

Em
658.40354
SRM
P
196



**PELAYANAN PT ASTRA INTERNATIONAL - MVD DIVISI
DAIHATSU CABANG SEMARANG
DIKAJI DARI SISI PERSEPSI KONSUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang**



Disusun Oleh :

SRI ERNAWATI

NIM : 91.30.1069

NIRM : 91.6.111.02016.50116

PERPUSTAKAAN	No. INV.	164/e/96 c1
	No. PIEW.	COM/98
	P.A.S.A.P.	TGL 8-3-96

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1996**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

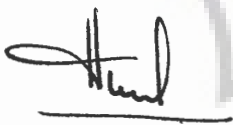
NAMA : SRI ERNAWATI
N I M : 91.30.1069
N I R M : 91.6.111.02016.50116
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : " P E L A Y A N A N P T A S T R A I N T E R N A T I O N A L -
M V D D I V I S I D A I H A T S U C A B A N G S E M A R A N G
D I K A J I D A R I S I S I P E R S E P S I K O N S U M E N "

SEMARANG, DESEMBER 1995

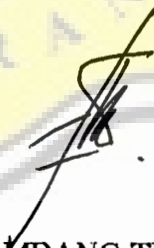
DISETUJUI OLEH :

DOSEN PEMBIMBING I

DOSEN PEMBIMBING II



DRS. HERU SUTANTIO



DRS. H. BAMBANG TRIANTONO

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

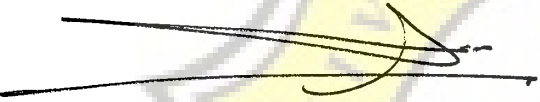
Skripsi telah dipertahankan di dalam sidang pada tanggal 27 Januari 1996

SEMARANG, JANUARI 1996

DISAHKAN OLEH :

DOSEN PENGUJI I

DOSEN PENGUJI II



(PROF. DRS. SOEHARDI)



(DRS. HERU SUTANTIO)

MENGETAHUI :

DEKAN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA



DRSSM ALEX EMYLL, MSP.

NPP : 058.187.029

INTISARI

Skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu : Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian, Hasil dan Pembahasan, Penutup.

Dewasa ini persaingan dibidang automobil semakin tinggi. Perusahaan-perusahaan automobil yang ada berlomba untuk memperoleh konsumen atau pelanggan yang sebanyak-banyaknya dengan mutu barang yang baik. Untuk dapat menarik perhatian konsumen agar dapat lebih banyak lagi, perusahaan berusaha memberikan fasilitas yang lebih baik antara lain dengan mutu yang baik dan harga yang lebih rendah dari pesaing, promosi, dan pelayanan yang baik.

Pada penulisan skripsi ini penulis membahas mengenai bagaimana profil pelayanan PT Astra International-MVD Divisi Daihatsu Cabang Semarang yang dikaji dari sisi persepsi konsumen. Pelayanan merupakan suatu bagian yang penting dari rencana pemasaran dan harus merupakan suatu pertimbangan yang serius didalam pengembangan produk, yang dimulai dari awal. Suatu produk yang baru tidak boleh diperkenalkan sebelum pelayanannya dipikirkan dan diuji. Untuk mengetahui profil pelayanan PT Astra International-MVD terlebih dahulu harus diketahui bagaimana standard serta realisasi pelayanan yang dimiliki oleh perusahaan ini, dan bagaimana persepsi konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh PT Astra International-MVD Divisi Daihatsu Cabang Semarang. Untuk menjawab permasalahan tersebut, maka peneliti mengajukan hipotesis bahwa standard pelayanan yang diberikan kepada pelanggan oleh PT Astra

International-MVD sudah cukup bagus, ini dikaji dari sisi persepsi konsumen, serta bentuk realisasi dari pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan bentuk standard pelayanan perusahaan. Kebenaran dari hipotesis ini perlu diuji, untuk itu digunakan metoda penelitian terhadap populasi dan sampel dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada konsumen, dan teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif.

Hasil analisis yang dilakukan telah membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah diajukan. Dengan memakai metoda kusioner sesuai dengan konsep kunci yang kemudian masing-masing sub konsep kunci diukur/diuji dengan menggunakan skala likert dan dichotomous response. Tipe likert yakni terbagi menjadi 5 (lima) jenis skala, yang diasumsikan setiap jawaban mempunyai jarak yang sama dan masing-masing jawaban diberi bobot penilaian agar subjek penelitian dapat dianalisis. Untuk dichotomous response merupakan pertanyaan-pertanyaan yang tersedia dua katagori jawaban yaitu "Ya" atau "Tidak" dan diberi bobot penilaian.

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat karunia dan bimbingan-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul "PELAYANAN PT ASTRA INTERNATIONAL-MVD DIVISI DAIHATSU CABANG SEMARANG DIKAJI DARI SISI PERSEPSI KONSUMEN" ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir program Strata I. Selama dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak. Bersama ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Alex Emyll, MSP sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. Heru Sutantio sebagai Dosen Pembimbing I dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. H. Bambang Triantono sebagai Dosen Pembimbing II dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Komala Inggarwati, MM. sebagai Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
5. Bapak AM. Bayu Siswanto selaku Kepala Wilayah Jawa Tengah PT Astra International-MVD Divisi Daihatsu.
6. Bapak Imam Pitoyo, Bagian Personalia PT Astra International-MVD

Divisi Daihatsu Cabang Semarang

7. Ibunda dan Kakak-kakakku tercinta yang telah memberi dorongan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Rekanku tercinta Budi Pratomo yang telah membantu dan memberikan dorongan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Seluruh Staff pengajaran Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Atas semua pengorbanan dan dedikasi yang telah diberikan bagi penulis, sehingga dapat membantu meringankan penulis dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi.

Pada kesempatan ini pula penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena terbatasnya pengetahuan maupun pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran pembaca sebagai masukan yang berharga.

Semarang, Desember 1995

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
INTISARI	iv
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Masalah Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian	7
1.5. Sistematika Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Tinjauan Pustaka	10
2.1.1. Konsep-konsep Kunci	10
2.1.1.1. Pengertian Konsep Pelayanan	10
2.1.1.2. Pengertian Konsep Pelanggan	12
2.1.1.3. Pengertian Konsep Pelayanan Pelanggan	13
2.1.1.4. Penalaran Konsep Pelayanan Pelanggan	13

2.2.	Kerangka Pikir Penelitian	19
2.3.	Hipotesis	20
2.4.	Definisi Operasional	20
BAB III.	METODA PENELITIAN	22
3.1.	Lokasi / Tempat Penelitian	22
3.2.	Metoda penelitian	22
3.2.1.	Populasi dan Sampel	22
3.2.2.	Satuan Analisa dan Satuan Pengamatan	23
3.2.3.	Pengukuran Konsep	23
3.2.4.	Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data	25
3.2.5.	Teknik Analisa yang Digunakan	26
BAB IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	27
4.1.1.	Sejarah Singkat PT Astra International-MVD	27
4.1.2.	Divisi Usaha Kendaraan Bermotor	32
4.1.3.	Perkembangan Divisi Automotif	37
4.2.	Analisis Hasil Penelitian	41
4.2.1.	Standar Pelayanan yang Dimiliki	41
4.2.1.1.	Komponen Intern	44
4.2.1.2.	Komponen Ekstern	49
4.3.	Bentuk-Bentuk Pelayanan yang Diberikan	52
4.3.1.	Pelayanan Penyerahan Kendaraan	52

4.3.2. Pelayanan di Showroom	54
4.3.3. Pelayanan Kasir	57
4.3.4 Pelayanan Satpam	58
4.3.5. Pelayanan Penerimaan Telepon	60
4.4. Persepsi Pelanggan Terhadap Pelayanan PT Astra International-MVD Divisi Daihatsu Cabang Semarang..	64
BAB V. PENUTUP	66
5.1. Kesimpulan	66
5.1.1. Pelayanan Konsumen	66
5.1.2. Bentuk-bentuk Pelayanan yang Diberikan oleh PT Astra International-MVD Divisi Daihatsu	66
5.1.3. Persepsi Pelanggan Terhadap Pelayanan yang diberikan oleh PT Astra International-MVD Divisi Daihatsu Cabang Semarang	67
5.2. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	