

# JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS

**Vol. 7 No. 1 Oktober 2016**

Analisis Pengaruh Kompensasi Manajemen Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Bursa Efek Indonesia).	Defrizal Faris M. Fardlani
Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Pada Monique's Cakery Di Bandar Lampung	Sapmaya Wulan Sayori Rahayu
Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Nathani Indonesia Di Bandar Lampung	Hepiana Patmarina Harto Hentonto
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Bengkel Pada Q-Noy Variasi Di Bandar Lampung	Endang Sp Sudjito Heri Permadi
Analisis Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Pada PT. Bank Lampung Di Way Kanan	H. Achmad Subing Erwin Hardianto
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Lampung Mobil	Prajawantoro Ni Dewa A.D.S.

JURMABIS	Vol. 7	No. 1	Hlm. 01 - 119	Bandar Lampung Oktober 2016	ISSN 2087-0701
----------	--------	-------	---------------	--------------------------------	-------------------



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG (UBL)**

# JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS

**Vol. 7 No. 1 Oktober 2016**

**Pembina**

Dr. Ir. Hi. M. Yusuf Sulfarano Barusman, M.B.A.  
Dr. Andala Rama Putra Barusman, S.E., M.A.Ec.

**Penanggung Jawab**

Dr. Iskandar A.A. S.E., M.M

**Ketua Penyunting**

Sapmaya Wulan, S.E., M.S.

**Penyunting Ahli**

Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.S. (Fakultas Ekonomi UNILA)  
Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M. (STIE IPWIJA)  
Dr. Hanes Riady, M.M., M.B.A. ( IBII Jakarta)  
Dr. Nur'aeni, M.M. (Fakultas Ekonomi USBRJ)

**Penyunting Pelaksana**

Ardansyah, S.E., M.M.

**Tata Usaha**

Hepiana Patmarina, S.E., M.M.

**Penerbit**

Universitas Bandar Lampung  
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen

Jurnal Manajemen dan Bisnis terbit 2 kali setahun pada bulan Oktober dan April  
Artikel jurnal merupakan artikel hasil penelitian (empiris) dan artikel konseptual yang mencakup kajian bidang Manajemen dan Bisnis.

**Alamat Redaksi**

Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung  
Kampus A Jln. Z. A. Pagar Alam No. 26 Labuhan Ratu Bandar Lampung 35142  
Telp: 0721-701979 Fax: 0721-701467 Hp: 0811798834 Email: [sapmaya.wulan@ubl.ac.id](mailto:sapmaya.wulan@ubl.ac.id)

# JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS

**Vol. 7 No. 1 Oktober 2016**

## DAFTAR ISI

Analisis Pengaruh Kompensasi Manajemen Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Bursa Efek Indonesia)	01 - 24
Defrizal Faris M. Fardlani	
Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Pada Monique's Cakery Di Bandar Lampung	25- 44
Sapmaya Wulan Sayori Rahayu	
Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Nathani Indonesia Di Bandar Lampung	45 -65
Hepiana Patmarina Harto Hentonto	
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Bengkel Pada Q-Noy Variasi Di Bandar Lampung	66 -82
Endang Sp Sudjito Heri Permadi	
Analisis Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Pada PT. Bank Lampung Di Way Kanan	83 - 100
H. Achmad Subing Erwin Hardianto	
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Lampung Mobil	101- 119
Prajawantoro Ni Dewa Ayu Dwi Susanti	

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PENGGUNA JASA BENGKEL PADA Q-NOY VARIASI  
DI BANDAR LAMPUNG**

***EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION TO  
USER SERVICE REPAIR Q-NOY VARIATIONS  
IN BANDAR LAMPUNG***

**Endang Sp Sudjito**

**Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung**

**Jl. ZA. Pagar Alam No. 26 Labuhan Ratu Bandar Lampung 35142.**

**Tel.0721701979 Fax. 0721-701463 Hp.0812-7971-445 email: Endang.sp@ubl.ac.id**

**Heri Permadi**

**Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung**

***ABSTRACT***

*Basically a business is to sell the product in the form of goods or services to consumers. To sell products to consumers one important aspect therein is the Quality of Service. Quality of Service should be increased in order to create increased product sales and customer satisfaction. As Business Services Workshop on Q-Noy Variations in Singapore engaged in the workshop so that service quality as the primary key. Problems experienced in this study is decreased so that did not achieve the targets set. Based on the identification of the problems above, which is the case in this study is whether the quality of service which consists of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy affects customer satisfaction services at Q-Noy workshop Variations in Bandar Lampung? The purpose of this research is: To determine the effect of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy to customer satisfaction of service users workshop on Q-Noy Variations in Bandar Lampung. This research method is the type of research uses two types of field research and literature, this study is a quantitative study is casual, the population used is the Q-Noy workshop services and sample as many as 100 people. data collection techniques by observation, interviews, documentation and questionnaires. The analytical tool used multiple regression analysis. The results of this study are (1) Based on the results of the regression of 0.417 Emphaty this means that the variable Emphaty more influential and dominant than the other study variables in influencing customer satisfaction in the garage Q-Noy Variations in Bandar Lampung. (2) The results of hypothesis testing showed that the obtained figures for tangible variables  $t$  value 0.908  $<$   $t$  table 1,662. For Realibility variables, obtained figures amounted to 1,265  $t <$   $t$  table amounted to 1,662. For variable Responsiveness, figures obtained  $t$  value 0.317  $<$   $t$  table 1662. For variable Assurance, obtained figures amounted to 1,776  $t >$   $t$  table 1662. For Emphaty variables, obtained figures amounted to 5,250  $t >$   $t$  table 1662. This means that for the variable tangible, Reability and Responsiveness no effect on Customer Satisfaction Workshop Q-noy Variations in Bandar Lampung. While variable*

*Empty Assurance and Customer Satisfaction Workshop effect on Q-noy Variations in Bandar Lampung. Based on the explanation can be concluded that the hypothesis 1, 2, and 3 was rejected while hypothesis 4 and 5 are acceptable.*

*Keywords: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Customer Satisfaction.*

## ABSTRAK

Pada dasarnya suatu bisnis adalah menjual produk berupa barang atau jasa kepada konsumen. Untuk menjual produk ke konsumen salah satu aspek yang penting didalamnya yaitu Kualitas Pelayanan. Kualitas Pelayanan harus ditingkatkan agar tercipta peningkatan penjualan produk maupun kepuasan konsumen. Seperti bisnis Jasa Bengkel pada Q-Noy Variasi di Bandar Lampung yang bergerak dibidang bengkel maka kualitas pelayanan itu sebagai kunci utama. Masalah yang dialami dalam penelitian ini yaitu mengalami penurunan sehingga tidak mencapai target yang sudah ditetapkan. Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa bengkel pada Q-Noy Variasi di Bandar Lampung? Adapun tujuan penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa bengkel pada Q-Noy Variasi di Bandar Lampung. Metode penelitian ini yaitu jenis penelitian ini menggunakan dua jenis yaitu penelitian lapangan dan kepustakaan, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kasual, populasi yang digunakan yaitu pengguna jasa bengkel Q-Noy dan sampelnya sebanyak 100 orang. teknik pengumpulan datanya dengan obsevasi, wawancara, dokumentasi dan kuisisioner. Alat analisis yang digunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) Berdasarkan hasil nilai regresi variabel *Emphaty* sebesar 0,417 ini artinya variabel *Emphaty* lebih berpengaruh dan dominan dibanding variabel penelitian lain dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada bengkel Q-Noy Variasi di Bandar Lampung. (2) Hasil pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa untuk variabel *Tangibel* diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $0,908 < t_{tabel}$  sebesar 1,662. Untuk variabel *Realibilty*, diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $1,265 < t_{tabel}$  sebesar 1.662. Untuk variabel *Responsiveness*, diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $0,317 < t_{tabel}$  sebesar 1.662. Untuk variabel *Assurance*, diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $1,776 > t_{tabel}$  sebesar 1.662. Untuk variabel *Emphty*, diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $5,250 > t_{tabel}$  sebesar 1.662. Artinya bahwa untuk variabel *Tangibel*, *Reability* dan *Responsiveness* tidak ada pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung. Sedangkan variabel *Assurance* dan *Emphty* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis 1, 2, dan 3 ditolak sedangkan hipotesis 4 dan 5 dapat diterima.

Kata Kunci: *Tangibel, Realibilty, Responsiveness, Assurance, Emphty* dan Kepuasan Konsumen

## PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan bisnis saat ini, banyak menjanjikan peluang bagi perusahaan, yang tentunya juga berpengaruh pada persaingan di dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini membuat timbulnya persaingan yang semakin ketat dalam kegiatan bisnis. Setiap bisnis yang dijalankan tentunya ingin selalu berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Penunjang utama keberhasilan dari suatu bisnis salah satunya yaitu berupa kegiatan pemasaran. Pemasaran dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting, dimana pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dengan kata lain, perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Dalam persaingan pasar, terdapat faktor-faktor yang menjadi penunjang keberhasilan dalam persaingan, salah satunya yaitu kualitas pelayanan. Menurut Zeithami dan Bitner (dalam Rambat Lupioadi & A. Hamdani 2011; 1992), bah-

wa faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa. Setiap bisnis yang ingin menang dalam persaingan pasar, maka memperhitungkan faktor kualitas pelayanan.

Semakin bertambahnya pangsa pasar berupa kendaraan, tentu permintaan konsumen akan tempat servis dan variasi kendaraan sangat dibutuhkan. Namun kebutuhan akan bengkel servis dan variasi kendaraan juga dibarengi dengan menjamurnya jumlah bengkel yang ada. Salah satu usaha yang juga mengalami persaingan ketat yaitu usaha bengkel dan variasi kendaraan Q-Noy Variasi yang berada di Bandar Lampung. Bengkel Q-Noy Variasi memberikan jasa pemasangan alat-alat variasi seperti : pemasangan lampu, alarm, klakson, menerima jasa perbaikan kelistrikan pada kendaraan baik roda dua dan roda empat. Persaingan yang ketat menyebabkan tingkat realisasi sering tidak sesuai dengan apa yang ditargetkan bangkel Q-Noy di Bandar Lampung. Hal itu dapat dilihat dari tabel jumlah pendapatan yang menggunakan jasa bengkel Q-noy variasi berikut ini:

Tabel 1. Data Pendapatan Periode Desember 2013 – November 2014

Bulan	Target Pendapatan	Realisasi Pendapatan	Perkembangan Pendapatan (dalam %)	Pencapaian Pendapatan (dalam %)
Desember 2013	Rp.60.000.000	Rp.60.730.000	-	101,2
Januari 2014	Rp.60.000.000	Rp.62.400.000	2,7	104
Februari 2014	Rp.60.000.000	Rp.63.917.000	2,4	106,5
Maret 2014	Rp.60.000.000	Rp.64.505.000	0,9	107,5
April 2014	Rp.60.000.000	Rp.65.941.000	2,2	109,9
Mei 2014	Rp.60.000.000	Rp.66.300.000	0,5	110,5
Juni 2014	Rp.60.000.000	Rp.67.940.000	2,4	111,2
Juli 2014	Rp.70.000.000	Rp.74.092.000	9,0	105,8
Agustus 2014	Rp.70.000.000	Rp.66.144.000	-10,7	94,5
September 2014	Rp.60.000.000	Rp.59.343.000	-10,2	98,9
Okrober 2014	Rp.60.000.000	Rp.57.500.000	-3,1	95,8
November 2014	Rp.60.000.000	Rp.58.755.000	2,1	97,5
Rata – rata pencapaian penjualan				103.6

Sumber : Dokumen Bengkel Q-Noy Variasi 2014

Berdasarkan Tabel 1. diatas menunjukkan Pendapatan pada bulan Desember 2013 pendapatan selalu melebihi target yang ditetapkan. Pencapaian target pendapatan berlanjut hingga bulan juli 2014, target yang ditetapkan oleh pemilik bengkel pada bulan juli 2014 adalah sebesar Rp.70.000.000 dan realisasi pendapatan yaitu Rp.74.092.000. Namun pendapatan mulai mengalami penurunan hingga target yang ditetapkan tidak dapat dicapai, yaitu dimulai dari bulan Agustus. Pada bulan Agustus target pendapatan yaitu sebesar Rp.70.000.000 namun realisasi pendapatan yang didapat hanya sebesar Rp.66.144.000, dan ketidak tercapaian target terus berlanjut hingga bulan november 2014.

Terdapat indikasi bahwa penurunan pendapatan dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini karena pelayanan yang diberikan terkadang lambat karena berkurangnya seorang karyawan. (Sumber wawancara dengan Pemilik bengkel Q-Noy Variasi di Bandar Lampung).

Identifikasi masalah dari penelitian ini adalah penggunaan jasa yang diberikan bengkel Q-Noy Variasi yang mengalami penurunan sehingga tidak mencapai target yang sudah ditetapkan, hal ini dapat kita lihat pada Tabel 1. data pendapatan dimana pada bulan Agustus 2014 hingga bulan November 2014 bengkel Q-Noy Variasi mengalami penurunan realisasi pendapatan.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa bengkel pada Q-Noy Variasi di Bandar Lampung?

Adapun tujuan penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui pengaruh *tangible, reliability,*

*responsiveness, assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa bengkel pada Q-Noy Variasi di Bandar Lampung.

### **Kerangka Pemikiran**

**Manajemen.** Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia secara efektif yang didukung oleh sumber-sumber lainnya dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Hikmat (dalam Afifuddin, 2013; 3). Sedangkan menurut Manullang (dalam Afifuddin 2013; 3) Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

**Pemasaran.** Pengertian pemasaran menurut *The American Marketing Association Committee* (dalam Afifuddin, 2013; 24) adalah merupakan kegiatan perdagangan yang mengarahkan aliran barang-barang dan jasa dari produsen menuju konsumen atau pemakai. Sedangkan pengertian pemasaran menurut Malcom Mc. Hair (dalam Afifuddin, 2013; 24) yaitu penciptaan dan penyerahan suatu standar hidup kepada masyarakat. Menurut Kotler dan Armstrong (2010; 32) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

**Kualitas Pelayanan.** Menurut Kotler dan Keller (2009; 143) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Goetsch & Davis (dalam Tjiptono 2011; 164) kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi

harapan. Menurut Olsen dan Wyckoff (dalam Yamit, 2010; 22) definisi secara umum dari kualitas jasa pelayanan adalah perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas pelayanan. Menurut Collier (dalam Yamit, 2010; 22) memiliki pandangan lain dari kualitas jasa pelayanan ini, yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (excellent) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan).

Menurut Parasuraman, Zeitham, Berry (dalam Yamit 2010; 10), dikatakan terdapat beberapa faktor penghambat dalam pelayanan yang diidentifikasi sebagai berikut : (1) kurang otoritas yang diberikan terhadap bawahan, (2) terlalu birokrasi sehingga lambat dalam menghadapi keluhan konsumen, (3) bawahan tidak berani mengambil keputusan sebelum ada izin dari atasan, (4) petugas sering bertindak kaku dan tidak memberikan jalan keluar yang baik, (5) petugas sering tidak ada ditempat pada waktu jam kerja sehingga sulit untuk dihubungi, (6) banyak interest pribadi, (7) budaya tip, (8) aturan yang tidak jelas dan terbuka (9) kurang profesional (kurang terampil menguasai bidangnya) , (10) banyak instansi atau bagian lain yang terlibat, (11) disiplin kerja sangat kurang dan tidak tepat waktu, (12) tidak ada keselarasan antara bagian dalam memberikan pelayanan, (13) kurang kontrol sehingga petugas agak “nakal”, (14) ada diskriminasi dalam memberikan pelayanan, (15) belum ada sistem informasi manajemen (SIM) yang terintegrasi.

Menurut Parasuraman, Zeitham, Berry (dalam Yamit 2010; 31), keseluruhan faktor penghambat dalam pelayanan tersebut diatas

dapat dijadikan dasar bagi manager untuk meningkatkan atau memperbaiki pelayanan agar dapat mengurangi bahkan menghilangkan kesenjangan yang terjadi antara pihak perusahaan dengan pelanggan. Usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pelayanan dapat menyangkut faktor-faktor sebagai berikut : (1) *Reliability* yang terdiri dari: pengaturan fasilitas, sistem dan prosedur dilaksanakan taat azas, meningkatkan efektivitas jadwal kerja dan meningkatkan koordinasi antar bagian. (2) *Responsiveness* yang terdiri dari: mempercepat pelayanan, pelatihan karyawan, komputerisasi dokumen, penyederhanaan system dan prosedur, pelayanan yang terpadu (*one-stop-shopping*), penyederhanaan birokrasi dan mengurangi pemusatan keputusan. (3) *Competence* yang terdiri dari: meningkatkan profesionalitas karyawan dan meningkatkan mutu administrasi. (4) *Credibility* yang terdiri dari: meningkatkan sikap mental karyawan untuk bekerja giat, meningkatkan kejujuran karyawan dan menghilangkan kolusi. (5) *Tangibles* yang terdiri dari: perluasan kapasitas dan peningkatan keberpihakan kepada konsumen. (6) *Communication* yang terdiri dari : memperjelas pihak yang bertanggungjawab dalam setiap kegiatan, meningkatkan efektifitas klien dan membuat SIM terintegrasi.

Zeitham, Berry dan Parasuratman (dalam Yamit, 2010; 10) telah melakukan penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima karakteristik kualitas pelayanan itu adalah : (1) *Tangibles* (bukti langsung) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, sarana komunikasi. (2) *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan , pemuaskan sesuai dengan yang telah dijanjikan. (3) *Responsive-ness* (daya tangkap), yaitu tanggap terhadap keluhan pelanggan, kesediaan karyawan



membantu pelanggan, kecepatan dalam menyelesaikan masalah. (4) *Assurance* (jaminan), yaitu keramahan dalam melayani pelanggan atau tamu, pengetahuan yang luas, keamanan konsumen atau tamu terjamin, kemampuan karyawan, kejujuran karyawan. (5) *Empaty*, yaitu meliputi tersedia layanan 24 jam, mengetahui keinginan pelanggan atau tamu, mampu berkomunikasi dengan baik.

**Kepuasan Konsumen.** Menurut Engel (dalam Tjiptono & Chandra, 2011; 292) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, ketidakpuasan muncul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Menurut Umar (2009; 14), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pembeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.

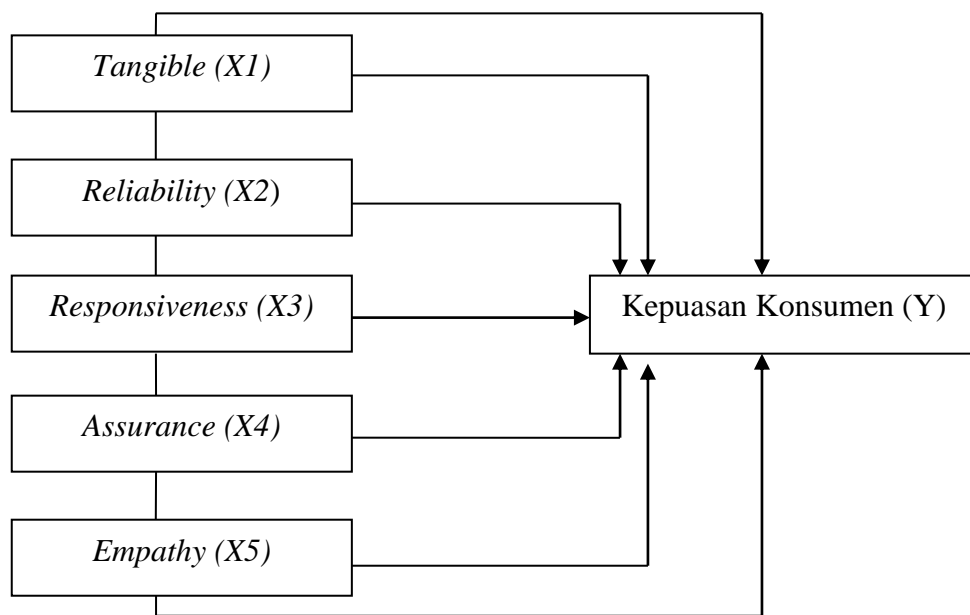
Menurut Fornell (dalam Rambat Lopiyoadi & A. Hamdani, 2011; 192), banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Menurut Kotler (dalam Rambat Lopiyoadi & A. Hamdani, 2011; 192), pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan berikut : (1) Memperkecil ke-

senjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan. (2) Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada. (3) Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Dengan membentuk sistem saran dan kritik. (4) Mengembangkan dari menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2009; 120) ada beberapa metode yang dapat di gunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan yaitu: Sistem keluhan dan saran, Ghost shopping ( *mystery shopping*), Lost customer analysis dan survey kepuasan pelanggan

### **Kerangka Konseptual**

Agar suatu bisnis dapat memuaskan konsumennya, maka harus mempunyai pelayanan yang berkualitas. Sedangkan kualitas pelayanan terdiri dari 5 bagian, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Kualitas pelayanan adalah mencerminkan kehidupan ekonomis suatu jasa yang diberikan kepada konsumen. Bila suatu pelayanan mampu menunjukkan seberapa jauh Kulaitasnya dapat menyamai standar yang tinggi, berarti kualitas pelayanannya sesuai dengans tandar yang telah ditentukan. Berdasarkan pemikiran di atas, maka dapat digambarkan sebuah paradigma penelitian seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Paradigma Penelitian

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

**Penelitian Kepustakaan**, yaitu jenis penelitian yang dilakukan dengan melalui berbagai buku, literatur, arsip, tulisan ilmiah, brosur, artikel-artikel serta bahan bacaan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

**Penelitian Lapangan**, yaitu penelitian yang dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya dengan melakukan tinjauan langsung objek penelitian untuk menemukan secara spesifik dan realistis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat.

**Desain Penelitian.** Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Penelitian kuantitatif kausal merupakan penelitian pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi yang bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab-akibat atau pengaruh dari variabel-variabel penelitian. Peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau

peristiwa yang terjadi. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y) dan variabel independen yang digunakan adalah Kualitas Pelayanan dimana instrumennya adalah *tangible* (X<sub>1</sub>), *reliability* (X<sub>2</sub>), *responsiveness* (X<sub>3</sub>), *assurance* (X<sub>4</sub>) dan *empathy* (X<sub>5</sub>).

### Variabel dan Operasional Variabel

**Variabel**, Menurut Natch dan Faradi yang dialih bahasakan oleh Sugiyono (2010; 31) Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya atau satu objek dengan objek lainnya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (variabel independen) yaitu variabel yang mempengaruhi dan variabel terikat (variabel dependen) yaitu variabel yang dipengaruhi. Dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti maka yang menjadi variabel bebasnya adalah *tangible* (X<sub>1</sub>), *reliability* (X<sub>2</sub>), *responsiveness* (X<sub>3</sub>), *assurance* (X<sub>4</sub>) dan *empathy*(X<sub>5</sub>) serta variabel terikatnya adalah

kepuasan konsumen yang dinyatakan dengan (Y).

**Operasional Variabel,** Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrument penelitian. Dalam penelitian ini ada enam variabel yang diteliti, yaitu *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) *empathy* ( $X_5$ ) dan kepuasan konsumen (Y). Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala ordinal. Berikut ini Oprasionalisasi Variabelnya. Variabel Bebas (Independen) yaitu: *Tangible*, Menurut Zeitham, Berry dan Parasuratman (dalam Yamit, 2010; 10) indikator yaitu: fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. *Reliability* (kehandalan) indikatornya yaitu: kemampuan dalam memberikan pelayanan dan memuaskan sesuai dengan yang telah dijanjikan. *Responsivevess* (daya tangkap), indikatornya yaitu: tanggap terhadap keluhan pelanggan, kesediaan karyawan membantu pelanggan dan kecepatan dalam menyelesaikan masalah. *Assurance* (jaminan), indikatornya yaitu: Keramahan dalam melayani pelanggan atau tamu, pengetahuan yang luas, keamanan konsumen atau tamu terjamin, kemampuan karyawan dan kejujuran karyawan. *Empaty* indikatornya yaitu: Tersedia layanan 24 jam, mengetahui keinginan pelanggan atau tamu dan mampu berkomunikasi dengan baik. (1) Variabel Terikat (Variabel dependen) Kepuasan konsumen (Y) Menurut Kotler (2009; 49) indikator kepuasan pelanggan adalah: Adanya hubungan konsumen dan perusahaan, loyalitas konsumen, dan rekomendasi dari konsumen

### Populasi dan sampel

**Populasi,** menurut Sugiyono (2010; 72) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat umum yang telah menggunakan jasa bengkel Q-Noy Variasi di Bandar Lampung.

**Sampel,** Sampel adalah sebagian dari populasi itu (Sugiyono, 2012; 215). Pada penelitian ini populasi yang ada berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui maka menurut Rao Purba dan Hair dalam (dalam Ghazali, 2009; 89 ) digunakan rumus :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{Z^2}{4(\text{moe})^2} \\
 &= \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} \\
 &= 96,04
 \end{aligned}$$

Keterangan :  $n$ : Jumlah sampel,  $Z$ : Nilai  $Z$  dengan tingkat keyakinan 95% maka nilai  $Z = 1,96$  (tabel distribusi normal),  $\text{Moe}$ : Margin fo error atau kesalahan maksimum 10%. Total sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang. Untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling Method* yaitu pengambilan sampel dimana individu diambil berdasarkan kemudahan untuk mendapatkan data, yaitu kebetulan bertemu.

### Teknik Pengumpulan Data

**Observasi,** Yaitu Melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung diperusahaan.

**Wawancara (interview),** Mengadakan wawancara dengan bagian konsumen yang mempunyai kaitannya dengan masalah yang

diteliti. Teknik wawancara dilakukan untuk mendukung akurasi dan kelengkapan kuisisioner tersebut.

**Dokumentasi**, adalah kegiatan mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber atau referensi yang terkait dengan penelitian, seperti buku, majalah, atau literatur lainnya.

**Kuisisioner**, Mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dipersiapkan secara tertulis dengan menyebarkan angket dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden.

Tabel 2. Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

### Uji Validitas dan Reliabilitas

**Uji Validitas**, Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2006). Membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel dengan jumlah sample adalah 30 tingkat signifikan 0,05 dari *degree of freedom* ( $df = n-2$ ) dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel penelitian (Ghozali, 2006), maka  $r$  tabel pada penelitian ini adalah, bila :  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

**Uji Reliabilitas**, Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Spss memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai ( $\alpha$ ) 0,60 Ghozali, (2006). Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuisisioner dalam penelitian ini yaitu : menggunakan rumus koefisien cronbach alpha, adalah: apabila koefisien alpha  $>$  taraf signifikansi 60% atau 0,60 maka koefisien tersebut reliabel. apabila koefisien alpha  $<$  taraf signifikansi 60% atau 0,60 maka koefisien tersebut tidak reliabel

### Metode Analisis

**Analisis Data Kualitatif**, Analisis kualitatif merupakan bentuk analisis yang berdasarkan dari data yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Analisis kualitatif ini digunakan untuk membahas dan menerangkan hasil penelitian tentang berbagai gejala atau kasus yang dapat diuraikan dengan kalimat.

**Analisis Data Kuantitatif**, Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka – angka dan cara pembahasannya dengan Dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS for Windows versi 18*.

**Analisis Regresi Linear Berganda**. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bengkel Q-Noy Variasi di Bandar Lampung. Alasan menggunakan metode tersebut karena hasil analisis regresi linear berganda ini mampu mengidentifikasi dan menjelaskan variabel-variabel bebas yang signifikan terhadap variabel terikat,

serta mampu menjelaskan hubungan linear yang mungkin terdapat diantara variabel terikat yang lebih dari satu variabel bebas. Selain itu, analisis ini mudah dimengerti dan dapat digunakan dalam situasi yang berbeda (Suharyadi Purwanto SK, 2004). Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan: Y = Kepuasan Konsumen, a = Konstanta yang merupakan rata-rata nilai Y pada saat nilai X<sub>1</sub> X<sub>2</sub> X<sub>3</sub> X<sub>4</sub> X<sub>5</sub> Sama dengan 0, b<sub>1</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>1</sub> (*tangible*), b<sub>2</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>2</sub> (*reliability*), b<sub>3</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>3</sub> (*responsiveness*), b<sub>4</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>4</sub> (*assurance*), b<sub>5</sub> = Koefisien regresi variabel X<sub>5</sub> (*empathy*), X<sub>1</sub> = Bukti fisik (*Tangible*), X<sub>2</sub> = Keandalan (*Reliability*), X<sub>3</sub> = Daya tanggap (*Responsiveness*), X<sub>4</sub> = Jaminan (*Assurance*), X<sub>5</sub> = Empati / kepedulian (*Empathy*) dan e = error / variabel pengganggu.

**Uji Hipotesis**

*Uji t*, digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub> dan X<sub>5</sub> (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) secara terpisah atau parsial Ghazali, (2005; 84). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah : Ho : Variabel-variabel bebas (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Ha : Variabel-variabel bebas (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Dasar

pengambilan keputusan (Ghozali, 2005; 84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu : Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

*Uji F*, Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005; 84). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah : Ho : Variabel-variabel bebas yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen. Ha : Variabel-variabel bebas yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen. Dasar pengambilan keputusannya Ghazali, (2005; 84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu: Apabila probabilitas signifikansi > 0.05, maka Ho diterima dan Ha ditolak dan Apabila probabilitas signifikansi < 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

*Uji Validitas*, Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2006). Hasil uji validitas disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas (*Tangibel*)

No	Indikator	r hitung	r tabel	Kete-rangan
1	TG 1	0,824	0,3882	Valid
2	TG 2	0,769	0,3882	Valid
3	TG 3	0,795	0,3882	Valid
4	TG 4	0,795	0,3882	Valid
5	TG 5	0,579	0,3882	Valid

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 3. hasil output uji validitas di atas bahwa variabel *Tangibel* dimana  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga disimpulkan seluruh indikator dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas (*Reability*)

No	Indikator	r hitung	r table	Kete-rangan
1	RB 1	0,713	0,3882	Valid
2	RB 2	0,808	0,3882	Valid
3	RB 3	0,810	0,3882	Valid
4	RB 4	0,796	0,3882	Valid
5	RB 5	0,569	0,3882	Valid

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 4. hasil output uji validitas di atas bahwa variabel *Reability* dimana  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga disimpulkan seluruh indikator dinyatakan valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas (*Responsiveness*)

No	Indikator	r hitung	r tabel	Kete-rangan
1	RP 1	0,855	0,3882	Valid
2	RP 2	0,769	0,3882	Valid
3	RP 3	0,820	0,3882	Valid
4	RP 4	0,768	0,3882	Valid
5	RP 5	0,781	0,3882	Valid

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 5. hasil uji validitas di atas bahwa variabel *Responsiveness* dimana  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga disimpulkan seluruh indikator dinyatakan valid.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas (*Assurance*)

No	Indikator	r hitung	r tabel	Kete-rangan
1	AR 1	0,714	0,3882	Valid
2	AR 2	0,701	0,3882	Valid
3	AR 3	0,821	0,3882	Valid
4	AR 4	0,838	0,3882	Valid
5	AR 5	0,803	0,3882	Valid

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 6 hasil output uji validitas di atas bahwa variabel Assurance dimana  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel sehingga dapat disimpulkan seluruh indikator dinyatakan valid.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas (*Emphaty*)

No	Indikator	r hitung	r tabel	Kete-rangan
1	EM 1	0,739	0,3882	Valid
2	EM 2	0,810	0,3882	Valid
3	EM 3	0,783	0,3882	Valid
4	EM 4	0,825	0,3882	Valid
5	EM 5	0,733	0,3882	Valid

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 7 hasil output uji validitas di atas bahwa variabel Emphaty dimana  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel sehingga dapat disimpulkan seluruh indikator dinyatakan valid.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

No	Indikator	r hitung	r tabel	Kete-rangan
1	KK 1	0,729	0,3882	Valid
2	KK 2	0,816	0,3882	Valid
3	KK 3	0,845	0,3882	Valid
4	KK 4	0,642	0,3882	Valid
5	KK 5	0,826	0,3882	Valid

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 8 hasil output uji validitas di atas bahwa variabel Kepuasan Konsumen dimana  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel sehingga dapat disimpulkan seluruh indikator dinyatakan valid.

**Uji Reabilitas**, Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Spss memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai ( $\alpha$ ) 0,60 Ghazali, (2006). Adapun hasil dari pengujian reabilitas dapat terlihat pada Tabel 9 berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Tangible</i> ( $X_1$ )	0,804	Reliabel
<i>Reability</i> ( $X_2$ )	0,795	Reliabel
<i>Responsiveness</i> ( $X_3$ )	0,856	Reliabel
<i>Assurance</i> ( $X_4$ )	0,834	Reliabel
<i>Emphaty</i> ( $X_5$ )	0,836	Reliabel
Kepuasan konsumen (Y)	0,830	Reliabel

Sumber: data diolah SPSS 18.0

Berdasarkan Tabel 9 diatas diperoleh nilai reliabilitas konsistensi internal ditunjukkan koefisien *Alpha Cronbach* dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,60. Dengan demikian item pengukuran pada masing-masing indikator dalam variabel-variabel penelitian dinyatakan reliabel dan selanjutnya dapat digunakan dalam penelitian.

**Karakteristik Responden.** Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen pada Bengkel Q-noy Variasi di Bandar Lampung.

Identitas responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : umur (usia), jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan

Tabel 10. Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia

No	Umur	Jumlah konsumen
1	15 - 20 tahun	31
2	21 - 25 tahun	33
3	26 - 30 tahun	17
4	31 - 35 tahun	9
5	36 - 50 tahun	10
Jumlah		100 konsumen

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 10 dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi subjek atau responden terdiri dari usia 15 - 20 tahun sebanyak 32 orang, usia 21 - 25 sebanyak 32 orang, usia 26 - 30 sebanyak 17 orang, usia 31 - 35 sebanyak 9 orang dan usia 36 - 50 tahun sebanyak 10 orang. Jadi dengan demikian subyek atau responden yang terbanyak yaitu usia antara 21 – 25 tahun yaitu sebanyak 33 orang responden.

Tabel 11. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
Laki-laki	85	84
Perempuan	15	16
Total	100	100

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 11 dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi subyek atau responden terdiri dari laki-laki sebanyak 84 orang dan perempuan sebanyak 16 orang. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa responden terbanyak yaitu responden laki-laki.

Tabel 12. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persen (%)
SD	-	-
SLTP	18	18
SLTA	60	60
Perguruan tinggi	22	22
Total	100	100

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 12 dapat dikatakan bahwa dalam penelitian yang menjadi subyek atau responden berpendidikan yaitu SD sebanyak 0 orang, SLTP sebanyak 18 orang, SLTA sebanyak 60 orang dan Perguruan Tinggi sebanyak 22 orang. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa responden terbanyak yaitu responden yang berpendidikan SLTA sebanyak 60 responden.

Tabel 13. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persen (%)
Pns	12	12
wiraswasta	27	27
Pelajar	61	61
Total	100	100

Sumber: data diolah

Tabel 14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.382	1.927		2.274	.025
	Tangibel	.075	.083	.088	.908	.366
	Realibility	.105	.083	.122	1.265	.209
	Responsiveness	.024	.075	.032	.317	.752
	Assurance	.147	.083	.182	1.776	.079
	Emphty	.417	.079	.461	5.250	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data diolah SPSS 18.0

Berdasarkan Tabel 13 dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi subyek atau responden berdasarkan pekerjaan yaitu Pns sebanyak 12 orang, wiraswasta sebanyak 27 orang dan pelajar sebanyak 61 orang. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa responden terbanyak yaitu responden yang memiliki pekerjaan pelajar sebanyak 61 orang responden.

**Analisis Regresi Linier Berganda.** Alasan menggunakan metode tersebut karena hasil analisis regresi linear berganda ini mampu mengidentifikasi dan menjelaskan variabel-variabel bebas yang signifikan terhadap variabel terikat, serta mampu menjelaskan hubungan linear yang mungkin terdapat diantara variabel terikat yang lebih dari satu variabel bebas. Selain itu, analisis ini mudah dimengerti dan dapat digunakan dalam situasi yang berbeda (Suharyadi Purwanto SK, 2004). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS for Windows* versi 18.0. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada Tabel 14berikut:



Model persamaan regresinya yaitu sebagai berikut:

$$Y = 4,382 + 0,075 X_1 + 0,105 X_2 + 0,024 X_3 + 0,147 X_4 + 0,417 X_5$$

Keterangan : Y = Kepuasan konsumen, X<sub>1</sub> = *Tangibel*, X<sub>2</sub> = *Reability*, X<sub>3</sub>= *Responsiveness*, X<sub>4</sub> = *Assurance*, X<sub>5</sub> = *Emphaty* dan Et = Error Of Term.

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut : Konstanta sebesar 4.382 : artinya jika *Tangibel* (X<sub>1</sub>), *Reability* (X<sub>2</sub>), *Resvonsivenes* (X<sub>3</sub>), *Assurance* (X<sub>4</sub>), dan *Emphaty* (X<sub>5</sub>) adalah 0, maka kepuasan konsumen nilainya 4.382. Koefisien regresi variabel *Tangibel* (X<sub>1</sub>) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,075 dan bernilai positif. Maka Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 4,382. Koefisien regresi (X<sub>1</sub>) sebesar 0,075 berarti bahwa jika *Tangibel* (X<sub>1</sub>) naik sebesar 1 poin maka Kepuasan Konsumen (Y) naik 0,075 dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien regresi variabel *Reability* (X<sub>2</sub>) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,105 dan bernilai positif. Maka Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 4,382. Koefisien regresi (X<sub>2</sub>) sebesar 0,105 berarti bahwa jika *Reability* (X<sub>2</sub>) naik sebesar 1 poin maka Kepuasan Konsumen (Y) naik 0,105 dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien regresi variabel *Responsiveness* (X<sub>3</sub>) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,024 dan bernilai positif. Maka Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 4,382. Koefisien regresi (X<sub>3</sub>) sebesar 0,024 berarti bahwa jika *Responsiveness* (X<sub>3</sub>) naik sebesar

1 poin maka Kepuasan Konsumen (Y) naik 0,024 dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien regresi variabel *Assurance* (X<sub>4</sub>) mempunyai nilai koefisien b sebesar 0,147 dan bernilai positif. Maka Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 4,382. Koefisien regresi (X<sub>4</sub>) sebesar 0,147 berarti bahwa jika *Assurance* (X<sub>4</sub>) naik sebesar 1 poin maka Kepuasan Konsumen (Y) naik 0,147 dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien regresi variabel *Emphaty* (X<sub>5</sub>) mempunyai nilai koefisien b sebesar 0,417 dan bernilai positif. Maka Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 4,382. Koefisien regresi (X<sub>5</sub>) sebesar 0,417 berarti bahwa jika *Emphaty* (X<sub>5</sub>) naik sebesar 1 poin maka Kepuasan Konsumen (Y) naik 0,417 dengan asumsi variabel lain konstan. Berdasarkan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai regresi *Emphaty* yaitu 0,417 ini artinya variabel *Emphaty* lebih berpengaruh dan dominan dibanding variabel penelitian lain dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada bengkel Q-Noy Variasi di Bandar Lampung.

**Koefisien Determinasi**, Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R square.

Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary					Change Statistics			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.674 <sup>a</sup>	.454	.425	1.571	.454	15.631	5	94	.000

a. Predictors: (Constant) *Tangibel*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*

Sumber: data diolah SPSS 18.0

Berdasarkan Tabel 19 diatas diperoleh hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R square) yang diperoleh sebesar 0,425. Hal ini berarti 42% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh *Tangibel*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* sedangkan sisanya yaitu 58% Kinerja dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Pengujian Hipotesis**

*Uji t*, Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub> (*Tangibel*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) secara terpisah atau parsial maupun secara simultan.(Ghozali, 2009:84).

Tabel 16. Hasil Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.382	1.927		2.274	.025
	Tangibel	.075	.083	.088	.908	.366
	Realibility	.105	.083	.122	1.265	.209
	Responsiveness	.024	.075	.032	.317	.752
	Assurance	.147	.083	.182	1.776	.079
	Emphaty	.417	.079	.461	5.250	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
 Sumber: data diolah SPSS 18.0

Tabel 17. Hasil Uji Hipotesis t

Variabel	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Kondisi	Keterangan
X <sub>1</sub> → Y	0,908	1.662	t <sub>hitung</sub> < t <sub>tabel</sub>	Ha ditolak
X <sub>2</sub> → Y	1,265	1.662	t <sub>hitung</sub> < t <sub>tabel</sub>	Ha ditolak
X <sub>3</sub> → Y	0,317	1.662	t <sub>hitung</sub> < t <sub>tabel</sub>	Ha ditolak
X <sub>4</sub> → Y	1,776	1.662	t <sub>hitung</sub> > t <sub>tabel</sub>	Ha diterima
X <sub>5</sub> → Y	5,250	1.662	t <sub>hitung</sub> > t <sub>tabel</sub>	Ha diterima

Sumber: data diolah SPSS 18.0

Berdasarkan Tabel 17 diatas kita dapat memperhitungkan hasil uji t yaitu : *Tangible* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen bengkel Q-Noy Variasi di Bandar Lampung. Taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan: dk = n -k- 1, atau 100 -5-1 = 94. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t<sub>tabel</sub> sebesar 1,662. Dari hasil tersebut (1) Terlihat dari hasil perhitungan, diperoleh angka t<sub>hitung</sub> sebesar 0,908 < t<sub>tabel</sub> sebesar 1,662. Artinya

tidak ada pengaruh *Tangibel* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung. (2) untuk variabel *Realibility*, diperoleh angka t<sub>hitung</sub> sebesar 1,265 < t<sub>tabel</sub> sebesar 1.662. Artinya tidak ada pengaruh *Realibility* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung. Untuk variabel *Responsiveness*, diperoleh angka t<sub>hitung</sub> sebesar 0,317 < t<sub>tabel</sub> sebesar 1.662. Artinya tidak ada pengaruh *Responsiveness* terhadap

Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung. Untuk variabel *Assurance* , diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $1,776 > t_{tabel}$  sebesar 1.662. Artinya ada pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung. Untuk variabel *Emphty*, diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $5,250 > t_{tabel}$  sebesar 1.662. Artinya ada pengaruh *Emphty*

Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung.

**Uji F**, Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005; 84). Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama diperoleh pada Tabel 17 berikut ini :

Tabel 18. Hasil Uji F

		ANOVA <sup>b</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	192.871	5	38.574	15.631	.000 <sup>a</sup>
	Residual	231.969	94	2.468		
	Total	424.840	99			

A. Predictors: (Constant), Tangibel, Realililty, Responsiveness, Assurance ,Emphaty

B. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: data diolah SPSS 18.0

Berdasarkan Tabel 18 diatas diperoleh hasil perhitunga statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 15,631$  dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama *Tangibel*, *Realililty*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(2) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa untuk variabel *Tangibel* diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $0,908 < t_{tabel}$  sebesar 1,662. Artinya tidak ada pengaruh *Tangibel* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung. Untuk variabel *Realililty*, diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $1,265 < t_{tabel}$  sebesar 1.662. Artinya tidak ada pengaruh *Realililty* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung. Untuk variabel *Responsiveness* , diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $0,317 < t_{tabel}$  sebesar 1.662. Artinya tidak ada pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung. Untuk variabel *Assurance* , diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $1,776 > t_{tabel}$  sebesar 1.662. Artinya ada pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung. Untuk variabel *Emphaty*, diperoleh angka  $t_{hitung}$  sebesar  $5,250 > t_{tabel}$  sebesar 1.662. Artinya ada pengaruh *Emphaty* Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Q-noy Variasi Di Bandar Lampung, maka penelitian ini dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : (1) Berdasarkan hasil nilai regresi variabel *Emphaty* sebesar 0,417 ini artinya variabel *Emphaty* lebih berpengaruh dan dominan dibanding variabel penelitian lain dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada bengkel Q-Noy Variasi di Bandar Lampung.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis 1, 2, dan 3 ditolak sedangkan hipotesis 4 dan 5 dapat diterima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin. 2013. *Dasar-dasar manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam 2006. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler Philip dan Keller Kevin 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip pemasaran* edisi 12 Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Rambat, Lupiyoadi dan A.Hamdani., 2011. *Manajemen pemasaran jasa*. edisi 2, Jakarta: salemba empat.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke 3. Bandung : Alfabeta.
- Suharyadi Purwanto SK, 2004. *Prosedur Penelitian*. Erlangga : Bandung.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit: Andy.
- Umar. 2009. *Kepuasan Pelanggan, Pemasaran Produk Jasa dan barang*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Yamit. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Jakarta : Ekonisia.

# PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

## UMUM

Artikel berupa kajian bidang Manajemen dan Bisnis baik artikel hasil penelitian maupun artikel konseptual yang belum pernah dipublikasikan atau tidak sedang dikirim ke jurnal lain. Naskah dikirim sebanyak dua eksemplar dan file naskah dalam DVD dengan microsoft office word 93-2007 disertai biodata penulis dalam lembar terpisah. Kepastian pemuatan akan diberitahu secara tertulis.

## SISTEMATIKA PENULISAN

**Artikel hasil penelitian** terdiri atas: judul, nama dan alamat lembaga penulis, abstrak, kata kunci, pendahuluan, metode penelitian, hasil dan pembahasan, kesimpulan dan daftar pustaka.

**Artikel konseptual** terdiri atas: judul, nama dan alamat lembaga penulis, abstrak, kata kunci, pendahuluan, pembahasan, kesimpulan dan daftar pustaka.

**Judul** tidak boleh melebihi 14 kata (bahasa Indonesia) dan 12 kata (bahasa Inggris).

**Nama Penulis** ditulis lengkap tanpa gelar akademik disertai nama institusi tempat bekerja dan alamatnya.

**Abstrak** ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris (cetak miring) kurang lebih 200 kata dalam satu paragraf yang berisi masalah dan permasalahan, tujuan penelitian, metode penelitian, hasil dan kesimpulan.

**Kata Kunci** mencerminkan konsep pokok artikel, jumlah antara 3-6 kata dalam bahasa Inggris.

**Pendahuluan** artikel hasil penelitian berisi: latar belakang, masalah, permasalahan, tujuan, kajian teoritis/kerangka pemikiran dan hipotesis. Artikel konseptual berisi: hal menarik yang menjadi acuan (konteks) permasalahan, diakhiri rumusan singkat hal pokok yang akan di bahas dan tujuan pembahasan.

**Metode Penelitian** berisi: desain penelitian, sasaran penelitian (populasi, sampel dan teknik sampling), sumber data, teknik pengumpulan data dan metode dan teknik analisis yang ditulis dengan format esei .

**Hasil dan Pembahasan** artikel hasil penelitian berisi: jawaban pertanyaan penelitian, proses mendapatkan, menginterpretasikan temuan, mengaitkan temuan dengan pengetahuan, memunculkan serta memodifikasi teori. Artikel konseptual berisi: kupasan, analisis, argumentasi, komparasi, keputusan serta pendirian atau sikap penulis tentang masalah yang dibahas.

**Kesimpulan** artikel hasil penelitian berisi: ringkasan dan pengembangan pokok-pokok pikiran berdasar temuan, pengembangan teori dan penelitian lanjutan. Artikel konseptual berisi: penegasan atas masalah yang telah dibahas sebelumnya dan beberapa alternatif penyelesaian.

**Daftar Pustaka.** Semua rujukan dimuat dalam daftar pustaka dan ditempatkan pada halaman terakhir menyatu dengan tubuh artikel.

## FORMAT PENULISAN

Artikel diketik pada kertas A4 dengan spasi tunggal (1 spasi), tipe huruf *times new roman* 12, margin tepi atas kertas 1,4", tepi bawah 1,2", tepi kiri 1", dan tepi kanan 1", panjang artikel 15-25 halaman, ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris yang baik dan benar serta disajikan secara naratif dan tidak bersifat numerik.

**Judul artikel** ditulis dengan huruf *times new roman* 14 dengan huruf kapital, bold, diletakkan di tengah. **Judul bab**, huruf kapital ukuran 12, bold, diletakkan di tengah. Sub judul, huruf besar kecil, bold, diletakkan di tepi kiri. Sub-sub judul dengan huruf besar kecil cetak miring, bold, diletakkan di tepi kiri.

**Daftar Pustaka** disusun berdasarkan urutan abjad nama akhir. Jika nama lebih dari satu kata maka diawali dengan nama akhir koma diikuti nama awal. Contoh penulisan daftar pustaka:

### Artikel dalam Buku:

Hasibuan, Malayu . 1997. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: CV Haji Masagung

### Artikel dalam Buku Kumpulan Artikel:

Noviyani, Putri. 2002. Pengaruh Pengalaman dan Pelatihan terhadap Pengetahuan Auditor tentang Kekeliruan. *Simposium Nasional Akuntansi 5* (hlm.76-92). Semarang: IAI.

### Artikel dalam Jurnal:

Wijayanto, Bayu. 2003. Efek Gangguan Permintaan dan Penawaran terhadap Fluktuasi Inflasi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.9 No.2 (September), hlm. 169-181.

### Artikel dalam Majalah atau Koran:

Oktavia, Tiur S dan Santi, Joice T. 3 Juli, 2007. Bisnis Perbankan: Masyarakat Perlu Melek Investasi. *Kompas*, hlm. 21.

### Artikel dalam Majalah/Koran Tanpa Penulis:

Lampung Post. 2007, 29 September. *Akses Modal Terbatas, UKM Gulung Tikar*. hlm. 21.

### Dokumen Tanpa Pengarang dan Lembaga:

*Undang-undang Republik Indonesia No.2 Tahun 1989 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. 1990. Jakarta:PT Armas Duta.

### Dokumen atas Nama Lembaga:

Ikatan Akuntan Indonesia. 2002. *Standar Profesional Akuntan Publik*. Jakarta: Salemba Empat.

### Karya Terjemahan:

Porter, Michael E. 1993. *Teknik Menganalisis Industri dan Bersaing*. Terjemahan oleh Agus Maulana. Jakarta: Erlangga.

### Skripsi, Tesis atau Disertasi:

Alghifari, Abizar. 2008. *Analisis Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen CV.Retina Printing di Bandar Lampung*. Skripsi tidak diterbitkan. Bandar Lampung: FE-UBL.

### Makalah Seminar, Penataran, atau Lokakarya:

Kadir, Samsir. 1996. *Mentalitas dan Etos Kerja*. Paper Seminar Nasional Strategi Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, 16-17 Juni.

### Internet Karya Individual:

Purwanto, Andi T. 2004. *Manajemen Lingkungan: Dulu, Sekarang, dan Masa Depan*. (Online), (<http://andietri.tripod.com/index.htm>, diakses 14 Februari 2007).

### Internet Artikel dari Jurnal

Kumaidi. 1998. Pengukuran Awal Belajar dan Pengembangan Tes. *Jurnal Ilmu Pendidikan*. Jilid 5 No.4. (Online), (<http://www.malang.ac.id>, diakses 20 Januari 2000).

### Penyajian Tabel

Nomor tabel menggunakan angka arab, Nomor dan judul tabel ditempatkan di atas tabel dari tepi kiri tidak diakhiri titik. Judul lebih dari satu baris diberi jarak satu spasi. Tabel tidak menggunakan garis vertikal. Teks sebelum dan sesudah tabel diberi jarak 2 sd 3 spasi. Jika lebih dari satu halaman, bagian kepala tabel diulang pada halaman berikutnya.

### Penyajian Gambar

Nomor gambar menggunakan angka arab. Nomor dan Judul ditempatkan di bawah gambar secara senter. Sumber kutipan ditulis di dalam kurung diletakkan di bawah gambar. Teks sebelum dan sesudah gambar diberi jarak 2 sd 3 spasi.

ISSN 2087-0701



9 772087 070108