ANALISIS 4P TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN EXPOSE CAR RENTAL DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Disusun oleh:

WIDI HANDOYO SETYODHARMO

11013678

FAKULTAS BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2012

©UKDW

ANALISIS 4P TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN EXPOSE CAR RENTAL DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

WIDI HANDOYO SETYODHARMO

11013678

©UKDW

FAKULTAS BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

ANALISIS 4P TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN EXPOSE CAR RENTAL DI YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh :

WIDI HANDOYO S

11013678

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal 23 Mei 2012

Nama Dosen	**Tanda Tangan**
1. Jonathan Herdioko, SE., MM	.....
2. Drs. Andreas Ari Sukoco, MM.,M.Min	.....
3. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si	.....

Yogyakarta, 25 MAY 2018

Disahkan Oleh :

Dekan,

Dr. Singgih Santoso, MM

Ketua Program Studi,

Drs. Sisnuhadi, MBA, PhD

©UKDW

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

ANALISIS 4P TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN EXPOSE CAR RENTAL DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 23 Mei 2012

Widi Handoyo S
11013678

©UKDW

HALAMAN MOTTO

Takut Akan TUHAN adalah permulaan pengetahuan,
Tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan
(Amsal 1:7)

Jikalau engkau berjalan, engkau akan dipimpin-Nya
Jikalau engkau berbaring, engkau akan dijaga-Nya
Jikalau engkau bangun, engkau akan disapa-Nya
(amsal 6:22)

Bukan "Jangan Banyak Bicara, Bekerjalah", Tetapi Banyak Bicara, Banyak Bekerja
(ir.Soekarno: Dibawah Bendera Revolusi)

Jika Anda hanya berusaha menilai seseorang, maka Anda tidak akan pernah dapat menyayangi mereka
Jika kita tidak bisa mencintai orang-orang yang dapat kita lihat,
Bagaimana kita bisa mencintai Tuhan yang tak terlihat?
(Bunda Theresa)

Jika Anda menang, tak usah berkomentar…Pun, jika Anda kalah, tak usah beralasan…
(Adolf Hitler)

Menang, bukan berarti menjadi "paling" Tetapi Menang, karena Anda berusaha lebih baik dari sebelumnya… (Bennie Blair)

Tiga kunci sukses :
Tahu lebih banyak dari orang lain.
Berusaha lebih keras dari orang lain.
Berharap lebih sedikit dari orang lain.
(William Shakesphere)

©UKDW

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- Tuhan Yesus Kristus yang selalu ada untukku.
- Bapak dan Ibu tercinta.
- Kakak serta keluargaku tercinta.

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, cinta, kasih sayang, perlindungan dan petunjuk-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul " Analisis 4P Terhadap Kepuasan Konsumen Expose Car Rental di Yogyakarta" ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Selama proses penelitian sampai selesai, tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dukungan dan saran-saran dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, ingin sekali saya menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu menunjukkan jalan serta cinta dan kasih sayang-Nya yang sangat besar sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu dan pikiran untuk membimbing dan memberikan pengarahan yang sangat berguna bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Seluruh Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pendidikan yang penulis peroleh selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
4. Mbak Lilis, Mas Ngadyo, Pak Purwoto yang selalu ramah dalam memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan.

©UKDW

5. Bapak dan Ibu, terima kasih atas nasehat, kasih sayang serta dukungan doanya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Kalian adalah anugerah terbesar yang pernah aku miliki.
6. Kakak, dan Keluarga besar terimakasih doa dan dukungannya.
7. Keluarga besar Expose Car Rental (Apriana, Puput, Windy, ia', Udin, Jessy, Dimas, Wawan).
8. Untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selama ini telah membantu dan mendukung penulis.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, dengan kesungguhan dan kerja keras penulis berupaya memberikan hasil yang semaksimal mungkin demi tercapainya kesempurnaan. Tanggapan kritikan dan saran akan sangat berarti bagi penulis dalam mencapai kesempurnaan Skripsi ini. Penulis harapkan semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

.

Yogyakarta, 16 April 2012

Penulis

Widi Handoyo S

©UKDW

DAFTAR ISI

Halaman Judul..... i

Halaman Pengajuan..... ii

Halaman Pengesahan iii

Halaman Keaslian Skripsi iv

Halaman Motto..... v

Halaman Persembahan vi

Kata Pengantar vii

Daftar Isi..... ix

Daftar Tabel xii

Daftar Gambar..... xiii

Daftar Lampiran xiv

Abstraksi... xv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah..... 1

1.2. Rumusan Masalah 3

1.3. Tujuan Penelitian 3

1.4. Manfaat Penelitian 4

1.5. Batasan Masalah… 5

Bab II. LANDASAN TEORI, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Pengertian Pemasaran..... 6

2.2. Fungsi-Fungsi Pemasaran..... 8

©UKDW

2.3. Konsep Pemasaran…… 8

2.4. Bauran Pemasaran……..... 10

2.5. Kepuasan Konsumen……..... 12

2.6. Pengembangan Hipotesis 18

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Data

3.1.1 Sumber Data 19

3.1.2 Penentuan Populasi dan Sampel 21

3.2 Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

3.2.1 Variabel Penelitian 22

3.2.1 Pengukuran Variabel 23

3.3 Metode Analisis Data

3.3.1 Uji Validitas 24

3.3.2 Uji Reabilitas..... 25

3.3.3 Analisis Prosentase 27

3.4 Analisis Indeks Kepuasan Konsumen 28

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data…… .. 29

4.2 Statistik Deskriptif Responden

4.2.1 Jenis Kelamin 30

4.2.2 Usia 31

4.2.3 Pendidikan terakhir 32

4.2.4 Pekerjaan 32

4.2.4. Pendapatan per bulan 33

©UKDW

4.3 Uji Validitas 34
4.4 Uji Reliabilitas 37
4.5 Menghitung Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja
4.5.1 Tingkat Kepentingan 39
4.5.2 Tingkat Kinerja 41
4.6 Hasil Peringkat Per Atribut 42
4.7 Analisis Indeks Kepuasan Konsumen 44

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan 47
5.2 Saran 48
DAFTAR PUSTAKA 50
LAMPIRAN 52

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1 Skala Likert Tingkat Kepentingan 23
Tabel 3.2.2 Skala Likert Tingkat Kinerja.....24
Tabel 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 30
Tabel 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....31
Tabel 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 32
Tabel 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 33
Tabel 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan.....34
Tabel 4.3.1 Uji Validitas Item Kepentingan 35
Tabel 4.3.2 Uji Validitas Item Kinerja.....36
Tabel 4.4.1 Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan.....37
Tabel 4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas Kinerja 38
Tabel 4.5.1 Rata-rata Tingkat Kepentingan Berdasarkan Atribut.....40
Tabel 4.5.2 Rata-rata Tingkat Kinerja Berdasarkan Atribut 42
Tabel 4.6 Hasil Peringkat IKK /Atribut 43

©UKDW

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 4P dalam Bauran Pemasaran 12
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Konsumen.....17
Gambar 4.7 Skala IKK untuk Expose Car Rental.....45

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian dan Kuisioner
Lampiran 2. Jawaban Responden
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4. Hasil Uji Prosentase

©UKDW

ABSTRAK

Meningkatnya tuntutan konsumen terhadap pelayanan yang ditawarkan dan adanya persaingan, membuat upaya-upaya untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan Expose Car Rental di Yogyakarta terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis profil konsumen dan pengukuran kepuasan pelanggan. Untuk melaksanakan tujuan ini atribut yang digunakan adalah : produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan pelayanan konsumen.

Untuk mempermudah analisis data yang diperoleh dari jawaban responden terhadap pertanyaan, maka digunakan alat analisis validitas dan reliabilitas, prosentase, dan uji indeks kepuasan konsumen (IKK). Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang pernah menggunakan jasa Expose Car Rental Yogyakarta dalam satu tahun terakhir.

Berdasarkan analisis prosentase, dapat disimpulkan bahwa pelanggan Expose Car Rental sebagian besar berjenis kelamin pria dengan prosentase 71%, berusia antara 20-29 Tahun sebesar 48% , rata-rata pendidikan terakhir adalah Diploma (D1-D4) sebesar 34%, pegawai negeri/swasta sebesar 48% dan dengan pendapatan Rp. 2.500.001-3.500.000 dengan prosentase sebesar 26%. Dari hasil analisis Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) diperoleh angka 382,62.

Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Indeks Kepuasan Konsumen.

©UKDW

ABSTRACT

The increase of customers' demand on service offered and the existence of business competition cause the efforts to improve service quality targeting customers' satisfaction.

The purpose of this research is to investigate customers' satisfaction on service offered by Expose Car Rental in Yogyakarta. This research uses customers' profiles and customers' satisfaction measurement as research tools. To achieve the purpose of the research, there are several attributes that are used including product, location, promotion, personals, and customer service.

To make it easier to analyze the data derived from respondents' answers upon the questions, this research uses validity and reliability analysis tool, percentage, and customer satisfaction index test (IKK). There are 100 respondents on this research and they experienced Expose Car Rental Yogyakarta within the last year.

According to the percentage analysis, it can be concluded that most of Expose Car Rental customer are male, in 71% of percentage. 48% of them are 20-29 years old. 34% of them are averagely on Diploma (D1-D4) level of education. 48% of the customers are government officer or private sector employee and 26% of the customers have around Rp 2.500.000,00 to Rp 3.500.000,00 of monthly income. The analysis result from customer satisfaction index test (IKK) shows 382.62 of index number.

Keywords: Produk, Price, Location, Promotion, Customer Satisfaction Index

©UKDW

ABSTRAK

Meningkatnya tuntutan konsumen terhadap pelayanan yang ditawarkan dan adanya persaingan, membuat upaya-upaya untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan Expose Car Rental di Yogyakarta terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis profil konsumen dan pengukuran kepuasan pelanggan. Untuk melaksanakan tujuan ini atribut yang digunakan adalah : produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan pelayanan konsumen.

Untuk mempermudah analisis data yang diperoleh dari jawaban responden terhadap pertanyaan, maka digunakan alat analisis validitas dan reliabilitas, prosentase, dan uji indeks kepuasan konsumen (IKK). Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang pernah menggunakan jasa Expose Car Rental Yogyakarta dalam satu tahun terakhir.

Berdasarkan analisis prosentase, dapat disimpulkan bahwa pelanggan Expose Car Rental sebagian besar berjenis kelamin pria dengan prosentase 71%, berusia antara 20-29 Tahun sebesar 48% , rata-rata pendidikan terakhir adalah Diploma (D1-D4) sebesar 34%, pegawai negeri/swasta sebesar 48% dan dengan pendapatan Rp. 2.500.001-3.500.000 dengan prosentase sebesar 26%. Dari hasil analisis Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) diperoleh angka 382,62.

Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Indeks Kepuasan Konsumen.

©UKDW

ABSTRACT

The increase of customers' demand on service offered and the existence of business competition cause the efforts to improve service quality targeting customers' satisfaction.

The purpose of this research is to investigate customers' satisfaction on service offered by Expose Car Rental in Yogyakarta. This research uses customers' profiles and customers' satisfaction measurement as research tools. To achieve the purpose of the research, there are several attributes that are used including product, location, promotion, personals, and customer service.

To make it easier to analyze the data derived from respondents' answers upon the questions, this research uses validity and reliability analysis tool, percentage, and customer satisfaction index test (IKK). There are 100 respondents on this research and they experienced Expose Car Rental Yogyakarta within the last year.

According to the percentage analysis, it can be concluded that most of Expose Car Rental customer are male, in 71% of percentage. 48% of them are 20-29 years old. 34% of them are averagely on Diploma (D1-D4) level of education. 48% of the customers are government officer or private sector employee and 26% of the customers have around Rp 2.500.000,00 to Rp 3.500.000,00 of monthly income. The analysis result from customer satisfaction index test (IKK) shows 382.62 of index number.

Keywords: Produk, Price, Location, Promotion, Customer Satisfaction Index

©UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi industri belakangan ini menjadi pemicu berkembangnya dunia transportasi. Dan untuk beberapa alasan tertentu, alat transportasi menjadi salah satu hal yang paling dibutuhkan untuk mendukung kinerja dari manusia. Hal itu bisa dilihat dari ketepatan waktu dan efesiensi yang didapat jika menggunakan alat transportasi yang benar. Seperti penggunaan kendaraan bermotor roda dua di jalanan yang macet. Di kota Yogyakarta sendiri, kondisi ini dapat kita lihat setiap harinya. Dengan semakin banyaknya volume kendaraan yang berlalu lalang di jalanan kota Yogyakarta. Baik itu kendaraan roda dua maupun roda empat.

Kebutuhan berkendaraan menjadi sesuatu yang sudah tidak bisa dipungkiri lagi. Volume penggunaan mobil yang semakin meningkat dari hari-ke hari bisa menjadi salah satu contohnya. Jalanan di Yogyakarta semakin hari semakin sempit karena banyaknya mobil yang berlalu lalang. Penggunaan mobil yang semakin meningkat bisa menunjukkan bahwa dewasa ini, masyarakat kota Yogyakarta semakin memahami bahwa mobil adalah satu-satunya jalan keluar untuk masalah kenyamanan, keamanan, kapasitas dan ketepatan waktu saat hendak berpergian.

Cuaca yang tidak menentu dan kenyamanan adalah dua faktor utama masyarakat lebih memilih menggunakan transportasi darat jenis mobil ini. Dengan kondisi cuaca Yogyakarta yang akhir-akhir ini kurang menentu (kadang hujan,

©UKDW

kadang panas), mampu membuat banyak pihak lebih memilih menggunakan mobil daripada jenis kendaraan yang lainnya. Apalagi jika kita berbicara mengenai masalah kenyamanan. Didalam mobil, kita bebas melakukan aktifitas sambil menunggu sampai di tempat tujuan kita.

Namun, masalah kemudian muncul saat ada sebagian masyarakat tidak memiliki mobil atau tidak mempunyai daya beli untuk sebuah mobil. Lalu, apa yang harus mereka lakukan kemudian? Rental mobil kini hadir sebagai jawabannya.

Rental mobil (jasa persewaan mobil) merupakan jenis usaha yang cukup menjanjikan. Jika dilihat dari sisi penggunaan oleh konsumen yang kebutuhan (ketepatan waktunya) semakin bertambah setiap harinya.

Sekarang ini banyak sekali jasa persewaan mobil dengan berbagai kriteria. Seperti kenyamanan mobil, kebersihan mobil, jenis mobil, yang ditujukan untuk menjawab kebutuhan konsumen. Dengan begitu banyaknya jasa persewaan mobil, yang beredar, maka akan menimbulkan berbagai persepsi terhadap jasa persewaan mobil tersebut pada diri konsumen.

Oleh karena itu perlu dilakukan suatu riset yang fokus pada kepuasan pelanggan terhadap produk-produk yang dikeluarkan perusahaan. Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep utama dalam pemasaran modern. “Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran” (Kotler, 2002: 18). Bauran pemasaran terdiri dari empat unsur yang

©UKDW

dikenal dengan sebutan 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"Analisis 4P Terhadap Kepuasan Konsumen Expose Car Rental di Yogyakarta"**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka pokok permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

a. Bagaimana kepuasan pada produk *(product)* Expose Car Rental ?
b. Bagaimana kepuasan pada harga *(price)* Expose Car Rental ?
c. Bagaimana kepuasan pada promosi *(promotion)* Expose Car Rental ?
d. Bagaimana kepuasan pada distribusi *(place)* Expose Car Rental ?
e. Bagaimana kepuasan pada konsumen Expose Car Rental ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang ingin diidentifikasikan pada penelitian ini, maka tujuan penelitian ini :

a. Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada produk *(product)* Expose Car Rental.
b. Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada harga *(price)* Expose Car Rental.
c. Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada promosi *(promotion)* Expose Car Rental.

©UKDW

d. Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada distribusi *(place)* Expose Car Rental.

e. Untuk mengetahui kepuasan konsumen Expose Car Rental.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang bersangkutan yaitu sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan Sebagai sarana untuk menerapkan atau mempraktekkan ilmu pengetahuan mengenai manajemen khususnya dalam bidang pemasaran yang diperoleh selama belajar di perguruan tinggi

b. Bagi Pembaca

Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi suatu sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi mereka yang memerlukannya dan memberikan pengetahuan dan informasi tambahan bagi para pembaca yang berkepentingan dengan skripsi ini.

c. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini berguna sebagai masukan yang bermanfaat bagi perkembangan Expose Car Rental, selain itu hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memenuhi harapan-harapan konsumen, baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

©UKDW

1.5. Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Yogyakarta.
2. Obyek penelitian adalah konsumen yang pernah menyewa mobil di Expose Car Rental di Yogyakarta.
3. Waktu penelitian pada bulan Agustus - September 2011.
4. Jumlah responden yang diteliti 100 orang, yaitu konsumen yang pernah menyewa mobil di Expose Car Rental .

©UKDW

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang terdiri dari: analisis prosentase (jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan), serta Indeks Kepuasan Konsumen.

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan dengan Indeks Kepuasan Konsumen pada penelitian ini terhadap pengguna jasa Expose Car Rental di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan :

a. Pada atribut produk *(product)* Expose Car Rental, diperoleh hasil Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) sebesar 15,22.
b. Pada atribut harga *(price)* Expose Car Rental, diperoleh hasil Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) sebesar 13,93.
c. Pada atribut promosi *(promotion)* Expose Car Rental, Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) sebesar 13,72.
d. Pada atribut tempat *(place)* Expose Car Rental, Indeks Kepuasan Konsumen (IKK) sebesar 15,29.
e. Skala IKK bahwa Expose Car Rental lebih condong ke kanan yaitu terletak pada skala 382,62 dalam range interval sangat puas. Ini berarti bahwa Expose Car Rental dapat memuaskan pelanggannya. Hal ini dapat dilihat dari letak posisi dalam skala Indeks Kepuasan Konsumen semakin ke kanan berarti semakin memuaskan. Dari hasil yang didapat adalah Indeks Kepuasan Konsumen terletak pada range di antara interval sangat

©UKDW

puas. Berdasarkan interval tersebut, berarti bahwa konsumen rental merasa puas atas atribut yang dimiliki oleh Expose Car Rental di Yogyakarta.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian ini:

1) Dari hasil kesimpulan peneliti menyadari bahwa kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa yang diberikan oleh Expose car rental di Yogyakarta secara umum merasa sangat puas terhadap atribut yang ada. Untuk kinerja rental sudah sangat baik tetapi masih perlu ditingkatkan dimasa yang akan datang. Untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen, maka rental harus mempertahankan atribut yang diinginkan oleh konsumen yaitu atribut warna mobil dan kualitas mobil.
2) Pihak rental sebaiknya lebih meningkatkan citra yang telah ada agar indeks tingkat kepuasan konsumen lebih dimaksimalkan lagi agar di waktu mendatang tetap memuaskan bagi pelanggannya dengan cara menambahkan citra rental yang ada dengan lebih baik. Misalnya dengan lebih sering mengadakan membuat pengiklanan dan mensponsori beberapa event.
3) Memberikan tambahan aksesoris atau fasilitas lain di dalam mobil. Hal ini memberikan kepuasan konsumen dari segi kepuaasan menggunakan jasa yang diberikan oleh pihak rental kepada konsumen. Misalnya memasang Televisi di dalam mobil atau mengganti warna mobil agar beda dari mobil tidak terlihat seperti mobil rental.

©UKDW

4) Menurut peneliti apa yang sekarang sudah dilakukan oleh pihak rental untuk memuaskan konsumennya sudah cukup maksimal, sebaiknya pihak rental menambah fasilitas-fasilitas lain yang mendukung agar lebih memuaskan konsumennya. Misalnya dengan menyediakan layanan yang baik dan lebih pada atribut pendukung seperti memberikan layanan minuman gratis di ruang tunggu. Perbaikan pelayanan atribut pendukung bisa memberi pengalaman yang lebih pada pelanggan dibandingkan penyedia jasa yang sama.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

Algifari. 2003. *Statistika Induktif Untik Ekonomi dan Bisnis*. Edisi II. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.

Azwar, Saifuddin. 1997. *Reliabilitas dan Validitas*. Edisi III. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. 1990. *Perilaku Konsumen-Translation of Consumer Behavior*. Jilid 1. Ed.6. Alih Bahasa: FX. Budiono. Jakarta: Bina Rupa Aksara.

Ghozali,I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan IV. Semarang: Badan penerbit-Undip.

Hoffman, K.D. & Bateson, J.E.G. 1997. *Essentials of service marketing*. Orlando: The Dryden Press.

Kotler, Philip. 1987. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Ketiga, jilid 1. Jakarta: PT. Intermedia.

Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Buku Satu edisi Kedelapan. Jakarta: Penerbit Salemba Empat-PrenticeHall.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

Levitt, Theodore. 1987. *Imajinasi Pemasaran*. Edisi revisi. Alih bahasa Agus Maulana, MSM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lovelock, C.H. 1996. *Service Marketing*. Edisi ketiga. New Jersey: Prentice Hall.

Lovelock,Christoper H & Wright Lauren K. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Agus Widyantoro dan Tim. PT Indeks. Jakarta: 5,73,96:98-99.

Lupiyoadi,Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Pawitra, T. 1993. *Kepuasan Pelanggan sebagai Keunggulan Daya Saing*: Konsep,Pengukuran, don Implikasi Stratejik, Journal of Marketing, Vol. 49.

©UKDW

Peter dan Olson. 1996. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. D. Sihombing (penerjemah). Consumen Behavior. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.

Schnaars, S.P. 1991. *Marketing strategy: a consumer driven approach*. Edisi kedua. New York: Free Press.

Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Pertama. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.

Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 1987. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Tjiptono,Fandy. 1996. *Manajemen jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono,Fandy. 1997. *Strategi pemasaran*,edisi kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset.

Tse,David K andPeterC. Wilton'. 1988. *"Model of Consumer Satisfaction Formation : AnExtension"*,Journalof ConsumerResearc,14(Maret): 495-507.

William L. Wilkie. 1990. *Consumer Behavior*. second edition.

©UKDW