

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DI
OLIMART PT. WINA WIRA USAHA**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

ALOYSIUS REZA ARINDITA

08 09 03470 / KOMUNIKASI

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2013

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA
PERUSAHAAN DI OLIMART PT. WINA WIRA USAHA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

ALOYSIUS REZA ARINDITA

08 09 03470 / KOMUNIKASI

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2013

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA
PERUSAHAAN DI OLIMART PT. WINA WIRA USAHA
SKRIPSI

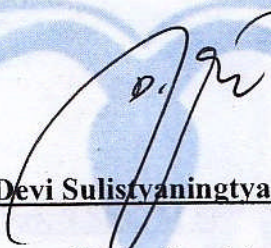
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

ALOYSIUS REZA ARINDITA

No. Mhs : 08 09 03470 / KOM

Disetujui oleh :


Ike Devi Sulistyningtyas, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DI OLIMART
PT. WINA WIRA USAHA

Penyusun : Aloysius Reza Arindita

NIM : 08 09 03470

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari / Tanggal : 30 September 2013

Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.

Penguji Utama

Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Dr. G. Arum Yudarwati

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Aloysius Reza Arindita

Nomor Mahasiswa : 08 09 03470

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan
Olimart PT. Wina Wira Usaha

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau kesarjanaaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta,



Aloysius Reza Arindita

ALOYSIUS REZA ARINDITA

No. Mhs : 08 09 03470 / Kom

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan

di Olimart PT. Wina Wira Usaha

ABSTRAKSI

Citra pada dasarnya merupakan salah satu harapan yang ingin dicapai oleh perusahaan untuk membantu perusahaan dalam bertumbuh kembang. Citra yang positif akan memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan dan mendapatkan kepercayaan dari para publiknya. Hal ini berpengaruh juga terhadap produk yang dikeluarkan, dengan citra positif konsumen akan lebih mudah untuk memilih produk tersebut. Menurut Poiesz dalam Cees Van Riel dengan bantuan citra konsumen dapat terbantu untuk mengambil keputusan dalam membeli produk dan familiar terhadap segala pilihan di pasar, untuk itulah sebuah perusahaan perlu memiliki citra terlebih citra di mata *customernya*. Citra yang baik atau positif akan memberikan kesan yang baik bagi konsumen. Menurut ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi dan kehumasan banyak sekali faktor faktor pembentuk citra yang nantinya akan dibahas pada kajian teori dimana faktor yang mewakili pembentuk citra adalah kualitas pelayanan dan kepuasan *customer* yang akan di jadikan sebagai variabel-variabel penelitian ini. Bersama dengan penelitian ini peneliti akan mengungkap bagaimana sebuah kualitas pelayanan dapat membangun sebuah citra perusahaan melalui kepuasan *customernya*. Kualitas inilah yang menjadi sebuah representatif sebuah perusahaan untuk selalu menghargai *customer* nya. Tidak ada harapan dan rencana buruk sebuah perusahaan kepada *customer* untuk membangun sebuah citra. Segala kebaikan yang dimiliki perusahaan selalu diberikan dan ditunjukkan kepada *customer* untuk mendapat citra baik. Berkaitan dengan penelitian ini peneliti akan mengangkat masalah citra yang terbentuk dari kualitas pelayanan melalui kepuasan *customer*. Pada hasilnya memang sebuah citra perusahaan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, namun penilaian citra dapat lebih tinggi jika melalui kepuasan *customer*. Meski PT. Wina Wira usaha yang dijadikan sebagai obyek penelitian belum memiliki citra bayangan akan dibentuk seperti apakah dimasa mendatang, citra olimart yang diangkat berdasar *positioning* yang dikhususkan pada kelas menengah keatas. Dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan dimensi citra secara tepat dalam pengukurannya, sehingga menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan skala dimensi pengukuran citra yang lebih tepat

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan *Customer*, Citra Perusahaan.

HALAMAN PERSEMBAHAN



*Segala masa dan peristiwa selama saya kuliah
hingga menyelesaikan tugas akhir ini,
secara spesial ku berikan kepada mama dan bapak
yang selalu mencintai saya tiada henti.*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana. Sejauh ini penulis telah bekerja sebaik mungkin untuk melakukan penelitian di Olimart PT. Wina Wira Usaha dengan bidang konsentrasi *Public Relations* dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan di Olimart PT. Wina Wira Usaha”.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak sekali dukungan dan tak lepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan motivasi, hiburan, dan doa. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih ke berbagai pihak :

1. Gusti Yesus. Terimakasih atas segala rencana yang diberikan kepada saya, terlebih atas rahmat cinta dan kehidupan.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Soetirto dan Ibu Yohanita Sutris Winarti, dimana selalu memberikan dorongan dan semangat baik berupa moral dan material, terlebih atas doa, kesabaran dan perjuangan untuk memberikan arti kehidupan kepada saya.
3. Ibu Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia dengan selalu ceria untuk memberi masukan dan arahan dalam awal pembuatan skripsi ini hingga selesai.
4. Ibu Mursidi, terimakasih atas dukungan dan waktu yang diberikan kepada saya untuk melakukan penelitian di Olimart PT. Wina Wira Usaha.

5. Nadea Deliza Soplantila yang selalu menemani saya setiap waktu, dan juga sahabat saya dari sebelum mengenal bangku sekolah hingga saat ini.
6. Ardisa Dwi Lestari yang selalu memberi warna dalam proses awal perkuliahan sampai selesai bahkan untuk arahan dan bimbingan secara informal dalam mengerjakan skripsi.
7. Kakak Awo yang telah membantu dalam proses pengerjaan pengolahan data dan power point dalam presentasi.
8. Teman-teman kampus yang selalu *kemepyar* Ayas, Nindy, Martya, Agatha, Valent, Ranis, yang selalu berbagi suka dan duka terlebih atas kemuakan menghadapi hidup, dan atas kegembiraan yang selalu berlebihan meluap-luap di kantin Don Boscho yang ada cakruk tante nya.
9. Teman-teman *gemricik ambyar* yang menemani saya ketika butiran debu, Izul, Nadhia, Indra, Alan, dan Fafa.
10. Teman-teman ADPL dan LPPM yang dapat selalu membuat saya untuk bekerja *multitasking*.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, trimakasih atas doa dan dukungan hingga skripsi ini diselesaikan.

Yogyakarta, 30 Juli 2013

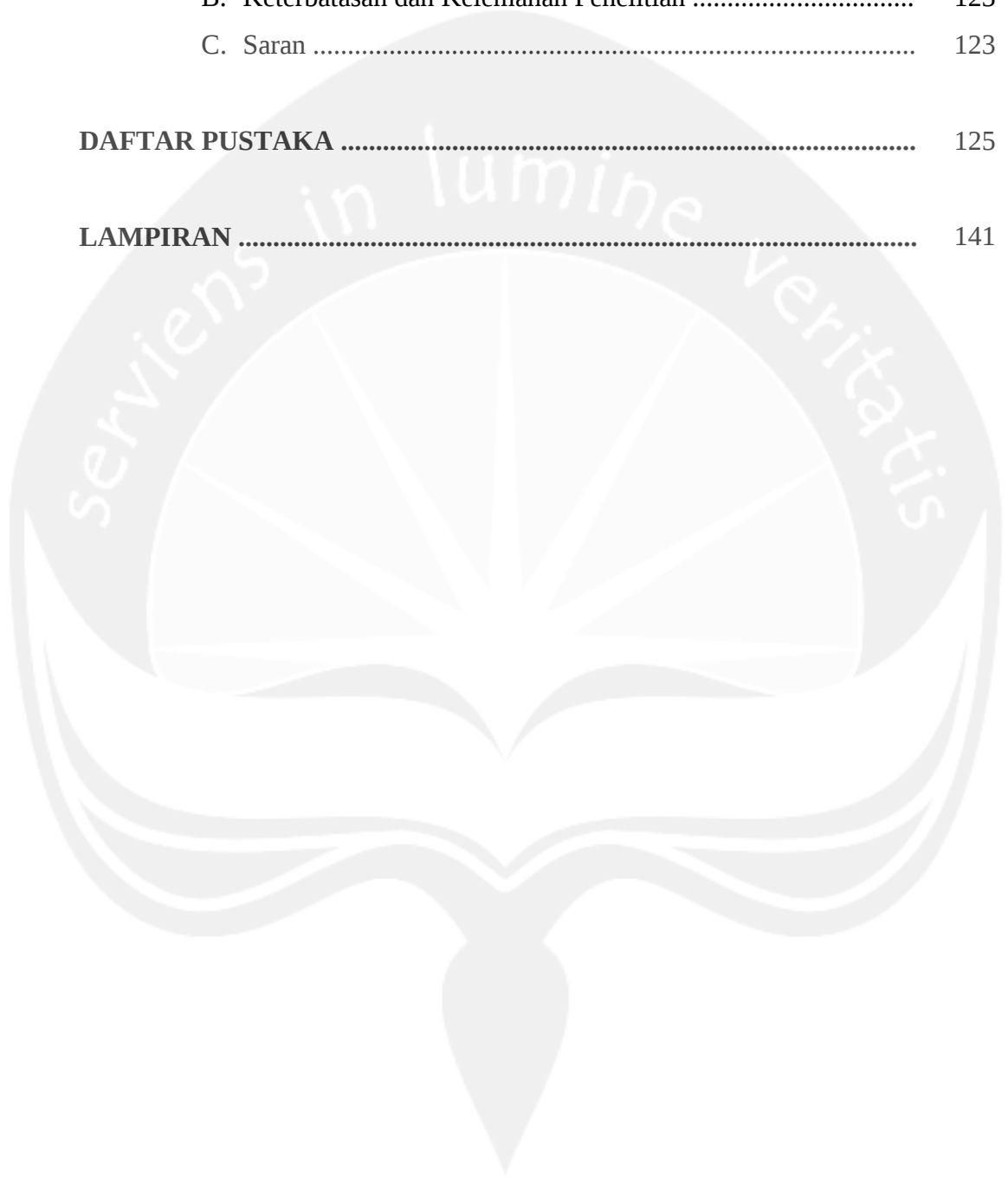
Aloysius Reza

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halam Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Abstraksi	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xv
Daftar Bagan	xvi
Daftar Lampiran	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori	11
1. Persepsi dan <i>Public Relations</i>	11
2. <i>Customer Relations</i>	13
3. Pelanggan	15
4. <i>Corporate Identity</i>	16
5. Pelayanan dan Kualitas Pelayanan	17
6. Kepuasan Pelanggan	22
7. Citra	26
F. Kerangka Konsep	29
G. Hubungan Antar Variabel	39
H. Hipotesis	39
I. Definisi Operasional	40
	ix

J. Metodologi Penelitian	53
1. Jenis Penelitian	53
2. Tipe Penelitian	53
3. Metode Penelitian	53
4. Objek dan Lokasi Penelitian	54
5. Populasi	54
6. Sampel	54
7. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	56
8. Teknik Pengukuran Data	57
9. Metode Pengujian Validitas dan Reliabilitas	58
10. Teknik Analisis Data	63
BAB II DESKRIPSI UMUM OBYEK PENELITIAN	66
A. Sejarah Singkat Perusahaan	66
B. Visi dan Misi Perusahaan	66
C. Lambang Perusahaan	70
D. Produk	70
E. Varian Pelayanan	70
F. Struktur Organisasi	71
BAB III HASIL DAN INTEPRETASI DATA	72
A. Temuan dan Analisis Data	72
1. Distribusi Frekuensi	72
a) Variabel Kualitas Pelayanan	72
b) Variabel Kepuasan <i>Customer</i>	85
c) Variabel Citra Perusahaan	93
2. Uji Korelasi dan Regresi Sederhana	99
B. Intepretasi data	105

BAB IV PENUTUP	122
A. Kesimpulan	122
B. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian	123
C. Saran	123
 DAFTAR PUSTAKA	 125
 LAMPIRAN	 141



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Definisi Operasional	47
Tabel 1.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)	59
Tabel 1.3	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan (Y)	60
Tabel 1.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan <i>Customer</i> (Z)	61
Tabel 1.5	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X).....	62
Tabel 1.6	Hasil Uji Reliabilitas Citra Perusahaan (Y)	63
Tabel 1.7	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan <i>Customer</i> (Z)	63
Tabel 3.1	Perusahaan memiliki fasilitas yang memadahi.....	73
Tabel 3.2	Penampilan individu karyawan dari kerapian seragam	73
Tabel 3.3	Pengadaan media komunikasi interaktif	74
Tabel 3.4	Penggunaan peralatan berteknologi tinggi	74
Tabel 3.5	Pelayanan yang tepat waktu	75
Tabel 3.6	Karyawan memiliki keterampilan dalam melayani <i>customer</i>	75
Tabel 3.7	Kendaraan yang sudah di servis memiliki performa	76
Tabel 3.8	Keandalan karyawan memudahkan teknis pelayanan	76
Tabel 3.9	Karyawan memiliki kemampuan dalam menangani keluhan	77
Tabel 3.10	Karyawan bersikap baik ketika menerima kritikan	77
Tabel 3.11	Karyawan memiliki respon terhadap saran	78
Tabel 3.12	Kejelasan dalam memberikan jawaban atas pertanyaan <i>customer</i>	78
Tabel 3.13	Keterampilan karyawan dalam melayani <i>customer</i>	79
Tabel 3.14	Pelayanan yang sopan dan ramah	79
Tabel 3.15	Karyawan menguasai materi atas perusahaan	80
Tabel 3.16	Keamanan yang diberikan kepada <i>customer</i>	80
Tabel 3.17	Kemampuan karyawan dalam menghadirkan rasa percaya	81
Tabel 3.18	Karyawan memberikan perhatian kebutuhan <i>customer</i>	81
Tabel 3.19	Karyawan memberikan alternatif pemecahan masalah	82
Tabel 3.20	Komunikasi yang baik dalam menghargai <i>customer</i>	82

Tabel 3.21	Kesempatan bertanya yang diberikan kepada <i>customer</i>	83
Tabel 3.22	Interval variabel (X)	84
Tabel 3.23	<i>Descriptive Statistics</i> variabel (X)	84
Tabel 3.24	Produk berdasarkan standart yang ditetapkan	85
Tabel 3.25	Karyawan memiliki keandalan	85
Tabel 3.26	Peralatan canggih dalam service	86
Tabel 3.27	Cara karyawan menyampaikan informasi memberikan pilihan jasa servis	86
Tabel 3.28	Penjelasan akan sistem servis yang akan dilakukan	87
Tabel 3.29	Penjelasan karyawan akan layanan yang tersedia	87
Tabel 3.30	Kepercayaan <i>customer</i> dalam menggunakan jasa	88
Tabel 3.31	Kepuasan <i>customer</i> akan seluruh layanan	88
Tabel 3.32	<i>Customer</i> merasa nyaman ketika mendapat servis	89
Tabel 3.33	<i>Customer</i> merasa harga sesuai dengan hasil	89
Tabel 3.34	Kesepakatan seluruh biaya	90
Tabel 3.35	Kemampuan perusahaan dalam menggunakan dan mengerahkan seluruh karyawannya	90
Tabel 3.36	Interval variabel (Z)	
Tabel 3.37	<i>Descriptive Statistics</i> variabel (Z)	91
Tabel 3.38	<i>Customer</i> sering menggunakan jasa perusahaan	92
Tabel 3.39	Jasa servis yang diberikan variannya beraneka ragam	93
Tabel 3.40	Suasana yang dimiliki perusahaan menyenangkan	94
Tabel 3.41	Sistem operasional yang dijalankan memiliki kualitas baik	94
Tabel 3.42	<i>Customer</i> pernah memberikan rujukan kepada orang lain untuk menggunakan jasa Olimart PT. Wina Wira Usaha ..	95
Tabel 3.43	PT. Wina Wira Usaha mengutamakan aspek kualitas pelayanan	95
Tabel 3.44	Nama Olimart PT. Wina Wira Usaha identik dengan bidang jasa <i>tune-up</i>	96
Tabel 3.45	Olimart merupakan salah satu mitraan dengan pertamina .	96

Tabel 3.46	PT. Wina Wira Usaha pernah memenangkan Olimart <i>award</i>	97
Tabel 3.47	Olimart PT. Wina Wira Usaha memiliki <i>customer</i> dengan kelas sosial menengah keatas	97
Tabel 3.48	Interval variabel Y	98
Tabel 3.49	<i>Descriptive Statistics</i> variabel Y	99
Tabel 3.50	Korelasi dan regresi variabel X terhadap Z	100
Tabel 3.51	<i>Coefficients</i> variabel X terhadap Z	101
Tabel 3.52	Korelasi dan regresi Z terhadap Y	102
Tabel 3.53	<i>Coefficients</i> variabel Z terhadap Y	102
Tabel 3.54	Korelasi dan regresi variabel X terhadap Y	103
Tabel 3.55	<i>Coefficients</i> variabel X terhadap Y	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Lambang perusahaan	70
------------	--------------------------	----



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	Stimulus respon	12
Bagan 1.2	Kerangka konsep dalam aspek komunikasi	38
Bagan 1.3	Hubungan antar variabel	39
Bagan 2.1	Struktur organisasi Olimart PT. Wina Wira Usaha	71
Bagan 3.1	Korelasi dan regresi X terhadap Z	101
Bagan 3.2	Korelasi dan regresi Z terhadap Y	103
Bagan 3.3	Korelasi dan regresi X terhadap Y	104
Bagan 3.4	Korelasi dan regresi X, Y, dan Z	105
Bagan 3.5	Stimulus respon pada variabel	107

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Validitas dan reliabilitas
- Lampiran 3 Jawaban Responden
- Lampiran 4 Deskripsi Responden
- Lampiran 5 Tabel Frekuensi
- Lampiran 6 Korelasi dan Regresi Sederhana

