

4. PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA

4.1. Gambaran Singkat Perusahaan

4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Indomobil Prima Niaga di Surabaya merupakan anak perusahaan dari PT Unicor Prima Motor yang berkedudukan di Jakarta. Perusahaan ini bergerak di bidang pemasaran, penjualan, serta layanan jasa bengkel otomotif yang didirikan berdasarkan akte nomor 325 tanggal 21 Agustus 1990, dan disahkan oleh notaris Benny Kristianto, S.H.

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Dalam menjalankan usahanya, PT Indomobil Prima Niaga ini mempunyai visi dan misi ke depan sebagai acuannya. Visi PT Indomobil Prima Niaga ini adalah *“To be the most reliable and must competent automotive company in the country”*. Sedangkan misi yang akan dijalankan ada tiga yaitu:

1. *“To continuously develop our all resources to enhance professionalism for the customers satisfaction”*.
2. *“To contribute and give our utmost for the company development”*.
3. *“To deliver our commitment and the best value to our stakeholders while showing concern for the interests of society”*.

4.1.3. Strategi Perusahaan

Dalam memasarkan jasa-jasa bengkelnya, perusahaan menggunakan strategi pemasaran sebagai berikut:

a. Layanan langsung (*Direct Service*)

Layanan langsung dilakukan oleh perusahaan melalui bengkelnya. Layanan dilakukan sesuai permintaan konsumen. Dengan pendekatan ini perusahaan dapat membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta mencari konsumen yang potensial baik perseorangan maupun perusahaan.

b. *Marketing*

Pemasaran dilakukan langsung oleh tenaga penjual (*sales*), dengan pembagian

kerja masing-masing dalam mencari konsumen yang potensial.

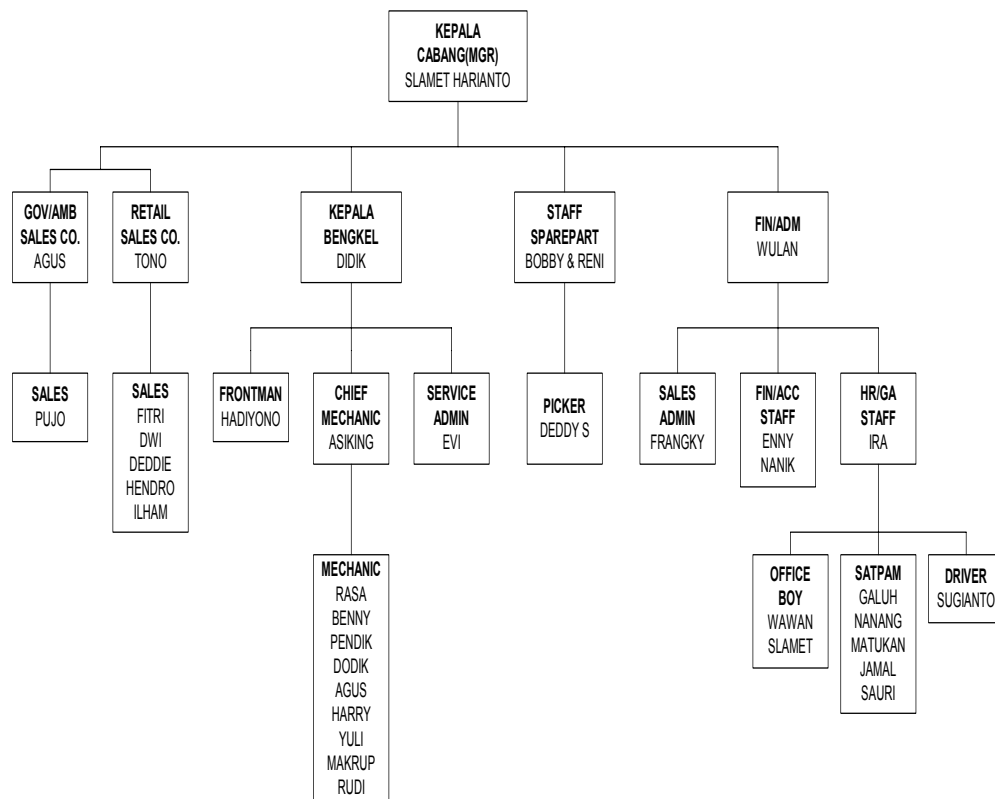
c. Promosi

Promosi dilakukan untuk memperkenalkan perusahaan kepada konsumen yang potensial (baik perseorangan dan perusahaan), hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan dalam bidang otomotif.

4.1.4. Sumber Daya Manusia

Perusahaan menyadari bahwa sumber daya manusia memegang peranan yang sangat penting sebagai mitra untuk mencapai keberhasilan usaha perusahaan. Oleh karena itu, dalam rangka usaha peningkatan mutu dan kemampuan karyawan, perusahaan memberikan pelatihan terhadap anggota staffnya.

Perusahaan memiliki ± 38 karyawan yang bisa dilihat dari struktur organisasinya sebagai berikut:



Gambar 4.1.4. Struktur Organisasi PT Indomobil Prima Niaga Surabaya

Sumber: Dari PT Indomobil Prima Niaga

Penjelasan mengenai pembagian tugas masing-masing anggota dalam struktur organisasi PT Indomobil Prima Niaga Surabaya :

1. Kepala Cabang, bertugas sebagai pimpinan perusahaan.
2. *GOV/AMB Sales CO.*, bertugas melakukan penjualan ke pemerintah atau gubernur dengan dibantu oleh *sales*.
3. *Retail Sales CO.*, bertugas mensupervisi bawahan, dibantu oleh *sales* yang bertugas menjual ke *retail* atau *customer* langsung.
4. Kepala Bengkel, bertugas memenuhi target bengkel serta bertanggung jawab atas mutu *service*.
5. *Frontman*, bertugas menerima komplain *customer* dan menerima pendaftaran unit.
6. *Chief Mechanic*, bertugas mengatur jadwal mekanik, membantu mekanik bila ada masalah teknik dan mencoba *test drive*.
7. *Service Admin*, bertugas membuat faktur penjualan, menerima pembayaran dari *customer*, dan membuat surat perintah kerja.
8. *Staff Sparepart*, bertugas mencatat penjualan dan pemesanan serta administrasinya.
9. *Picker*, bertugas membantu mekanik mengambil barang yang dibutuhkan di gudang *sparepart*.
10. *FIN/ADM*, bertugas sebagai asisten *manager*.
11. *Sales Admin*, bertugas membuat *delivery order*, *input stock*, faktur, laporan penjualan, administrasi penjualan.
12. *HR/GA*, bertugas mengatur jadwal dan *input* absen lembur.

4.1.5. Ruang Lingkup Persaingan

Perusahaan yang bergerak dibidang otomotif di Surabaya sudah berkembang dengan cepat. Ada sekitar empat perusahaan otomotif yang tersebar di Surabaya yang merupakan pesaing dari perusahaan ini, yaitu: Toyota, Nissan, Mitsubishi, dan Honda.

4.2. Pentingnya Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Kuesioner

4.2.1. Uji Validitas

Tabel 4.2.1

Uji Validitas Pernyataan Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen, dan

Customer Relationship

Keterangan		<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r kritis	Keputusan
Kepuasan	P1	0.6268	0.3	Valid
	P2	0.8621	0.3	Valid
	P3	0.7552	0.3	Valid
	P4	0.5465	0.3	Valid
	P5	0.8166	0.3	Valid
	P6	0.8164	0.3	Valid
Kepercayaan	P7	0.8046	0.3	Valid
	P8	0.859	0.3	Valid
	P9	0.8754	0.3	Valid
	P10	0.893	0.3	Valid
	P11	0.8056	0.3	Valid
	P12	0.7676	0.3	Valid
Komitmen	P13	0.804	0.3	Valid
	P14	0.7888	0.3	Valid
	P15	0.5288	0.3	Valid
	P16	0.8143	0.3	Valid
	P17	0.7562	0.3	Valid
	P18	0.5486	0.3	Valid
<i>Cust. Relation</i>	P19	0.4562	0.3	Valid
	P20	0.3532	0.3	Valid
	P21	0.3422	0.3	Valid
	P22	0.5523	0.3	Valid
	P23	0.4049	0.3	Valid
	P24	0.4326	0.3	Valid

Sumber: Hasil pengolahan SPSS

Sebelum masuk ke proses *Structural Equation Modelling* (SEM) dalam Lisrel, perlu dilakukan Uji Validitas. Untuk proses validitas ini dilakukan survei kepada 186 responden. Dari hasil survei itu maka peneliti mendapatkan bahwa penelitian tersebut dapat dikatakan valid, karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai r kritis (≥ 0.30).

4.2.2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.2.2

Uji Reliabilitas Pernyataan Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen, dan
Customer Relationship

Keterangan	Alpha	Alpha kritis	Keputusan
Kepuasan	0.9026	0.6	Reliabel
Kepercayaan	0.9451	0.6	Reliabel
Komitmen	0.8838	0.6	Reliabel
<i>Cust.Relation</i>	0.6929	0.6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Sebelum masuk ke proses *Structural Equation Modelling* (SEM) dalam *Lisrel*, dilakukan Uji Reliabilitas. Dimana dalam uji ini dilakukan survei pada 186 responden. dari hasil perhitungan dengan menggunakan *Reliability-Analysis-Scale* (*Alpha*) maka didapatkan hasil *Alpha* untuk Kepuasan = 0,9026; hasil *Alpha* untuk Kepercayaan = 0,9451; hasil *Alpha* untuk Komitmen = 0,8838; hasil *Alpha* untuk *Customer Relationship* = 0,6929. Nilai dari *Alpha* yang sama dengan atau kurang dari 0,6 mengindikasikan Internal Reliabilitas konsistensi yang tidak memuaskan, Maholtra (1999, 282). Berdasarkan teori tersebut, berarti Reliabilitas penelitian ini dapat diandalkan.

4.3. Analisa Tabulasi Silang (*Crosstabulations*)

Variabel Kepuasan (*Satisfactions*)

Tabel 4.3.1

Harapan * Jenis Kelamin *Crosstabulation*

Crosstab

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P1	Tidak setuju	7	12	19
	Netral	5	24	29
	Setuju	35	15	50
	Sangat setuju	58	30	88
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden wanita tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan harapan. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan harapan dan permintaan yang sampai saat ini dapat dipenuhi oleh perusahaan, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban sangat setuju lebih banyak daripada yang memilih jawaban tidak setuju. Contohnya seperti cukup teliti dalam melakukan perbaikan-perbaikan mobil

Tabel 4.3.2

Pelayanan * Jenis Kelamin *Crosstabulation*

Crosstab

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P2	Sangat tidak setuju	8	5	13
	Tidak setuju	22	21	43
	Netral	29	24	53
	Setuju	16	8	24
	Sangat setuju	30	23	53
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan pelayanan. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan pelayanan yang diberikan sampai saat ini dapat dipenuhi, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban sangat setuju lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya servisnya lengkap sampai servis dirumah.

Tabel 4.3.3Kesalahan * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P3	Sangat tidak setuju	10	4	14
	Tidak setuju	19	20	39
	Netral	31	28	59
	Setuju	15	10	25
	Sangat setuju	30	19	49
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden perempuan tidak ada perbedaannya dalam pernyataannya terhadap pertanyaan kesalahan. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan bahwa perusahaan tersebut bersedia memperbaiki kesalahan yang dilakukan, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya bersedia memeriksa ulang bila pelanggan sampai complain.

Tabel 4.3.4Cepat Tanggap * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P4	Sangat tidak setuju	10	5	15
	Tidak setuju	25	20	45
	Netral	39	29	68
	Setuju	8	11	19
	Sangat setuju	23	16	39
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaannya dalam pernyataannya terhadap pertanyaan cepat tanggap. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan bahwa perusahaan tersebut cepat tanggap dalam mengambil tindakan dan menangani keluhan serta prosesnya, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya langsung mengambil tindakan memeriksa ulang sesuai yang dikeluhkan pelanggan

Tabel 4.3.5

Teknologi * Jenis Kelamin *Crosstabulation*

Crosstab

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P5	Sangat tidak setuju	12	8	20
	Tidak setuju	19	14	33
	Netral	35	32	67
	Setuju	16	11	27
	Sangat setuju	23	16	39
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan teknologi. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan adanya penerapan teknologi pada fasilitas bengkel, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya tersedianya perlengkapan seperti komputer, faks, dan sebagainya

Tabel 4.3.6Fasilitas * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P6	Sangat tidak setuju	11	8	19
	Tidak setuju	26	19	45
	Netral	30	25	55
	Setuju	18	12	30
	Sangat setuju	20	17	37
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan fasilitas. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan adanya fasilitas penunjang bengkel yang cukup lengkap, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya tersedianya sparepart, adanya ruang tunggu, dan sebagainya

Variabel Kepercayaan (*Trust*)**Tabel 4.3.7**Kemampuan * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P7	Sangat tidak setuju	19	14	33
	Tidak setuju	25	16	41
	Netral	27	21	48
	Setuju	10	8	18
	Sangat setuju	24	22	46
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan kemampuan. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan bahwa staf bengkel mampu untuk bertindak cepat dalam pekerjaan, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya staf bengkel tidak membuang-buang waktu dalam menyelesaikan pekerjaannya

Tabel 4.3.8

Keahlian * Jenis Kelamin *Crosstabulation*

Crosstab

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P8	Sangat tidak setuju	14	8	22
	Tidak setuju	27	15	42
	Netral	33	28	61
	Setuju	12	15	27
	Sangat setuju	19	15	34
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan keahlian. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan bahwa keahlian dalam hal mereparasi telah terbukti, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya jarang ada pelanggan yang mengeluh.

Tabel 4.3.9Metode Penanganan * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P9	Sangat tidak setuju	17	8	25
	Tidak setuju	22	18	40
	Netral	33	27	60
	Setuju	2	1	3
	Sangat setuju	31	27	58
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan metode penanganan. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan bahwa staf bengkel menguasai metode penanganan reparasi yang aplikatif, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya mereparasi sesuai permintaan pelanggan kemudian memberikan catatan/laporan kepada pelanggan mengenai kerusakan mobilnya secara detail.

Tabel 4.3.10Informasi * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P10	Sangat tidak setuju	16	9	25
	Tidak setuju	27	17	44
	Netral	31	29	60
	Setuju	9	6	15
	Sangat setuju	22	20	42
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan informasi. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan bahwa staf bengkel telah memberikan informasi yang benar dan andal tentang keadaan mobil pelanggannya, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya memberikan catatan atau laporan secara detail mengenai kerusakan mobil pelanggannya.

Tabel 4.3.11

Kecepatan * Jenis Kelamin *Crosstabulation*

Crosstab

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P11	Sangat tidak setuju	18	8	26
	Tidak setuju	30	22	52
	Netral	30	27	57
	Setuju	9	7	16
	Sangat setuju	18	17	35
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan kecepatan. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga telah merasakan kecepatan pelayanan dalam melayani permintaan pelanggan, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya pelanggan dilayani sesuai permintaannya dan tetap berkualitas.

Tabel 4.3.12Ketepatan * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P12	Sangat tidak setuju	19	13	32
	Tidak setuju	32	25	57
	Netral	25	17	42
	Setuju	12	11	23
	Sangat setuju	17	15	32
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan ketepatan. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan bahwa ketepatan dan kepastian janji dalam memberikan pelayanan masih kurang, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban tidak setuju lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat setuju. Contohnya tidak tepat waktu sesuai janjinya.

Variabel Komitmen (*Commitment*)**Tabel 4.3.13**Pelanggan * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P13	Sangat tidak setuju	12	3	15
	Tidak setuju	32	24	56
	Netral	34	29	63
	Setuju	13	11	24
	Sangat setuju	14	14	28
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan pelanggan. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan bahwa perusahaan telah memberikan pelayanan yang terbaik, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya memberikan servis dengan baik sehingga pelanggan tidak komplain.

Tabel 4.3.14

Kinerja * Jenis Kelamin *Crosstabulation*

Crosstab

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P14	Sangat tidak setuju	14	6	20
	Tidak setuju	34	27	61
	Netral	28	22	50
	Setuju	14	11	25
	Sangat setuju	15	15	30
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan kinerja. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan kinerja perusahaan yang masih kurang, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban tidak setuju lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat setuju. Contohnya pembagian kerjanya masih kurang terorganisir.

Tabel 4.3.15Hubungan * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P15	Sangat tidak setuju	10	8	18
	Tidak setuju	30	19	49
	Netral	33	24	57
	Setuju	18	10	28
	Sangat setuju	14	20	34
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan hubungan. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan adanya hubungan yang baik dengan perusahaan, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya pelanggan selalu datang secara rutin setiap reparasi.

Tabel 4.3.16Keakraban * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P16	Sangat tidak setuju	10	3	13
	Tidak setuju	21	9	30
	Netral	43	42	85
	Setuju	13	9	22
	Sangat setuju	18	18	36
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan keakraban. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan adanya keakraban dengan perusahaan, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya pelanggan bisa langsung berkonsultasi sewaktu-waktu bila ada masalah dengan mobilnya.

Tabel 4.3.17

Tidak Beralih * Jenis Kelamin *Crosstabulation*

Crosstab

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P17	Sangat tidak setuju	10	3	13
	Tidak setuju	23	15	38
	Netral	39	35	74
	Setuju	14	9	23
	Sangat setuju	19	19	38
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan tidak beralih. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga tidak akan beralih pada perusahaan lain, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya pelanggan tidak berpindah-pindah tempat dalam memperbaiki mobilnya.

Tabel 4.3.18Yakin * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P18	Sangat tidak setuju	19	18	37
	Tidak setuju	21	13	34
	Netral	30	14	44
	Setuju	10	12	22
	Sangat setuju	25	24	49
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan yakin. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga tetap yakin pada perusahaan dengan tetap menggunakan pelayanan perusahaan, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban sangat setuju lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya pelanggan tetap memperbaiki mobil mereka di perusahaan.

Variabel *Customer Relationship***Tabel 4.3.19**Perkembangan * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P19	Sangat tidak setuju	13	6	19
	Tidak setuju	27	11	38
	Netral	34	26	60
	Setuju	8	12	20
	Sangat setuju	23	26	49
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan perkembangan. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan bahwa perusahaan selalu mengikuti perkembangan teknologi yang baru, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya perusahaan memiliki peralatan yang modern dalam memperbaiki mobil pelanggannya.

Tabel 4.3.20

Selera * Jenis Kelamin *Crosstabulation*

Crosstab

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P20	Sangat tidak setuju	8	2	10
	Tidak setuju	13	3	16
	Netral	14	5	19
	Setuju	36	21	57
	Sangat setuju	34	50	84
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan selera. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan perusahaan selalu mengikuti selera pelanggan, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban sangat setuju lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya perusahaan selalu memberikan pelayanan servis sesuai dengan permintaan pelanggannya.

Tabel 4.3.21Jasa * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P21	Sangat tidak setuju	5	1	6
	Tidak setuju	12	5	17
	Netral	21	10	31
	Setuju	33	24	57
	Sangat setuju	34	41	75
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan jasa. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan pelayanan yang istimewa dari perusahaan, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban sangat setuju lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan yang rutin menggunakan jasa bengkel.

Tabel 4.3.22Dorongan * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P22	Sangat tidak setuju	4	1	5
	Tidak setuju	18	15	33
	Netral	26	27	53
	Setuju	22	10	32
	Sangat setuju	35	28	63
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan dorongan. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan perusahaan mendorong pelanggan untuk menggunakan jasa bengkel, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban sangat setuju lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya perusahaan sewaktu-waktu menelepon pelanggan dengan tujuan untuk mengingatkan bahwa mobil pelanggan tersebut sudah waktunya diservis

Tabel 4.3.23

Membina * Jenis Kelamin *Crosstabulation*

Crosstab

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P23	Sangat tidak setuju	6	5	11
	Tidak setuju	21	21	42
	Netral	28	25	53
	Setuju	16	11	27
	Sangat setuju	34	19	53
Total		105	81	186

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap membina. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan perusahaan tetap membina hubungan baik dengan pelanggan lama maupun baru, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban sangat setuju lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. contohnya perusahaan tetap memberikan pelayanan yang sama untuk pelanggan lama dan baru, tidak ada perbedaan pelayanan.

Tabel 4.3.24Inovatif * Jenis Kelamin *Crosstabulation***Crosstab**

Count		Jenis kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
P24	Sangat tidak setuju	7	5	12
	Tidak setuju	17	19	36
	Netral	32	28	60
	Setuju	19	12	31
	Sangat setuju	30	17	47
Total		105	81	186

Sumber: Hasil Pengolahan kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa antara responden Laki-laki dan responden Perempuan tidak ada perbedaan dalam pernyataannya terhadap pertanyaan inovatif. Hal ini menunjukkan pelanggan PT Indomobil Prima Niaga merasakan perusahaan selalu memberikan pelayanan yang inovatif, terlihat dari jumlah responden yang memilih jawaban netral lebih banyak daripada yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Contohnya menggunakan teknologi modern.

4.4. Analisa *Structural Equation Modelling* (SEM)

4.4.1. Asumsi dalam *Structural Equation Modellings* (SEM)

Sebelum dilakukan pengujian, asumsi-asumsi dalam SEM perlu dianalisis dan dipenuhi. Asumsi-asumsi tersebut adalah:

- a. Ukuran sampel cukup besar. Ukuran sampel yang digunakan sebaiknya berjumlah minimum seratus atau menggunakan perbandingan lima observasi untuk setiap parameter yang di estimasi (Hair, 1995). Jumlah sampel yang diperoleh untuk analisa pada penelitian ini adalah 186.
- b. Diasumsikan data berdistribusi normal yang didasarkan pada *central limit theorem*, yang mengatakan bahwa selama ukuran sampel yang di ambil relatif besar, maka distribusi penyampelan dari rata-rata sampel akan mendekati normal (Nester,dkk, 1993; Dillon, 1984; Dielman, 1991). Ukuran sampel dikatakan cukup besar jika mempunyai ukuran sampel atau lebih (Dielman, 1991), dengan demikian maka asumsi bahwa data berdistribusi

normal telah dipenuhi karena jumlah sampel lebih dari 30.

4.4.2. Langkah-Langkah dalam Pengujian

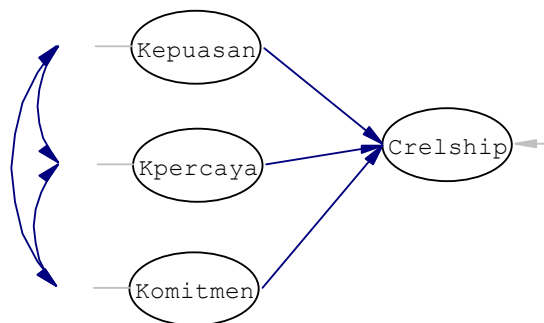
Ada beberapa langkah dalam pengujian *Structural Equation Modellings* (SEM), yaitu:

a. Pengembangan model berbasis teori

Dalam penelitian ini di uji hubungan antara peranan Kepuasan (*Satisfaction*), Kepercayaan (*Trust*), dan Komitmen (*Commitment*) dalam membangun *Customer Relationship* pada PT Indomobil Prima Niaga Surabaya. Model teoritis ini dibangun melalui telaah pustaka dan pengembangan model analisis dengan menggunakan *Structural Equation Modellings* (SEM) dengan program Lisrel.

b. Mengkonstruksi *Path Diagram*

Path Diagram berguna untuk menunjukkan alur hubungan kausal antara variabel eksogen dan endogen. Hubungan kausal yang ada disamakan dengan teori dan konsepnya, kemudian diwujudkan ke dalam gambar sehingga lebih mudah melihatnya dan lebih menarik. Didasarkan dengan landasan teori yang telah disusun, maka dapat dibuat *Path Diagram* untuk model struktural sebagai berikut:



Gambar 4.4.2.1. *Structural Model*

Sumber: Hasil pengolahan Lisrel

Keterangan Gambar:

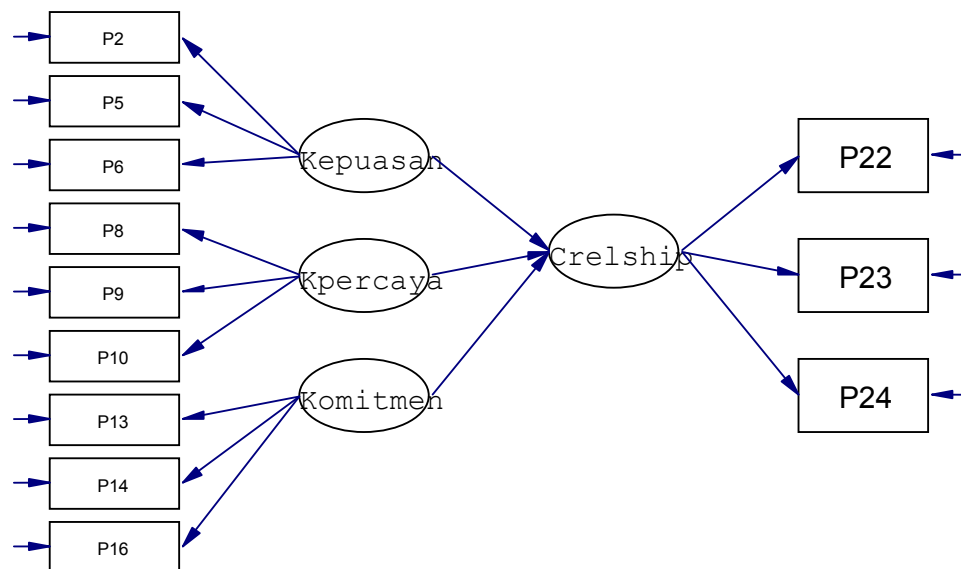
Kepuasan: Kepuasan

Kpercaya: Kepercayaan

Komitmen: Komitmen

Crelship: *Customer Relationship*

Pada gambar diatas panah satu arah menunjukkan adanya hubungan pengaruh kausalitas. Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen dan *Customer Relationship* merupakan variabel laten, untuk mengukur variabel-variabel tersebut dikembangkan indikator-indikator variabel *manifest*. Indikator variabel Kepuasan adalah pelayanan, teknologi, dan fasilitas. Indikator variabel Kepercayaan adalah keahlian, metode penanganan, dan informasi. Indikator variabel Komitmen adalah pelanggan, kinerja, dan keakraban. Sedangkan indikator *Customer Relationship* adalah dorongan, membina, dan inovatif. Dengan ini, bila *measurement* model ini dimasukkan ke dalam *path diagram*, maka diperoleh diagram path model struktural dan model pengukuran secara terintegrasi sebagai berikut:



Gambar 4.4.2.2. *Measurement Model*

Sumber: Hasil pengolahan Lisrel

Keterangan:

P2: Pelayanan

P5: Teknologi

P6: Fasilitas

P8: Keahlian

P9: Metode Penanganan

P10: Informasi

P13: Pelanggan

P14: Kinerja

P16: Keakraban

P22: Dorongan

P23: Membina

P24: Inovatif

4.4.3. Uji Kesesuaian

Ada beberapa macam ukuran dapat digunakan untuk menguji kesesuaian pada *structural equation modellings* (Hair, 1995). Ukuran ini digunakan untuk mengukur kesesuaian antara input sesungguhnya atau data dengan model yang digunakan (Hair, 1995). Ukuran kesesuaian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. *Chi-Square* (X^2)

Chi-Square digunakan untuk mengukur kesesuaian model secara menyeluruh. Model yang diuji dianggap baik jika memiliki X^2 yang semakin kecil, yang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara data sesungguhnya dengan model yang digunakan, Karena itu dibutuhkan nilai X^2 yang tidak signifikan (H_0 diterima). Nilai X^2 yang direkomendasikan adalah lebih besar atau sama dengan 0,05 ($P \geq 0,05$) (Hulland, 1996 dalam Ferdinand, 2002).

b. GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI adalah sebuah ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1.0 (*perfect*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah “*better fit*”.

c. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90 (Hair *et al.*, 1995).

d. CFI (*Comparative Fit Index*)

Besaran indeks ini adalah pada rentang nilai sebesar 0 sampai 1, dimana semakin mendekati 1 mengidentifikasi tingkat *fit* yang paling tinggi (Arbuckle, 1997). Nilai yang direkomendasikan adalah $CFI \geq 0,90$. Keunggulan indeks ini adalah besaran indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel. Karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model (Hulland *et al.*, 1996).

e. RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*)

RMSEA adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi *chi-square statistic* dalam sampel yang besar (Baumgartner & Homburg dalam Ferdinand, 2002). Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair *et al.*, 1995). Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degrees of freedom* (Brown & Cudeck, 1993). Berdasarkan nilai RMSEA yang kurang dari 0,08 maka model penelitian bisa dikatakan *fit* yang digunakan sebagai dasar analisis lebih lanjut.

Uji kesuaian ini dilakukan dengan pengujian *Overall Model*. *Overall Model* adalah model di dalam SEM yang melibatkan model struktural dan model pengukuran secara terintegrasi, yang merupakan keseluruhan model. Model dikatakan baik (*fit*) bilamana pengembangan model hipotetik secara konseptual dan teoretis didukung oleh data empirik. Beberapa uji *goodness of fit model overall* bersamaan dengan nilai *cut-off*nya diberikan pada Tabel 4.4.3 adalah *fit*, walaupun masih ada nilai sedikit dibawah yang direkomendasikan.

Tabel 4.4.3
Goodness of fit Model Penelitian

Indikator	Nilai yang diharapkan	Model Penelitian ini	Keputusan
X ² -Chi-Square	Diharapkan kecil	68,70	
GFI	≥ 0,90	0,94	Baik
AGFI	≥ 0,90	0,91	Baik
CFI	≥ 0,90	0,97	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,048	Baik

Sumber: Hasil pengolahan *Lisrel*

4.4.4. Pengujian Indikator Variabel Laten

Pengujian indikator variabel laten Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen dan *Customer Relationship* menunjukkan bahwa variabel indikator menjadi indikator yang signifikan seperti terlihat pada Tabel 4.4.4. Uji signifikansi pengaruh dilakukan dengan menggunakan nilai t-hitung. Uji-t dilakukan untuk menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa angka pengaruh koefisien adalah lebih besar dari nol (positif). Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel maka hipotesis alternatif diterima. Nilai t-tabel pada level 0.1 dengan df = 48 adalah sebesar 1.31, sedang untuk level 0.05 adalah 1.68 dan untuk level 0.01 adalah sebesar 2.42. *Degree of freedom* yang diperoleh dari model ini adalah sebesar 48, yang diperoleh dengan perhitungan:

$$df = \frac{1}{2} [(p + q) (p + q + 1)] - t$$

Keterangan:

p adalah jumlah indikator *endogenous*

q adalah jumlah indikator *exogenous*

t adalah jumlah koefisien parameter yang diestimasi dalam model

Tabel 4.4.4
Pengujian Variabel Laten

Variabel terukur <--- Variabel latent	t-hitung	Keterangan
P2 < ----- Kepuasan	10,35	Signifikan
P5 < ----- Kepuasan	11,36	Signifikan
P6 < ----- Kepuasan	7,48	Signifikan
P8 < ----- Kepercayaan	10,66	Signifikan
P9 < ----- Kepercayaan	10,56	Signifikan
P10 < ----- Kepercayaan	9,41	Signifikan
P13 < ----- Komitmen	10,85	Signifikan
P14 < ----- Komitmen	11,51	Signifikan
P16 < ----- Komitmen	10,47	Signifikan
P22 < ----- <i>Customer Relationship</i>	6,92	Signifikan
P23 < ----- <i>Customer Relationship</i>	7,64	Signifikan
P24 < ----- <i>Customer Relationship</i>	7,42	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan *Lisrel*

Pengujian variabel laten pada tabel 4.4.4 menunjukkan bahwa variabel indikator (teramati) P2 (Pelayanan), P5 (Teknologi), dan P6 (Fasilitas) menjadi indikator yang signifikan bagi variabel laten kepuasan dengan hasil nilai t-hitungnya lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1.68. Kemudian variabel indikator (teramati) P8 (Keahlian), P9 (Metode Penanganan), dan P10 (Informasi) menjadi indikator yang signifikan bagi variabel laten kepercayaan dengan hasil nilai t-hitungnya lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1.68. Variabel indikator (teramati) P13 (Pelanggan), P14 (Kinerja), dan P16 (Keakraban) menjadi indikator yang signifikan bagi variabel laten komitmen karena nilai t-hitungnya lebih besar dari nilai t-tabelnya sebesar 1.68. Begitu pula dengan variabel indikator (teramati) P22 (Dorongan), P23 (Membina), dan P24 (Inovatif) yang menjadi indikator yang signifikan bagi variabel laten *customer relationship* karena nilai t-hitungnya juga lebih besar dari nilai t-tabelnya sebesar 1.68.

4.4.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis hubungan antara peranan Kepuasan (*Satisfaction*), Kepercayaan (*Trust*), dan Komitmen (*Commitment*) dalam membangun *Customer Relationship* pada PT Indomobil Prima Niaga Surabaya menunjukkan bahwa kepuasan, kepercayaan, dan komitmen berhubungan positif. Uji signifikansi pengaruh dilakukan dengan menggunakan nilai t-hitung. Uji-t dilakukan untuk menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa angka pengaruh koefisien adalah lebih besar dari nol (positif). Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel maka hipotesis alternatif diterima.

Nilai t-tabel pada level 0,1 dengan $df = 48$ adalah sebesar 1.31, sedang untuk level 0.05 adalah 1.68 dan untuk level 0.01 adalah sebesar 2.42.

Tabel 4.4.5
Hasil Uji Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen
Terhadap *Customer Relationship*

Variabel <----- Variabel	t-hitung	Keterangan
Kepuasan < ---- <i>Customer Relationship</i>	-1,14	Tidak Signifikan
Kepercayaan ---- <i>Customer Relationship</i>	2,04	Signifikan
Komitmen < ---- <i>Customer Relationship</i>	3,47	Signifikan

Sumber: Hasil pengolahan *Lisrel*

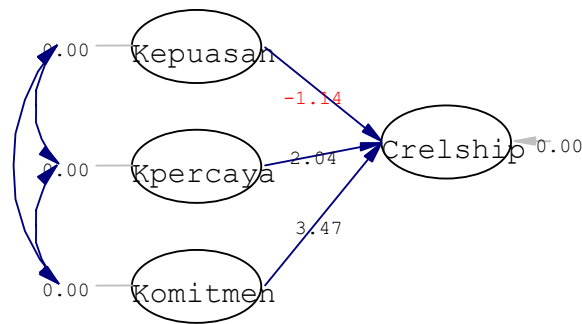
Pada tabel 4.4.5, hasil uji pengaruh kepuasan, kepercayaan, dan komitmen terhadap *customer relationship* menunjukkan bahwa variabel laten eksogen kepuasan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan bagi variabel endogen *customer relationship* karena nilai t-hitungnya lebih kecil dari nilai t-tabelnya sebesar 1.68, sedangkan variabel laten eksogen kepercayaan dan komitmen mempunyai pengaruh yang signifikan bagi variabel endogen *customer relationship* karena nilai t-hitungnya lebih besar dari nilai t-tabelnya sebesar 1,68. walaupun hasil yang didapatkan bahwa kepuasan tidak signifikan mempengaruhi *customer relationship* tetapi bukan berarti variabel kepuasan tidak memiliki

hubungan terhadap *customer relationship*. Kepuasan masih mempunyai pengaruh walaupun sangat kecil, hal ini disebabkan karena penelitian ini hanya dilakukan pada satu perusahaan (PT Indomobil Prima Niaga), juga karena semua variabel dalam penelitian ini diperlakukan sebagai *observed variabel*. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik diperlukan modifikasi model lebih lanjut dengan mempertimbangkan jumlah dan karakteristik sampel atau memperluas lingkup penelitian untuk dilakukan generalisasi.

Selain itu, pelanggan memang puas dengan pelayanan perusahaan, tetapi bengkel dalam menyediakan *spare part* untuk mobil pelanggan yang diservis terlalu lama, harganya mahal dan sulit atau hampir tidak didapatkan di tempat lainnya. Pelanggan puas dengan pelayanan perusahaan atau bengkel, keahlian dan kemampuan staf bengkel juga baik tapi bila pelanggan membeli mobil atau produk dari perusahaan tersebut dengan harga yang cukup mahal tapi untuk beberapa tahun kedepan harganya akan turun banyak dan hampir sama dengan harga mobil bekas merek lain yang lebih digemari maka tingkat kepuasan juga akan berkurang.

Mobil Mazda saat ini kurang diminati oleh masyarakat, karena selain harganya yang mahal, sulitnya untuk mendapatkan *spare part* mobil juga karena harga jualnya yang rendah membawa dampak rendahnya tingkat kepuasan pelanggan dalam mempengaruhi *customer relationship*, sehingga walaupun perusahaan telah berupaya meningkatkan *customer relationship* tetapi bila tidak diimbangkan oleh kepuasan yang baik maka hal-hal tersebutlah yang menyebabkan terjadinya ketidaksignifikasinya hasil pengolahan Lisrel.

Uji hubungan antara peranan Kepuasan (*Satisfaction*), Kepercayaan (*Trust*), dan Komitmen (*Commitment*) dalam mempengaruhi terciptanya *Customer Relationship* pada PT Indomobil Prima Niaga Surabaya apabila disajikan dalam path diagram adalah seperti pada Gambar 4.4.5 berikut:



Chi-Square=68.70, df=48, P-value=0.02655, RMSEA=0.048

Gambar 4.4.5. *Structural Equation Modelling* “Peranan Kepuasan, Kepercayaan, dan Komitmen dalam membangun *Customer Relationship*”.

Sumber: Hasil pengolahan Lisrel

Pengujian *Structural Equation Modelling* (SEM) pada Gambar 4.4.5 menunjukkan bahwa Kepuasan mempengaruhi *customer relationship* sebesar -1.14, artinya setiap terjadi satu kenaikan atau penurunan kepuasan maka akan terjadi perubahan pada *customer relationship* sebesar -1.14. Kepercayaan mempengaruhi *customer relationship* sebesar 2.04, artinya setiap terjadi satu kenaikan atau penurunan kepercayaan maka akan terjadi perubahan pada *customer relationship* sebesar 2.04. Komitmen mempengaruhi *customer relationship* sebesar 3.47, artinya setiap terjadi satu kenaikan atau penurunan komitmen maka akan terjadi perubahan pada *customer relationship* sebesar 3.47.

Dari gambar 4.4.5 didapatkan nilai negatif untuk kepuasan terhadap *customer relationship*. Angka negatif tersebut bukannya jelek tetapi dalam mempengaruhi *customer relationship* jauh lebih kecil dibandingkan variabel yang lainnya. Hal ini disebabkan:

Kepuasan memiliki angka negatif terhadap *customer relationship* bukan karena pelanggan tidak puas dalam pelayanan yang diberikan bengkel, juga bukan karena

customer relationship yang jelek dalam perusahaan. Kepuasan yang dirasakan kurang oleh pelanggan seperti karyawan bengkel dalam bekerja terkadang kurang cepat tanggap terhadap keluhan konsumen. Perusahaan telah berupaya memberikan yang terbaik seperti menjalin komunikasi yang baik antara perusahaan dengan pelanggan, pelayanan yang ramah, terbuka dengan pelanggan dalam hal pelayanan servis mobil (pelanggan diperbolehkan melihat secara langsung) tetapi hal tersebut lebih dikarenakan oleh penyediaan *spare part* oleh bengkel yang membutuhkan waktu cukup lama sehingga pelanggan harus menunggu cukup lama, selain itu harga *spare part* tersebut cukup mahal dan tidak dapat dengan mudah didapatkan ditempat lain, hal ini terjadi karena perusahaan kurang berani menimbun *inventory spare part* yang terlalu banyak, *spare part* yang tersedia cukup kebanyakan untuk mobil yang sering diservis di bengkel sedangkan untuk mobil-mobil tertentu harus memesan dulu sehingga pelanggan kurang puas.