

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Service Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha Tugu Mas Bima

Abdul Latif, Intisari Haryanti

Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Email: ¹abdullatif.stiebima16@gmail.com, ²intisariharyanti@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: nurmalatipahhasibuan@gmail.com

Submitted: 19/05/2020; Accepted: 23/05/2020; Published: 05/06/2020

Abstrak—Produk utama perusahaan adalah sepeda motor, tetapi mereka juga menawarkan layanan gratis, untuk menarik minat beli. ini tentunya menarik minat konsumen untuk membeli, karena konsumen mendapat sepeda motor plus mendapat layanan gratis. tentu saja ini tidak hanya berlaku untuk kota besar, tetapi juga berlaku untuk kota kecil kita, kota tepi laut kita, Kota Bima. Tingginya harapan dan tingkat standar kepuasan masyarakat di sini, memaksa perusahaan sepeda motor juga perlu memiliki tenaga ahli atau mekanik yang dapat diandalkan khususnya dalam grafik layanan layanan. itulah yang dihadapi Dealer Tugu Mas Bima. Dalam kondisi ini, salah satu cara untuk mempertahankan persaingan adalah dengan meningkatkan teknik sebaik mungkin, dan juga membuat kinerja semaksimal mungkin sehingga pelanggan merasa cukup bahagia dan perusahaan akan bertahan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat layanan layanan Kepuasan Konsumen di dealer Yamaha Tugu Mas Bima. Penelitian primer adalah penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis Probability Sampling. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa Kualitas Layanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract—The company's main product is the motorcycle, but they also offer free service, to attract buying interest. this certainly attracts consumers to buy, because consumers get a motorcycle plus get free service. of course this does not only apply to big cities, but also applies to our small cities, our waterfront cities, Kota Bima. The high expectations and the standard level of community satisfaction here, forcing motorcycle companies also need to have experts or mechanics that are reliable specifically in the service service chart. that's what faced Tugu mas Bima Dealer. In these conditions, one way to maintain competition is to improve techniques as well as possible, and also make the maximum possible performance so that customers feel happy enough and the company will survive. The purpose of this study is to find out the level of service service on Consumer Satisfaction at Yamaha Tugu Mas Bima dealers. Primary research is research used in this study. The analysis technique used is the Probability Sampling analysis technique. The sampling method used was simple random sampling with a total sample of 96 respondents. Based on the results of this study that Service Quality (X) has a significant effect on Consumer Satisfaction.

Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Di jaman modern sekarang ini perusahaan dituntut agar perusahaan memperbaiki teknik dengan mempekerjakan para profesional dengan tupoksi yang sesuai dengan kemampuan efektifnya. Perusahaan harus mampu menghasilkan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen karena seiring dengan teknologi dan arus informasi yang semakin maju, semakin banyak perusahaan yang berkembang maka dapat terjadinya persaingan antar perusahaan tidak dapat dielakkan. Persaingan perusahaan pada saat sekarang tidak lagi berpatokan pada cara meningkatkan hasil penjualan tetapi lebih kepada bagaimana memenuhi harapan konsumen. Pada kondisi seperti ini, salah satu cara mempertahankan persaingan dan memenuhi harapan konsumen yaitu dengan meningkatkan teknik dengan sebaik-baiknya, dan juga menghasilkan kinerja semaksimal mungkin sehingga pelanggan merasa senang dan puas. Oleh karena itu, perusahaan wajib mempunyai daya tarik dalam memenuhi harapan konsumen, jika konsumen tidak puas pada teknik yang di pakai, maka secara otomatis layanan yang diberikan tersebut dapat dinyatakan kurang sesuai, sehingga akan berpengaruh pada hilangnya konsumen setia kita.

Kualitas pelayanan merupakan dasar dari evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan dari pemberian jasa untuk mendapatkan kepuasan konsumen. banyak perusahaan yang menjual produk tetapi malah menawarkan jasa di awal agar menarik minat beli konsumen dan produknya seperti halnya perusahaan yang menjual sepeda motor. perusahaan ini produk utamanya adalah sepeda motornya, tetapi mereka juga menawarkan jasa servis gratis, untuk menarik minat beli. hal ini tentu menarik minat beli konsumen, karena konsumen mendapatkan motor plus mendapatkan servis gratisnya. tentu saja hal ini tidak hanya berlaku untuk kota besar, tetapi berlaku juga untuk kota kecil kami, kota tepian air kami, Kota Bima. Tingginya harapan dan standar tingkat kepuasan masyarakat disini, memaksa perusahaan sepeda motor juga perlu memiliki tenaga ahli atau mekanik yang handal khusus di bagian layanan servisnya. salah satu perusahaan yang sepeda motor yang melakukannya adalah pada Dealer sepeda motor Yamaha Tugu Mas.

Dealer Yamaha Tugu Mas Bima berada di Jl. Soekarno hatta (depan SDN 11 Kota Bima) merupakan satu perusahaan yang ada di kota bima yang tidak hanya melakukan penjualan sepeda motor tetapi juga melayani jasa service motor. Padatnya kegiatan berkendara dan tingginya angka pengguna motor Yamaha khususnya yang menuntut

kenyamaan.dalam berkendara, maka dari itumotor yangdipakaiwajib tetapharuskondisi baik. Supayamotorharus sehat maka perlu dilakukanperbaikan dan service yang rutin.keberadaan jasa service motor ini , tentu saja bukanlah satusatunya di Bima, ada beberapa dealer lain juga yang menyediakan layanan service motor yang sama di Bima. tentu saja ini berdampak buru bagi Dealer Yamaha, khususnya utuk layanan jasa servicenya. adanya pesaing membuat mereka harus memberikan layanan yang seharusnya lebih unggul dari layanan yang diberikan pesaingnya.

Hasil observasi peneliti pada layanan jasa service Dealer Tugu Mas, untuk mekaniknya mereka memiliki enam orang pegawai khusus di bagaian jasa servicenya. dua orang bagian kasir an administrasi, dan 4 orang sisanya adalah khusus yang menangani perbaikan dan service. sementara untuk layanan lainnya, seperti ruang tunggu, tersedia kursi duduk dengan ukuran ruangan 4 kali 3 meter. kondisi ruangan ada 1 kipas angin, dan lahan parkir ukuran 2 kali 3 meter, mampu menampung motor maksimal10 unit yang parkir. sedangkan untuk keperluan service, konsumen haarus menunggu minimal 30 menit, untuk layanan yang mudah seperti ganti oli dan pembersihan simple. Hal ini menimbulkan ketidakpuasan para konsumen akan kinerja dari pegawai Delaer Yamaha Tugu Mas Bima. Pelanggan akan bisa terpenuhijikemauan mereka bisa terpenuhi sesuai keinginan yang telah diharapkan.beberapa indikator kepuasan pelanggan di antaranya merekomendasikan kepada orang lain,akan memakai kembali jasa tersebut dan kepuasan jasa secara menyeluruh. Diketahui bahwa jumlah pelanggan Dealer Yamaha Tugu Mas Bima yang terlihatturunpada beberapa tahun belakangan,karena adanya komplain dari konsumen.

2. KERANGKA TEORI

2.1. Kualitas Pelayanan

Pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan tersebut dalam memenuhi kemauankonsumen” adalah kualitas pelayanan. Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono dalam Felita (2006):

1. Suatu penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai,dan material yang dipasang ialah Bukti Fisik (Tangibles)
2. Keandalan (Reliability) adalah keterampilan dalam membuat jasa yang dijanjikan dengan tepat dan baik
3. Kemampuan menerima (Responsiveness) adalahmengerti atas kemauan dalam menolong konsumen dan memberikan jasa dengan cepat
4. Jaminan (Assurance) adalah pengetahuan, tata krama, dan keterampilan pegawai dalammemahami sikap atau kepercayaan.
5. Empati (Empathy) adalah siakapperhatian secara individu yang diberikan pada pelanggan

Rasa senang dan kecewa seseorang yang timbul akibat membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan, Menurut Kotler (2007:177) dalam buku Sholikin (2017). Menurut Yuliarmi Dan Riyasa (2007) Keterangan dalam pengukuran kepuasan konsumen, Adalah:

1. Keseimbangan tekniklayanan dengan suatu tingkat harapan.
2. Proses kepuasan jika dibandingkan dengan yang sama
3. Tidak pernah ada pengaduan dan keluhan yang berikan.

2.1.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap

a. Kepuasan Pelanggan

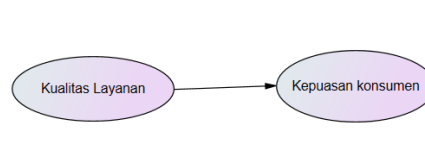
Kualitas memperoleh agar dukungan dalam konsumen agar menjalin suatu ikatan yang kuat dengan perusahaan.dengan rentetan waktu yanglama, hubungan semacam inimerupakan kesempatan perusahaan agar mengerti dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan akan dapat meningkatkan kepuasan pelangan dengan cara memaksimalkan suatu yang pernah di alamipelanggan yang menghibur dan meminimalisiratau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang mengenakan.Simultan seluruh dimensi pada kualitas pelayanan atau secara bersaam,yaitu faktor ketanggapn, keyakinan, keandalan empati, dan faktir berwujud.

b. Hubungan kualitas layanan dengan kepuasan konsumen

Dari hasilpenelitian Yuliarmi dan Riyasa(2007),berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Dealer Yamaha Tugu Mas Bima di Kota Bima Sedangkan secara parsial, faktor keandalan tidak mempengaruhi dan positif pada kepuasan konsumen Dealer Yamaha Tugu Mas Bima di Kota Bima

2.2 Kerangka Pikir

Dari teori teoriyang sudah di uraikan di atas dan beberapa hasilnya, bahwa kualitaslayanan merupakan dasar yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehngga dapat peneliti tuangkan kedalam kerangka pikir berikut ini.



Gambar 1. Kerangka Pikir

2.3 Hipotesis Penelitian

H0: Diduga kualitas pelayanan Tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada dealer yamaha tugu mas bima

Ha :Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada dealer yamaha tugu mas bima

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yaitu mencari hubungan atau ikatan dengan dua variable atau bisa lebih.

3.2 Populasi, Sampel Penelitian, Dan Sampling Penelitian

Yang dimaksud populasi oleh peneliti adalah seluruh konsumen layanan jasa service pada Dealer YAMAHA Tugu Mas, yang tidak diketahui jumlahnya. Guna mengefektifkan waktu dan tenaga, maka Sampel yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini sebanyak 96 orang responden, mengacu pada Riduwan (2009). sementara teknik pemilihan responden dengan teknik purposive sampling. Sampel di ambil dari konsumen yang pernah berkunjung langsung dan pernah menggunakan layanan jasa service pada Dealer Yamaha Tugu Mas Bima

3.3 Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan jumlah pernyataan sebanyak 21, untuk variabel kualitas layanan sebanyak 15 pernyataan sedangkan untuk variable kepuasan sebanyak 6 pernyataan. Cara mengumpulkan data yang dipakai ada 3, pertama Observasi, kedua Wawancara dan ketiga Angket / Kuesioner. dari ke tiga cara tersebut, peneliti lebih menitikberatkan pada angket, karena berkaitan dengan hasil, harus langsung berhubungan dengan konsumennya. Teknik Analisa Data yang dipakai adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Uji Koefisien Determinasi, Koefisien Korelasi Sederhana, Uji Parsial (uji t).

3.4 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dealer Yamaha Tugu Mas Bima, Jl. Soekarno hatta (depan SDN 11 Kota Bima).

4. HASIL

4.1 Uji Validitas

Tabel 1. Uji validitas variabel kualitas pelayanan (x) dan kepuasan konsumen (y)

Variabel Penelitian	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	X.1	0,563	0,3	Valid
	X.2	0,562		
	X.3	0,636		
	X.4	0,577		
	X.5	0,502		
	X.6	0,444		
	X.7	0,454		
	X.8	0,510		
	X.9	0,562		
	X.10	0,504		
	X.11	0,587		
	X.12	0,493		
	X.13	0,503		
	X.14	0,424		
	X.15	0,509		
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,657	0,3	Valid
	Y.2	0,714		
	Y.3	0,617		
	Y.4	0,585		
	Y.5	0,632		
	Y.6	0,641		
	Y.7	0,601		
	Y.8	0,443		

Y.9 0,588

Sumber data : output spss versi 20 diolah 2020

Pada pengujian uji validitas di atas yang dipakai menggunakan Program SPSS versi 20.0 maka dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan Jasa dan Kepuasan pelanggan pada seluruh instrument yang dipakai dinyatakan Valid. Karena nilai $r_{tabelnya} > 0.30$.

4.2 Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	<i>Chronbach's Alpha</i>	Batas Normal	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,65	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,785	0,60	Reliabel

pada tabel diatas *Chronbach's Alpha*(α) dari kualitas pelayanan yaitu 0,65 dan kepuasan pelanggan yaitu 0,785, maka kedua variabel ini akan dinyatakan reliabel karena *Chronbach's Alpha*(α) lebih besar dari 0,60.

4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Sederhana

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	
1	(Constant)	16.82	2.358		7.132
	kualitas pelayanan	0.304	0.04	0.617	7.606

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber data : output spss versi 20 diolah 2020

- Nilai konstanta bernilai positif sebesar 16,820 hal ini menunjukkan apabila variabel Kualitas Pelayanan bernilai nol, maka Kepuasan Konsumen sebesar 16,820.
- Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan bernilai positif sebesar 0,304, ini menunjukkan bahwa jika Kualitas Pelayanan semakin baik dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,304

4.4 Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4. Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.617 ^a	0.381	0.374	3.007

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

Berdasarkan nilai korelasi sebesar 0,617 keadaan menunjukkan ikatan antara variabel *Kualitas Pelayanan* dengan variabel *Kepuasan Konsumen* dengan tingkat korelasi yang kuat sesuai dalam tabel pedoman interval koefisien korelasi (Sugiyono, 2008).

Tabel 5. Koefisien Korelasi pada tingkat Hubungan X dan Y

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2008

4.5 Analisis Koefisien Determinasi

Dari hasil tabel 4 tab model summary, dinyatakan bahwa koefisien determinasi (R Square) dihasilkan sebesar 0,381.

Keadaan seperti ini menerangkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan hanya mempengaruhi sebesar 38,1% terhadap *Kepuasan Konsumen*. padahal sisanya 61,9% dipengaruhi pada variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.6 Uji Parsial (Ujit)

Tabel 6. Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16.82	2.358		7.132	0
1 kualitas pelayanan	0.304	0.04	0.617	7.606	0

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Daridatadiatas di peroleh t_{hitung} untuk variabel *kualitas pelayanan* sebesar 7,606. Untuk menentukan t_{tabel} dapat dilihat dalam lampiran statistika t_{tabel} , dengan menggunakan $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan (df) $n-k$ atau $96-2 = 94$. Maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,985. dengan lebih jelasnya dapat dilihat dalam uraian dibawah ini :

Variabel Kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} 7,606 > 1,985, yang artinya bahwa Jadi H_0 ditolak dan H_a diterima, dimana hipotesis H_a yang menyatakan variabel “ variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen pada Dealer Yamaha Tugu Mas Bima” dapat di terima.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil pengujian mulai dari Uji Validitas dan Reliabilitas menyatakan valid dan reliable, Regresi Linier Sederhana, uji koefisien determinasi, uji koefisien korelasi sederhana, dan pada pengujian uji Signifikan (Uji t) menyatakan bahwa terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan pada Kualitas Pelayanan Jasa Service terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha Tugu Mas Bima.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Kevin L Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi keduabelas. Jilid 1. PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Lovelock, Christoper H dan Lauren K. Waright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Panjaitan , J Efendi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom .Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016.
- Setiawan, Deni dan Roni I Setiawan. 2018. *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi Kasus AHASS Kenari Motor)* . Program Studi Manajemen, STIE Kesuma Negara. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan Vol. 3 No. 1 (2018) HAL 93-107
- Sholikin, Muhamat. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Service Motor Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer Putra Utama Motor Sukoharjo*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yesenia dan Edward H Siregar. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan*, Jurnal Manajemen Dan Organisasi. Vol.5, No. 3. HAL 184-199.
- Yuliarini, Ni Nyoman dan Putu Riyasa. (2007). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar*, 12(1), 9-28.
- Zeithmal, A. Z., Leonard, L. B., dan Parasuraman, A. (2006, April). *The Behavioral Consequences of Service Quality*, Journal of Marketing.