

Pengaruh *Social Comfort, Employee Job Enthusiasm dan Customer Convinience* terhadap *Repurchasing Intention*
(Studi Kasus Pada Bengkel Langgeng Motor Semarang)

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Kesarjanaan S-1
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun oleh :

Nama : Deddy Suryanto Gunawan
NIM : 00.30.0235

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2006**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Deddy Suryanto Gunawan

NIM : 00.30.0235

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : Pengaruh *Social Comfort, Employee Job Enthusiasm dan Customer Convinience* terhadap *Repurchasing Intention*
(Studi Kasus Pada Bengkel Langgeng Motor Semarang)

Disetujui di Semarang, Oktober 2006

Pembimbing

(Drs. Y. Sugiharto, MM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL :

**Pengaruh *Social Comfort, Employee Job Enthusiasm dan Customer Convinience* terhadap *Repurchasing Intention*
(Studi Kasus Pada Bengkel Langgeng Motor Semarang)**

Yang dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : Deddy Suryanto Gunawan

NIM : 00.30.0235

Telah dipertahankan di depan Penguji pada tanggal : 19 Oktober 2006
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan

untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Pembimbing

Koordinator Penguji

(Drs. Y. Sugiharto, MM.)

(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA.)

Dekan Fakultas Ekonomi

(Sentot Suciarto A., Ph.D)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**Skripsi ini kupersembahkan untuk Tuhan Yama Esa dan
keluargaku tercinta**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Deddy Suryanto Gunawan

NIM : 00.30.0235

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, Oktober 2006

(Deddy Suryanto Gunawan)

ABSTRAKSI

Mengingat persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, disertai dengan keadaan perekonomian negara yang belum juga menunjukkan kemajuan, sehingga menyebabkan perusahaan yang kalah bersaing gulung tikar. Ada beberapa faktor agar pelayanan dapat berjalan dengan baik, antara lain sumber daya manusia yang dapat diandalkan dan didukung oleh fasilitas-fasilitas yang memadai.

Bagi industri jasa, sangat penting untuk menciptakan *repurchase intention* yaitu keinginan untuk membeli kembali pada konsumennya, yang akan mendorong konsumen tetap menjadi pelanggan. Sifat jasa yang tidak berwujud, (tangible) membuat penilaian produk jasa tidak hanya bergantung pada manfaat inti dari produk yang dijual akan tetapi sangat banyak ditentukan oleh pelayanan pada konsumen.

Repurchase intention merupakan perilaku konsumen yang mengarah pada suatu keinginan untuk menggunakan kembali suatu penyedia jasa di masa yang akan datang (Jones et al. 2003; Hellier, et al. 2003). Repurchase intention timbul karena adanya suatu kepuasan yang didapat dari pembelian yang telah lalu, dan kepuasan tersebut mendorong konsumen untuk melakukan pembelian kembali (Jones et al, 2003). Kepuasan tersebut timbul dari evaluasi keseluruhan yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan jasa yang diterimanya di dalam suatu kurun waktu tertentu. Evaluasi penilaian yang dilakukan oleh konsumen dilakukan terhadap setiap tahap penyediaan jasa, dan yang akhirnya menilai puas atau tidaknya atas jasa yang telah diterima dalam seluruh tahapannya.

Repurchase intention timbul jika seseorang merasa dapat mengandalkan perusahaan pemberi jasa, dan secara spesifik timbul melalui brand preference dan customer satisfaction (Hellier, et al. 2003). Suatu brand preference adalah suatu tingkatan dimana konsumen telah dilayani dengan baik oleh penyedia jasa yang digunakannya dan membandingkannya dengan penyedia jasa lain sebagai pertimbangannya. Penyedia jasa yang dapat memenuhi harapan konsumen akan membuat konsumen menjadi loyal atau setia terhadap penyedia jasa tersebut. Customer satisfaction adalah suatu tingkatan dari keseluruhan perasaan senang dan kepuasan hati yang dirasakan oleh konsumen, sebagai hasil dari kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu jasa. Kepuasan yang dirasakan konsumen akan membuat konsumen mempunyai keinginan untuk membeli kembali.

Meningkatnya jumlah pemilik motor mendorong makin tumbuhnya usaha bengkel motor dimana hal tersebut memicu persaingan diantara bengkel motor yang kesemuanya berusaha memuaskan pelanggannya. Setiap perusahaan pada umumnya selalu berusaha untuk terus meningkatkan dan mengembangkan usahanya. Seperti juga yang terjadi pada bengkel motor Langgeng Motor jalan Tlogosari Raya II/48 Semarang. Makin banyaknya jumlah pemakai motor yang mendorong persaingan diantara bengkel motor memacu bengkel Langgeng Motor untuk memberikan pelayanan yang memuaskan pada pelanggan yang mempercayakan kendaraannya untuk diperbaiki maupun diservice.

Meskipun jumlah motor yang dilayani di bengkel Langgeng Motor cukup banyak namun banyaknya bengkel motor sejenis sangat mungkin akan

menjadikan konsumen yang tadinya mempercayakan kendaraannya pada Langgeng motor akan berubah ke bengkel lain jika bengkel Langgeng Motor tidak dapat secara maksimal memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana setiap bengkel motor berusaha untuk melayani pelanggan dengan baik sehingga pelanggan kembali melakukan service di Langgeng Motor, maka peneliti mengambil judul penelitian "Pengaruh *Social Comfort, Employee Job Enthusiasm dan Customer Convinience* terhadap *Repurchasing Intention* (Studi Kasus Pada Bengkel Langgeng Motor Semarang)".

Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan penelitian adalah apakah variable *Social Comfort, Employee Job Enthusiasm dan Customer Convinience* berpengaruh terhadap *Repurchasing Intention* baik secara satu persatu maupun bersama-sama. Agar penelitian lebih terarah dan mengingat keterbatasan peneliti maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada faktor *Influence dan Efficiency* yang meliputi *Social Comfort, Employee Job Enthusiasm dan Customer Convinience* yang berpengaruh terhadap *Repurchasing Intention*.

Dalam tinjauan pustaka dijelaskan tentang konsep yang digunakan dan definisinya. Ada beberap akonsep dalam tinjauan pustaka yaitu definisi jasa, *repurchasing intention, social comfort, employee job enthusiasm, customer convinience*, karakteristik jasa dan nilai bagi pelanggan. Selain itu digambarkan pula kerangka pikir penelitian beserta definisi opsional dan hipotesis yang akan diuji.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengukuran validitas dan reliabilitas, skala pengukuran serta teknik analisis data yang meliputi regresi berganda dan uji t serta uji F.

Pada pembahasan dikemukakan mengenai gambarn umum obyek dan lokasi penelitian dan pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan serta pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin dan merek motor. Dalam pembahasan, dikemukakan pula hasil penelitian dan interpretasi hasil penelitian dimana berdasarkan hasil analisis regresi berganda dapat diketahui persamaan umum regresi yaitu $Y = -0,749 + 0,140X_1 + 0,202X_2 + 0,392X_3$ yang berarti bahwa variabel *Social Comfort, Employee Job Enthusiasm dan Customer Convinience* berpengaruh terhadap *Repurchasing Intention* baik secara satu persatu maupun bersama-sama.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Menguasai Alam beserta isinya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul *“Pengaruh Social Comfort, Employee Job Enthusiasm dan Customer Convinience terhadap Repurchasing Intention” (Studi Kasus Pada Bengkel Langgeng Motor Semarang)*. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademis untuk menempuh kelulusan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata Semarang.

Penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan pihak lain yang berupa dorongan, bimbingan, serta bantuan baik berupa moril maupun materiil. Untuk itu melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas anugrah dan lindungan-Nya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan
2. Bapak Sentot Suciarto, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Bapak Drs. Y. Sugiharto, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga, serta pemikiran untuk memberikan petunjuk dan pengarahan serta saran dalam penyelesaian skripsi.
4. Kedua Orangtuaku beserta segenap keluarga besar-ku yang telah banyak membantu dan memberi semangat serta dorongan moril dan spirit.
5. Orang “ Spesial “ yang selalu memberikan dorongan dan semangat selama ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah membekali pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
7. Pihak Bengkel Langgeng motor yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
8. Para responden yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-temanku tercinta yang ada dimana saja.
10. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu

Peneliti menyadari akan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki sebagai suatu kelemahan dan kekurangan yang menyebabkan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu peneliti mohon maaf jika terdapat kekeliruan atau kesalahan di dalam penulisan serta penyusunan skripsi ini, disamping itu, saran, bimbingan maupun kritik yang membangun sangat peneliti harapkan.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi peneliti lain, rekan-rekan mahasiswa serta semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, Oktober 2006

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Pernyataan Keaslian Skripsi	v
Abstraksi.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Pembatasan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 11
2.1. Pengertian Atribut Produk.....	11
2.2. Definisi Merek.....	14

2.3. Peranan dan Kegunaan Merek.....	16
2.4. Loyalitas Merek.....	17
2.5. Pengukuran <i>Brand Loyalty</i>	20
2.6. Kerangka Pikir.....	22
2.7. Definisi Operasional	23
2.8. Hipotesis.....	24
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 26
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian	26
3.2. Populasi dan Sampel	26
3.2.1. Populasi.....	26
3.2.2. Sampel.....	27
3.3. Jenis Data.....	27
3.4. Validitas Dan Reliabilitas.....	28
3.4.1. Validitas.....	28
3.4.2. Reliabilitas	29
3.5. Skala Pengukuran	30
3.6. Disain Kuesioner.....	30
3.7. Metode Analisis Data	31
3.7.1. Analisis Deskriptif Kualitatif	32
3.7.2. Teknik Analisis Data	33
1. Koefisien Determinasi	34
2. Pengujian Koefisien Regresi secara Parsial (uji- t)	36

3. Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan	
(uji-F).....	37
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Gambaran Umum	38
4.1.1. Gambaran Umum Responden.....	38
1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis	
Kelamin, Usia Dan Pendidikan.....	39
2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis	
Kelamin, Pekerjaan Dan Pendapatan	40
4.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	41
4.3. Analisis Regresi	43
4.3.1. Pengujian Hipotesis secara Parsial (uji t).....	47
4.3.2. Pengujian Hipotesis secara Simultan (uji F)	48
4.4. Implikasi Manajerial	49
 BAB V PENUTUP	50
5.1. Kesimpulan.....	50
5.2. Saran.....	51
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Alasan Konsumen Menggunakan Kartu Prabayar	5
Tabel 3.1. Hasil Ujian Validitas	28
Tabel 3.2. Disain Kuesioner	31
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia Dan Pendidikan	39
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Pekerjaan Dan Pendapatan	40
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	41
Tabel 4.4. Hasil Analisis Regresi	44
Tabel 4.5. Koefisien Determinasi (R^2).....	44
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Hipotesis secara Simultan	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pikir Penelitian	22
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	TABULASI DATA
LAMPIRAN 3	VALIDITAS DAN RELIABILITAS
LAMPIRAN 4	TABEL STATISTIK
LAMPIRAN 5	DISTRIBUSI FREKUENSI
LAMPIRAN 6	REGRESI LINIER BERGANDA
LAMPIRAN 7	IDENTITAS RESPONDEN
LAMPIRAN 8	BUKU KONSULTASI SKRIPSI