

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA JASA PENCUCIAN MOBIL MUTIARA INDAH DI SIMPANG EMPAT TAKENONG KABUPATEN ACEH TENGAH

Elisa Khiarani, S.E.,M.S.M¹, Suryadi²

¹Dosen Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gajah Putih

²Mahasiswa Manajemen, Universitas Gajah Putih

ABSTRAK: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa pencucian mobil Mutiara Indah di Simpang Empat Takengon Kabupaten Aceh Tengah. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan populasi adalah pelanggan doorsmer dengan sampel sebanyak 71 orang. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda dari hubungan antar variabel penelitian adalah $Y = 1,068 + 0,249X_1 + 0,098X_2 + (-0,017X_3) + 0,357X_4 + 0,258X_5$, dimana daya tanggap tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Usaha jasa Pencucian mobil Mutiara Indah dengan nilai koefisien sebesar -0,017. Sedangkan nilai koefisien jaminan sebesar 0,357, nilai koefisien empati sebesar 0,258, dan wujud fisik sebesar 0,249, menunjukkan bahwa jaminan, empati dan wujud fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa Pencucian mobil Mutiara Indah. Selanjutnya, koefisien determinasi R^2 sebesar 0,619 menunjukkan besarnya pengaruh kemampuan variabel independen terhadap Variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 0,381 dipengaruhi oleh faktor – faktor lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini.

PENDAHULUAN

Perusahaan perlu juga menetapkan strategi yang digunakan dalam merebut pasar dengan berbagai cara seperti biaya yang murah, penawaran kualitas pelayanan serta produk yang berkualitas sehingga pasar konsumen akan merespon dengan baik terhadap produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan guna mencapai tujuan yang efektif dan efisien.

Jasa pada umumnya tidak menjual produk yang berupa barang tetapi menjual jasa serta menyediakan berbagai layanan jasa yang tidak tampak dan tidak dapat dirasakan oleh orang lain kecuali hanya sipemilik jasa itu sendiri. mengelola serta akan memberikan kompensasi berupa

penerimaan/penghasilan dari akibat usaha itu sendiri, Salah satu strategi yang harus dilakukan oleh usaha jasa Doorsmer Mutiara Indah untuk meningkatkan loyalitas adalah memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dengan cara survey Pelanggan pada saat memakai jasa pembersihan kendaraan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggannya. Pelanggan dalam hal ini adalah mereka para konsumen yang mencuci kendaraan baik roda dua dan roda enam serta 10 mereka, maupun yang cuci ambal dengan usaha jasa doorsmer mutiara indah. Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan perlu diberikan kualitas pelayanan pada Pelanggan seperti

memberikan lahan parkir yang luas, cucian kendaraan yang bersih dan rapi, ketersediaan peralatan dan perlengkapan serta keamanan dan kenyamanan pelanggan jasa doorsmer Mutiara Indah, perhatian yang tulus dalam memberikan layanan, kepastian layanan, kemampuan dan kecepatan para petugas jasa doorsmer dalam melakukan pembersihan kendaraan

Pada jasa pencucian kendaraan pada Mutiara Indah masih banyak yang perlu di perhatikan mulai dari sikap pegawai yang harus baik pada pelanggan, jenis deterjen cucian dan pewangi yang harus sesuai dengan selera konsumen. Serta tarif yang harus sesuai dengan penyedia jasa lainnya. Jika

harapan pelanggan tercapai maka akan memberikan kepuasan bagi pelanggan tersebut. Hal ini perlu mendapat perhatian khusus bagi doorsmer

karena menciptakan kepuasan pelanggan terhadap suatu pelanggan tidak mudah. Sampai saat ini doorsmer selalu berusaha meningkatkan kepuasannya dengan upaya peningkatan non fisik, yaitu kemampuan layanan para karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan seperti kemudahan dalam menghubungi melalui media komunikasi

Oleh sebab itu kualitas pelayanan yang baik menyebabkan kepuasan, karena kepuasan yang diperoleh dari para pelanggan merupakan suatu perbandingan antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan itu sendiri. Bagi pelanggan jika suatu layanan diberikan dengan baik maka pelanggan akan puas jika pelanggan puas maka

pelanggan akan yang loyal. Pelanggan yang baik akan memiliki loyalitas yang tinggi dan tidak mudah beralih ke pesaing yang lain dan pelanggan yang tidak puas akan beralih pada doorsmer lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengembangan karir dan kepemimpinan terhadap kinerja karyawan di Telkom Divisi Area Aceh Tengah.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa pencucian mobil Mutiara Indah di Simpang Empat Takengon Kabupaten Aceh Tengah.

STUDI KEPUSTAKAAN

A. Jasa

- Pengertian Jasa

Jasa didefinisikan sebagai aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (Tjiptono, 2006). Jasa juga dapat didefinisikan sebagai semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan akan masalah yang dihadapi konsumen (Rambat, 2001).

Produksi jasa bisa dikaitkan dengan produk fisik ataupun tidak. Suatu perusahaan yang bergerak dalam penawaran sesuatu ke pasar biasanya melibatkan jasa pelayanan. Pelayanan di sini bisa bersifat utama ataupun sebagai pendukung. Lima kategori dari penawaran adalah sebagai berikut :

1. Barang berwujud. Di sini penawaran terdiri dari suatu barang yang sama sekali berwujud seperti sabun, pasta gigi, gula. Tidak ada jasa pelayanan sama sekali yang menyertai produk-produk tersebut.
2. Barang berwujud disertai jasa pelayanan. Penawaran produk berwujud disertai dengan jasa pelayanan untuk meningkatkan daya tarik ke konsumen.
3. Kombinasi seimbang. Di sini, penawaran produk berwujud dan jasa pelayanan mengambil bagian yang sama penting/utama.
4. Jasa pelayanan utama disertai barang dan jasa tambahan. Dalam hal ini penawaran utama yang diberikan kepada konsumen adalah jasa pelayanan disertai dengan barang dan/atau jasa pendukung.
5. Jasa pelayanan saja. Di sini tawaran utama adalah jasa tanpa disertai produk berwujud yang menyertai sama sekali.

- Karakteristik jasa

Dalam pemasaran jasa terdapat empat karakteristik jasa yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran dan membedakannya dari produk berupa barang. Menurut Tjiptono(2006), karakteristik jasa adalah tidak berwujud (*Intangibility*), tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*), keragaman(*Variability/heterogenity/inc onsistency*), daya tahan (*Perishability*), dan *Lack of ownership*.

- Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu :*Responsivness*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles*.

1. Responsive(daya tanggap/kesigapan) adalah suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
2. Reliability (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
3. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen/ pelanggan terhadap perusahaan.
4. *Emphaty*(perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan/ konsumen.
5. *Tangibles*(kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.

Sehingga kualitas pelayanan yang diukur dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) dimensi, yaitu wujud fisik, kehandalan daya tanggap, jaminan serta empatidalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

B. Pengertian Kepuasan

Kepuasan dapat ditentukan oleh dua hal yaitu keluhan dan harapan pelanggan terhadap jasa yang diterima (Tjiptono, 2006). Apabila menerima perlakuan yang baik, sesuai dan memuaskan, pelanggan akan merasa

terpenuhi harapannya yang ditandai dengan adanya perasaan senang. Sedangkan apabila penerimaan perlakuan kurang baik, tidak sesuai, memberi kesan negatif dan tidak memuaskan, dianggap bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan, yang menyebabkan pelanggan mengeluh. Keluhan tersebut menandakan bahwa pelanggan merasa kecewa.

Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai evaluasi pelanggan terhadap produk atau jasa yang diterima apakah sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Zeithaml, Bitner, and Pandit, 2006). Dengan kata lain, kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Kotler, 1995). Adapun indikator yang digunakan adalah dalam penelitian ini adalah:

1. Tarif yang dipakai sesuai dengan harapan
2. Jasa yang didapat melebihi harapan
3. Fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan
4. Kemampuan dan kecepatan pegawai sesuai dengan harapan
5. keamanan dan kenyamanan dalam meninggalkan kendaraan
6. Secara keseluruhan pelayanan Doorsmer Mutiara indah memuaskan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di usaha jasa Doorsmer Mutiara Indah di Simpang Empat. Pelanggan yang datang ke doorsmer tersebut rata-rata/ hari 35 unit kendaraan, sehingga per

minggunya kurang lebih terdapat 245 pelanggan. Dari jumlah tersebut kemudian diambil sampel sebanyak 71 pelanggan.

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library research*), adalah suatu metode pengumpulan data secara teoritis dari buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*), adalah suatu teknik pengumpulan data dari lapangan dengan melakukan beberapa kegiatan pengumpulan data yaitu :

- a. Observasi

Yaitu sistem pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung pada objek yang diteliti dan juga untuk menyimpulkan data-data yang akan diperlukan yaitu para Pelanggan

- b. Kuisisioner

yaitu sistem pengumpulan data dengan cara menyebar kuisisioner untuk mendapatkan data-data yang akurat dari objek yang dituju dengan cara mengelompokkan beberapa jawaban dan mengelompokkan serta mengolah dan mengambil suatu kesimpulan

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa Kuantitatif dimana semua kuisisioner yang disebarkan di rekapitulasi dan diolah dengan menggunakan Bantuan Program SPSS Versi 17. Adapun masing-masing variabel penelitian diukur dengan menggunakan skala likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden

Karakteristik pelanggan yang datang ke Doorsmer Mutiara Indah berdasarkan jenis kelamin, jenis kelamin laki-laki yang datang adalah sebanyak 71 orang atau sebesar 100%. Selanjutnya berdasarkan usia, untuk 21 s/d 30 tahun adalah sebanyak 31 orang atau sebesar 44%. Sedangkan Usia 31 s/d 40 tahun adalah sebanyak 29 orang atau sebesar 41%. Serta > 41 tahun sebanyak 8 orang atau sebesar 11%. Selanjutnya berdasarkan tingkat pendidikan, untuk SMA adalah sebanyak 63 orang atau sebesar 89%, dan S1 sebanyak 8 orang atau sebesar 11%. Selanjutnya, berdasarkan Jenis pekerjaan, yang bekerja sebagai PNS sebanyak 13 orang atau sebesar 24.1%, pedagang sebanyak 12 orang atau sebesar 22.2%, dan wiraswasta sebanyak 20 orang atau sebesar 37%.

b. Deskripsi Responden terhadap Pernyataan pada Variabel Independen (X)

• Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Wujud Fisik (X_1)

Tanggapan responden terhadap pernyataan variabel wujud fisik terdiri dari 6 (Enam) item yang diajukan seperti, lahan parkir yang luas, penampilan dan kondisi setiap tempat cucian, tersedianya peralatan dan perlengkapan yang berteknologi dengan jawaban sangat puas, puas, kurang puas, tidak puas dan sangat tidak puas.

Berdasarkan penilaian kuisioner, dari 71 responden yang menjawab pernyataan tersedianya lahan parkir yang luas, jawaban sangat puas adalah sebanyak 54 orang atau sebesar 76% dan jawaban puas sebanyak 17 orang

atau sebesar 24%. Sedangkan pada pernyataan penampilan dan kondisi setiap tempat cucian, jawaban puas adalah sebanyak 71 orang atau sebesar 100%. Kemudian pada pernyataan tersedianya peralatan dan perlengkapan yang berteknologi, yang menjawab sangat puas adalah sebanyak 3 orang atau sebesar 4,2%, dan jawaban puas sebanyak 47 orang atau sebesar 66%, kurang puas sebanyak 20 orang atau sebesar 28%, serta tidak puas sebanyak 1 orang atau sebesar 1,4%. Selanjutnya, pada pernyataan tatanan doorsmer yang baik dan rapi, yang menjawab puas adalah sebanyak 71 orang atau sebesar 100%. Begitu juga pada pernyataan tampilan doorsmer yang menarik, untuk yang menjawab puas adalah sebanyak 71 orang atau sebesar 100%. Terakhir, untuk pernyataan kondisi gedung doorsmer yang baik, yang menjawab puas adalah sebanyak 71 orang atau sebesar 100%. Jadi, rata-rata nilai pada Variabel X_1 wujud fisik ini adalah sebesar 4,08. Sehingga bila dilihat pada skala likert maka nilai ini mendekati kategori puas.

• Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Kehandalan (X_1)

Tanggapan responden terhadap pernyataan variabel kehandalan terdiri dari 7 (tujuh) item yang diajukan seperti, ketetapan para pegawai dalam memberikan informasi yang terbaru, pelayanan informasi melalui internet dapat diakses dengan cepat, karyawan berusaha untuk tidak melakukan kesalahan, dengan jawaban sangat puas, puas, kurang puas, tidak puas dan sangat tidak puas.

Berdasarkan penilaian kuisioner, dari 71 responden yang menjawab pernyataan ketetapan para pegawai dalam memberikan informasi terbaru,

dengan jawaban puas adalah sebanyak 71 orang atau sebesar 100%. Kemudian pada pernyataan pelayanan informasi melalui internet dapat diakses dengan cepat, dengan jawaban puas adalah sebanyak 56 orang atau sebesar 79%, dan kurang puas adalah sebanyak 15 orang atau sebesar 21%. Selanjutnya, pernyataan karyawan berusaha untuk tidak melakukan kesalahan, jawaban sangat puas sebanyak 7 orang atau sebesar 9,9%, jawaban puas sebanyak 57 orang atau sebesar 80%, serta kurang puas sebanyak 7 orang atau sebesar 9,9%. Kemudian pada pernyataan menampilkan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan, jawaban puas sebanyak 52 orang atau sebesar 73%, dan kurang puas sebanyak 19 orang atau sebesar 27%. Selanjutnya pada pernyataan karyawan baik dan ramah setiap melakukan pelayanan doorsmer, jawaban puas adalah sebanyak 36 orang atau sebesar 51%, dan kurang puas adalah sebanyak 35 orang atau sebesar 49%. Untuk pernyataan karyawan menunjukkan perhatian tulus untuk penyelesaian masalah, jawaban puas sebanyak 44 orang atau sebesar 62%, dan kurang puas adalah sebanyak 27 orang atau sebesar 38%. Terakhir, untuk pernyataan menepati janji yang telah disepakati, jawaban puas sebanyak 46 orang atau sebesar 65%, kurang puas sebanyak 21 orang atau sebesar 30%, dan jawaban tidak puas adalah sebanyak 4 orang atau sebesar 56%. Jadi, rata-rata nilai pada variabel X_2 kehandalan ini adalah sebesar 3,75. Sehingga bila mengacu pada skala likert, maka nilai ini tidak mendekati kategori puas.

- Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Daya Tanggap (X_3)

Tanggapan responden terhadap pernyataan variabel daya tanggap yang terdiri dari 6 (enam) item yang diajukan seperti kecepatan petugas dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, karyawan doorsmer tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan maupun keluhan konsumen, karyawan doorsmer yang selalu bersedia membantu konsumen doorsmer, dengan jawaban sangat puas, puas, kurang puas, tidak puas dan sangat tidak puas.

Berdasarkan penilaian kuisioner dari 71 responden, yang menjawab pernyataan kecepatan petugas dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan jawaban puas adalah sebanyak 67 orang atau sebesar 94%, dan kurang puas adalah 4 atau sebesar 5,6%. Kemudian pada pernyataan karyawan doorsmer tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan maupun keluhan konsumen, jawaban sangat puas adalah sebanyak 11 orang atau sebesar 15%, jawaban puas adalah sebanyak 36 orang atau 51%, dan kurang puas sebanyak 10 orang atau sebesar 14%, jawaban tidak puas sebanyak 10 orang atau sebesar 14%, dan jawaban sangat tidak puas adalah sebanyak 4 orang atau sebesar 5,6%. Selanjutnya pada pernyataan karyawan doorsmer selalu bersedia membantu konsumen doorsmer, jawaban sangat puas sebanyak 8 orang atau sebesar 11%, jawaban puas sebanyak 25 orang atau sebesar 35%, kurang puas sebanyak 33 orang atau sebesar 46%, dan tidak puas sebanyak 5 orang atau sebesar 7%. Kemudian pada pernyataan karyawan doorsmer memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap pada

pelanggan, jawaban sangat puas adalah sebanyak 4 orang atau sebesar 56%, jawaban puas sebanyak 43 orang atau sebesar 61%, jawaban kurang puas sebanyak 19 orang atau sebesar 27%, tidak puas sebanyak 2 orang atau sebesar 2,8%, dan sangat tidak puas sebanyak 3 orang atau sebesar 4,2%. Selanjutnya pada pernyataan ketanggapan karyawan terhadap atribut pelayanan dan sejumlah informasi, jawaban sangat puas sebanyak 2 orang atau sebesar 2,8%, jawaban puas sebanyak 27 orang atau sebesar 38%, jawaban kurang puas sebanyak 37 orang atau sebesar 52%, jawaban tidak puas sebanyak 3 orang atau sebesar 4,2%, dan sangat tidak puas sebanyak 2 orang atau sebesar 2,8%. Terakhir, pada pernyataan karyawan memiliki kemampuan dalam menguasai sejumlah teknologi, yang menjawab sangat puas adalah sebanyak 17 orang atau sebesar 24%, jawaban puas sebanyak 38 orang atau sebesar 54%, jawaban kurang puas sebanyak 10 orang atau sebesar 14%, jawaban tidak puas sebanyak 4 orang atau sebesar 56%, dan sangat tidak puas sebanyak 2 orang atau sebesar 2,8%. Jadi, rata-rata nilai pada variabel X_3 daya tanggap ini adalah sebesar 3,64 sehingga bila mengacu pada skala likert maka nilai ini tidak mendekati kategori puas.

- Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Jaminan (X_4)

Tanggapan responden terhadap pernyataan variabel jaminan terdiri dari 6 (Enam) item yang diajukan seperti, pelanggan merasa aman pada saat mereka meninggalkan kendaraan mereka di tempat yang telah disediakan, pelanggan doorsmer merasa aman pada saat mereka meninggalkan barang-barangnya pada saat dikerjakan, dengan

jawaban sangat puas, puas, kurang puas, tidak puas dan sangat tidak puas.

Berdasarkan penilaian kuisioner dari 71 responden, untuk pernyataan pelanggan merasa aman pada saat mereka meninggalkan kendaraan mereka di tempat yang telah disediakan, jawaban sangat puas sebanyak 1 orang atau sebesar 1,4%, jawaban puas sebanyak 46 orang atau sebesar 65%, dan kurang puas sebanyak 24 atau sebesar 34%. Kemudian pernyataan pelanggan doorsmer merasa aman pada saat mereka meninggalkan barang-barangnya pada saat dikerjakan, jawaban sangat puas adalah sebanyak 1 orang atau sebesar 1,4%, jawaban puas adalah 48 orang atau sebesar 68%, dan kurang Puas adalah 22 atau sebesar 31%. Kemudian untuk pernyataan karyawan memberi pelayanan yang nyaman pada konsumen doorsmer, jawaban sangat puas sebanyak 1 orang atau sebesar 1,4%, jawaban puas sebanyak 54 orang atau 76%, dan kurang puas adalah sebanyak 16 orang atau sebesar 23%. Untuk pernyataan karyawan memperhatikan pelanggan secara peribadi, jawaban puas sebanyak 27 orang atau sebesar 38%, dan jawaban kurang puas sebanyak 44 orang atau sebesar 62%. Selanjutnya, pada pernyataan karyawan selalu berusaha untuk tidak sibuk dalam memberikan layanan, jawaban puas sebanyak 40 orang atau sebesar 56%, dan kurang puas sebanyak 31 orang atau sebesar 44%. Terakhir, untuk pernyataan karyawan selalu menjamin kebersihan cucian kendaraan, jawaban puas sebanyak 61 orang atau sebesar 86% dan kurang puas adalah sebanyak 10 orang atau sebesar 14%. Jadi, rata-rata nilai pada variabel X_4 Jaminan ini adalah sebesar 3,66. Sehingga bila

dihat pada skala likert maka nilai ini mendekati kategoripuas.

- Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Variabel Empati(X_5)

Tanggapan responden terhadap pernyataan variabel empati yang terdiri dari 7 (tujuh) item yang diajukan seperti, karyawan doorsmer mampu melayani pelanggan doorsmer dengan baik secara individual sehingga para pelanggan merasakan bahwa biaya yang mereka keluarkan sepadan dengan kualitas layanan yang mereka terima, memberi perhatian secara pribadi dengan jawaban sangat puas, puas, kurang puas, tidak puas dan sangat tidak puas.

Berdasarkan penilaian kuisioner dari 71 responden, pernyataan karyawan doorsmer mampu melayani pelanggan doorsmer dengan baik secara individual sehingga para pelanggan merasakan bahwa biaya yang mereka keluarkan sepadan dengan kualitas layanan yang mereka terima, jawaban puas sebanyak 55 orang atau sebesar 77%, dan kurang puas sebanyak 16 atau sebesar 23%. Pada pernyataan memberi perhatian secara pribadi, jawaban sangat puas sebanyak 1 orang atau sebesar 14%, jawaban puas sebanyak 35 orang atau sebesar 49%, dan kurang puas sebanyak 35 atau sebesar 49%. Selanjutnya pada pernyataan karyawan memberi pelayanan yang nyaman, jawaban puas sebanyak 47 orang atau 66%, dan kurang puas sebanyak 24 orang atau sebesar 34%. Kemudian pada pernyataan karyawan doorsmer yang memperlakukan semua konsumen secara khusus, jawaban puas sebanyak 38 orang atau sebesar 54%, dan jawaban kurang puas adalah sebanyak 33 orang atau sebesar 46%. Kemudian pada pernyataan karyawan doorsmer mau menerima dan

menanggapi kritikan dan saran dari tamu doorsmer dengan baik, jawaban puas adalah sebanyak 44 orang atau sebesar 62%, dan kurang puas sebanyak 27 orang atau sebesar 38%. Selanjutnya pada pernyataan karyawan doorsmer memiliki pengetahuan yang baik tentang pelayanan yang menjawab puas adalah sebanyak 70 orang atau sebesar 99%, dan kurang Puas sebanyak 1 orang atau sebesar 1,4%. Untuk pernyataan karyawan doorsmer memiliki sikap sopan dan santun terhadap pelanggan, jawaban sangat puas sebanyak 1 orang atau sebesar 1,4%, jawaban puas sebanyak 39 orang atau sebesar 55%, jawaban kurang puas sebanyak 27 orang atau sebesar 38%, dan jawaban tidak puas adalah sebanyak 4 orang atau sebesar 5,6%. Jadi rata-rata nilai pada variabel X_5 empati ini adalah sebesar 3,71. Sehingga bila dilihat pada skala likert, maka nilai ini mendekati jawaban puas.

- c. Deskripsi Responden terhadap Pernyataan pada Variabel Dependen (Y)

Tanggapan responden terhadap pernyataan variabel empati yang terdiri dari 5 (lima) item yang diajukan seperti, tarif yang dipakai sesuai dengan harapan, jasa yang didapat melebihi harapan, fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan dengan jawaban sangat puas, puas, kurang puas, tidak puas dan sangat tidak puas.

Berdasarkan penilaian kuisioner dari 71 responden, pernyataan tarif yang dipakai sesuai dengan harapan, jawaban sangat puas sebanyak 70 orang atau sebesar 99%, dan jawaban puas sebanyak 1 atau sebesar 1,4%. Pada pernyataan Jasa yang didapat

melebihi harapan, jawaban sangat puas sebanyak 55 orang atau sebesar 77% dan puas adalah 16 atau sebesar 23%. Selanjutnya pada pernyataan Fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan dengan jawaban sangat puas adalah sebanyak 31 orang atau 44%, dan Puas adalah sebanyak 40 orang atau sebesar 56%. Pada pernyataan kemampuan dan kecepatan pegawai sesuai dengan harapan yang menjawab sangat puas adalah sebanyak 19 orang atau sebesar 27%, dan puas adalah sebanyak 52 orang atau sebesar 73%. Terakhir, untuk pernyataan keamanan dan kenyamanan dalam meninggalkan kendaraan yang menjawab sangat puas adalah sebanyak 53 orang atau sebesar 75%, dan puas adalah sebanyak 18 orang atau sebesar 25%. Jadi, rata-rata nilai pada variabel Y kepuasan ini adalah sebesar 65,9. Sehingga bila mengacu pada skala likert maka nilai ini mendekati puas.

d. Analisa Regresi

Untuk melihat pengaruh dimensi wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa pencucian mobil Mutiara Indah di Simpang Empat Takengon Kabupaten Aceh Tengah dalam penelitian ini akan disajikan hasil olahan SPSS versi 17 sebagaimana ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,068	,408		2,617	,011
	Wujud Fisik	,249	,116	,207	2,140	,036
	Kehandalan	,098	,094	,103	1,054	,300
	Daya Tanggap	-,017	,025	-,055	-,682	,498
	Jaminan	,357	,112	,365	3,176	,002
	Empati	,258	,095	,292	2,708	,009

Berikut adalah persamaan regresi linier berganda berdasarkan tabel di atas.

$$Y = 1,068 + 0,249X_1 + 0,098X_2 + 0,017X_3 + 0,357X_4 + 0,258X_5$$

Dari persamaan di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta adalah 1,068. Hal ini bermakna bahwa apabila tidak ada variabel X yang terdiri dari wujud fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), empati (X_5), maka kepuasan pelanggan sebesar 1,068. Nilai koefisien regresi dimensi X_1 (wujud fisik) adalah 0.249 menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan pada variabel X_1 (wujud fisik) sebesar 1 satuan pada skala likert, akan mengakibatkan perubahan kepuasan pelanggan sebesar 0,249 atau 24,9%. Sedangkan nilai koefisien X_2 (kehandalan) yaitu sebesar 0,098 bermakna apabila terjadi perubahan pada variabel kehandalan sebesar 1 satuan pada skala likert akan mengakibatkan penurunan kepuasan pelanggan sebesar 0,098 atau 9,8%. Untuk nilai koefisien X_3 (daya tanggap) yaitu sebesar -0,017 yang bermakna bahwa apabila terjadi perubahan pada variabel daya tanggap sebesar 1 satuan pada skala likert, akan mengakibatkan perubahan atau penurunan terhadap kepuasan pelanggan sebesar -0,017 atau 1,7%. Nilai koefisien X_4 jaminan yaitu sebesar 0,357 bermakna apabila terjadi perubahan pada variabel Jaminan sebesar 1 satuan pada skala likert akan mengakibatkan perubahan kepuasan pelanggan sebesar 0,357 atau 35,7%. Nilai koefisien X_5 (Empati) yaitu sebesar 0,258 bermakna apabila terjadi perubahan pada variabel empati sebesar 1 satuan pada skala likert, akan mengakibatkan perubahan kepuasan pelanggan sebesar 0,258 atau 25,8%.

e. Determinasi

Determinasi (R^2) yang digunakan untuk melihat uji koefisien determinasi adalah nilai *adjusted* R^2 yang pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam hal ini *adjusted* R^2 digunakan untuk menjelaskan seberapa besar variabel penelitian yang terdiri dari dimensi wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa pencucian Mobil Mutiara Indah di Simpang Empat Takengon Kabupaten Aceh Tengah.

Tabel 2. Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
				R Square Change	F Change	df1	df2		
.787	.619	.593	.00965	.878	21.128	5	.65	.000	2.101

Berdasarkan hasil analisa SPSS versi 17.0 pada lampiran besarnya, R^2 adalah 0,619. Dengan demikian variabel independen yang terdiri dari wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, empati, jaminan, mampu menjelaskan variasi kepuasan adalah sebesar 0,619. Sedangkan sisanya 0,993 dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diamati dalam model penelitian ini. Sedangkan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen pada kepuasan adalah sebesar 0,787 atau sebesar 7,87%. Artinya hubungan variabel ini adalah sedang.

f. Uji Simultan (F)

Uji signifikan model regresi secara keseluruhan di uji dengan melihat perbandingan antara nilai F_{tabel} dan F_{hitung} . Selain itu dapat di lihat dari nilai signifikan (sig) atau nilai probabilitas (P-value). Jika nilai tersebut di bawah

0,05 maka variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji hubungan regresi antara variabel dependen dengan variabel independen secara bersamaan. Kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut

- 1) $H_0: b_1=0$, artinya secara bersamaan tidak terdapat pengaruh yang positif dari variabel variabel dimensi kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen (Y).
- 2) $H_a: b_1 \neq 0$ artinya secara bersamaan terdapat pengaruh yang positif variabel Dimensi kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 3. ANOVA(b)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.738	5	.148	21.128	.000 ^a
Residual	.453	65	.007		
Total	1.193	70			

Berdasarkan tabel di atas, probabilitas ($0,036 < 0,05$). Dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata $\alpha 5\%$, $N_r = 71 - 6 = 65$ dimana memiliki nilai $t_{hitung} (2,140) > t_{tabel} (1,997)$. Dengan demikian menunjukkan bahwa dimensi wujud fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan diterima. Dari penelitian ini dapat di lihat bahwa dimensi wujud fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengannilai wujud fisik langsung sebesar 0,249. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya wujud fisik akan memberikan dampak pada peningkatan kepuasan pelanggan pada usaha jasa pencucian mobil Mutiara Indah di Simpang Empat Takengon Kabupaten Aceh Tengah.

- Dimensi Kehandalan (X_2)

Dimensi kehandalan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5%, $Nr = 71 - 6 = 65$ dimana memiliki nilai $t_{hitung} (1,004) < t_{tabel} (1,997)$ dan memiliki nilai probabilitas $(0,300) > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kehandalan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Dengan demikian, kehandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan diterima. Dari penelitian ini dapat di lihat bahwa kehandalan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan nilai pengaruh sebesar 0,098. Hal ini menunjukkan bahwa tidak handal dalam memberikan sejumlah pelayanan kepada pelanggan sehingga para pelanggan mempersepsikan bahwa pelayanan pada dimensi ini tidak mampu memengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Zeithaml, Bitner, and Pandit, (2006) bahwa untuk mencapai titik kepuasan konsumen maka perusahaan harus mampu menghilangkan kesenjangan dalam pelayanan. Jika harapan pelanggan lebih besar dari kenyataan, maka pelanggan akan merasa kualitas pelayanan menjadi buruk.

- Dimensi Daya Tanggap (X_3)

Dimensi daya tanggap tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas $(0,498) > 0,05$ dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata $\alpha 5\%$, $Nr = 71 - 6 = 65$ dimana memiliki nilai $t_{hitung} (-1,682) < t_{tabel} (1,997)$. Dengan demikian, daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan diterima. Dari Penelitian ini dapat dilihat bahwa daya tanggap tidak signifikan terhadap kepuasan

dengan nilai pengaruh langsung sebesar - 0,017. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi daya tanggap tidak mampu memberikan dampak pada peningkatan kepuasan secara parsial.

- Dimensi Jaminan (X_4)

Dimensi jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan secara parsial. Hal ini dapat di lihat dari nilai probabilitas $(0,002) < 0,05$ dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata $\alpha 5\%$, $Nr = 71 - 6 = 65$ di mana memiliki nilai $t_{hitung} (3,176) > t_{tabel} (1,997)$. Dengan demikian, jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan diterima. Dari penelitian ini dapat di lihat bahwa dimensi jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,375. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi jaminan mampu memberikan dampak pada peningkatan kepuasan pelanggan pada usaha jasa pencucian mobil Mutiara Indah di Simpang Empat Takengon Kabupaten Aceh Tengah.

- Dimensi Empati (X_5)

Dimensi empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata $\alpha 5\%$, $Nr = 71 - 6 = 65$ di mana memiliki nilai $t_{hitung} (2,708) > t_{tabel} (1,997)$ dan memiliki nilai probabilitas $(0,009) < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesa H_5 empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan diterima. Dari penelitian ini dapat di lihat bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan
dengannya pengaruh sebesar 0,258.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. 1995. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian* (Penerjemah: Ancella Anitawati Hermawan). Jakarta: Erlangga.
- Nurrachmi, I., Maharani, D., Syahidin, S., Maulana, W., Nurhayati, Y., Sugiarto, M., ... & Yusdita, E. E. (2021). KEWIRAUSAHAAN POLA PIKIR, PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN.
- Rambat, L. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syahidin, S. (2020). Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) Terhadap Kemiskinan di Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 2(1), 1-15.
- Syahidin, S., & Erma, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Sere Wangi Di Kecamatan Terangun Kabupaten Gayo Lues. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 76-88.
- Syahidin, S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Cabai Merah Di Kecamatan Rusip Antara Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 3(2), 51-64.
- Syahidin, S., & Ramadhan, M. (2022). Prospek Pengembangan Usaha Alwa Kangen Water Di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 43-53.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20-32.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Pandit, A. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. United States of America: McGraw-Hill/Irwin