

**ABSTRAK****ANALISIS PERBANDINGAN PERSEPSI DAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TENTANG KUALITAS JASA BENGKEL SEPEDA MOTOR**

Studi Kasus pada  
Bengkel AHASS By Pass Motor dan Bengkel AHASS Servis Honda Surat  
Klaten

Oleh:

Kristian Prasetyo Adi

NIM : 032214044

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan persepsi terhadap kualitas jasa antara pengelola dan konsumen, pada 2 bengkel (yaitu satu buah bengkel yang relatif ramai dan satu buah bengkel yang relatif sepi), dan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa bengkel sepeda motor, pada masing-masing kelompok servis lengkap, servis ringan, dan ganti oli plus.

Teknik pengumpulan data adalah: 1). wawancara, untuk mengetahui gambaran umum perusahaan, 2). kuesioner, untuk mengetahui data identitas konsumen, skor/nilai persepsi konsumen dan pengelola bengkel tentang kualitas jasa, skor/nilai kepuasan konsumen, 3). dokumentasi, untuk mengetahui jumlah konsumen rata-rata per bulan. Teknik analisis data yang digunakan adalah: Uji-t (*t-Test*), untuk mengetahui perbedaan persepsi terhadap kualitas jasa antara pengelola dan konsumen, dan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan konsumen tentang kualitas jasa bengkel sepeda motor, pada masing-masing kelompok servis lengkap, servis ringan, dan ganti oli plus.

Setelah melakukan analisis data, diperoleh hasil: 1). ada perbedaan persepsi terhadap kualitas jasa antara pengelola dan konsumen, pada bengkel sepeda motor relatif ramai dan sepi. Pada kondisi relatif ramai tidak ada perbedaan persepsi  $x = 0,768$  ( $p > 0,1$ ), dan pada bengkel sepeda motor relatif sepi ada perbedaan persepsi  $x = 2,003$  ( $p \leq 0,05$ ), 2). tidak ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen antara konsumen bengkel sepeda motor relatif ramai dan sepi, pada masing-masing kelompok servis lengkap, servis ringan, dan ganti oli plus. Pada kelompok servis lengkap tidak ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen  $x = 0,932$  ( $p > 0,1$ ), pada kelompok servis ringan tidak ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen  $x = 0,874$  ( $p > 0,1$ ), pada kelompok ganti oli plus tidak ada perbedaan tingkat kepuasan  $x = 0,182$  ( $p > 0,1$ ).

**ABSTRACT****AN ANALYSIS ON THE CONSUMER PERCEPTION AND  
SATISFACTION LEVEL TOWARDS THE SERVICE QUALITY  
OF A MOTORCYCLE SERVICE STATION**

A Comparative Case Study at  
Bengkel AHASS By Pass Motor and Bengkel AHASS Servis Honda Surat  
Klaten

By :  
Kristian Prasetyo Adi  
NIM : 032214044

This research aims to analyze the gap of perception of service quality between the managers and the consumers, at a relatively crowded and quiet motorcycle stalls, and to analyze the difference of consumer's satisfaction level concerning with service quality of the service station, in each category of full service, minor service, and lubricating oil change plus.

This research employs techniques of collecting data of: 1). interview, for knowing the profile at the companies generally, 2). Questionnaire, to know consumer identity data, perception score of the consumers and the managers concerning the service quality and consumer satisfaction score, 3). Documentation, for knowing the average number of consumer per month. For data analysis, this research uses T-test, to analyze the difference of perception of service quality between the managers and the consumers, and to know the difference of consumer satisfaction level concerning with service quality of motor cycle stall, in each category of full service, minor service, and lubricating oil exchange plus.

Results show that: 1). There is a difference of perception towards the service quality between the managers and the consumers at the relatively crowded and quiet motorcycle service stations. At the relatively crowded motorcycle service station, there is insignificant difference of perception  $x = 0.768$  ( $p > 0.1$ ), whereas at relatively quiet motorcycle stall there is a difference of perception  $x = 2.003$  ( $p \leq 0.05$ ). For the consumer satisfaction level, there is insignificant difference between the relatively crowded and the quiet motorcycle stalls, in each category of full service, minor service, and lubricating oil exchange plus. In the full service category, there is insignificant difference of consumer satisfaction level  $x = 0.932$  ( $p > 0.1$ ). In minor service category, there is insignificant difference of consumer satisfaction  $x = 0.874$  ( $p > 0.1$ ). In lubricating oil exchange plus category, there is insignificant difference of consumer satisfaction level  $x = 0.182$  ( $p > 0.1$ ).