeks.

Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa (1) atribut produk jasa perawatan mobil berpengaruh dalam membentuk loyalitas pelanggan, (2) atribut produk jasa yang lebih mendukung terciptanya loyalitas pelanggan adalah : kualitas pelayanan, pengantaran dan penjemputan kendaraan, kesigapan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan pasca pembelian jasa dan keramahan karyawan, (3) atribut produk jasa yang menjadi prioritas utama bagi pelanggan untuk menggunakan jasa “Sigma Car maintenance” adalah kualitas pelayanan.

ABSTRACT

AN ANALYSIS ON THE INFLUENCE OF CAR TREATMENT SERVICE ATTRIBUTES TOWARDS CUSTOMERS' LOYALTY

A Case Study at “Sigma Car Maintenance”

**Christian Triangga Bayu
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2002**

This study aimed to find out (1) whether or not the product service attributes proposed by “Sigma Car Maintenance” had any influences in establishing the customers’ loyalty, (2) the group of the product service attributes supported the creation of customers’ loyalty, and (3) the customers’ main priority in employing the product service attributes proposed by “Sigma Car Maintenance”.

This study was conducted at “Sigma Car Maintenance” Car Care Business Unit on April – May 2002.

The population of this study was the customers of “Sigma Car Maintenance” who had used its product services twice or more. There were 75 respondents taken by using incidental random sampling in order to have the samples of the population. To get the data, the study used the company’s documents and also questionnaires from the respondents. To answer the first two questions, a Cochran Q test was used, whereas the third question was answered by using Index Value.

From the study, it was found out that (1) the product service attributes proposed by “Sigma Car Maintenance” influenced the customers’ loyalty, (2) the product service attributes which lead on customers’ loyalty more were: services quality, car deliveries, the employees’ efficiency in responding customers’ complains after service and the employees’ hospitality, (3) the customers’ main priority in employing the product service attributes proposed by “Sigma Car Maintenance” was the quality of the services.