

**KUALITAS LAYANAN UNIT *SERVICE* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA DEALER HONDA GARUDA AGUNG KENCANA
PENARUKAN SINGARAJA BALI**

Oleh

Nyoman Suandana¹⁹ suandana@ymail.com

Abstrak

Dukungan dari publik sebagai sasaran perusahaan memang sangat berarti bagi kelangsungan perusahaan, sehingga bagi perusahaan yang bidangnya otomotif di Singaraja adalah aset utama untuk pertumbuhan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan Dealer Honda Garuda Agung Kencana Singaraja, serta untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang dominan memengaruhi kepuasan pelanggan.

Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan kuesioner. Teknik analisis yaitu; analisis deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, dan uji hipotesis dengan t-test, f-test, dan uji dominan.

Hasil penelitian dan analisis data diperoleh semua instrumen penelitian valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik disimpulkan data terbebas dari problem multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan data berdistribusi normal.

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh model persamaan garis regresi yaitu $\hat{Y} = 10,849 + 0,235X_1 + 0,373X_2 + 0,309X_3 + 0,179X_4 + 0,442X_5$. Nilai determinasi sebesar 89,50%. Ini berarti 89,50% perubahan kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan yang dapat dijelaskan oleh persentase perubahan bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan secara bersama sama, serta sisanya 10,50% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Variabel jaminan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana. Hasil uji T test diperoleh nilai t_{Hitung} lebih besar dari t_{Tabel} untuk semua variabel bebas, dan hasil uji F test diperoleh nilai f_{Hitung} lebih besar dari f_{Tabel} .

Kata Kunci; kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan

PENDAHULUAN

Diera globalisasi, produk jasa yang bersaing dalam suatu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari

¹⁹ Tenaga Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipas

suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personalia, nilai *image* dan citra dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2000:50)

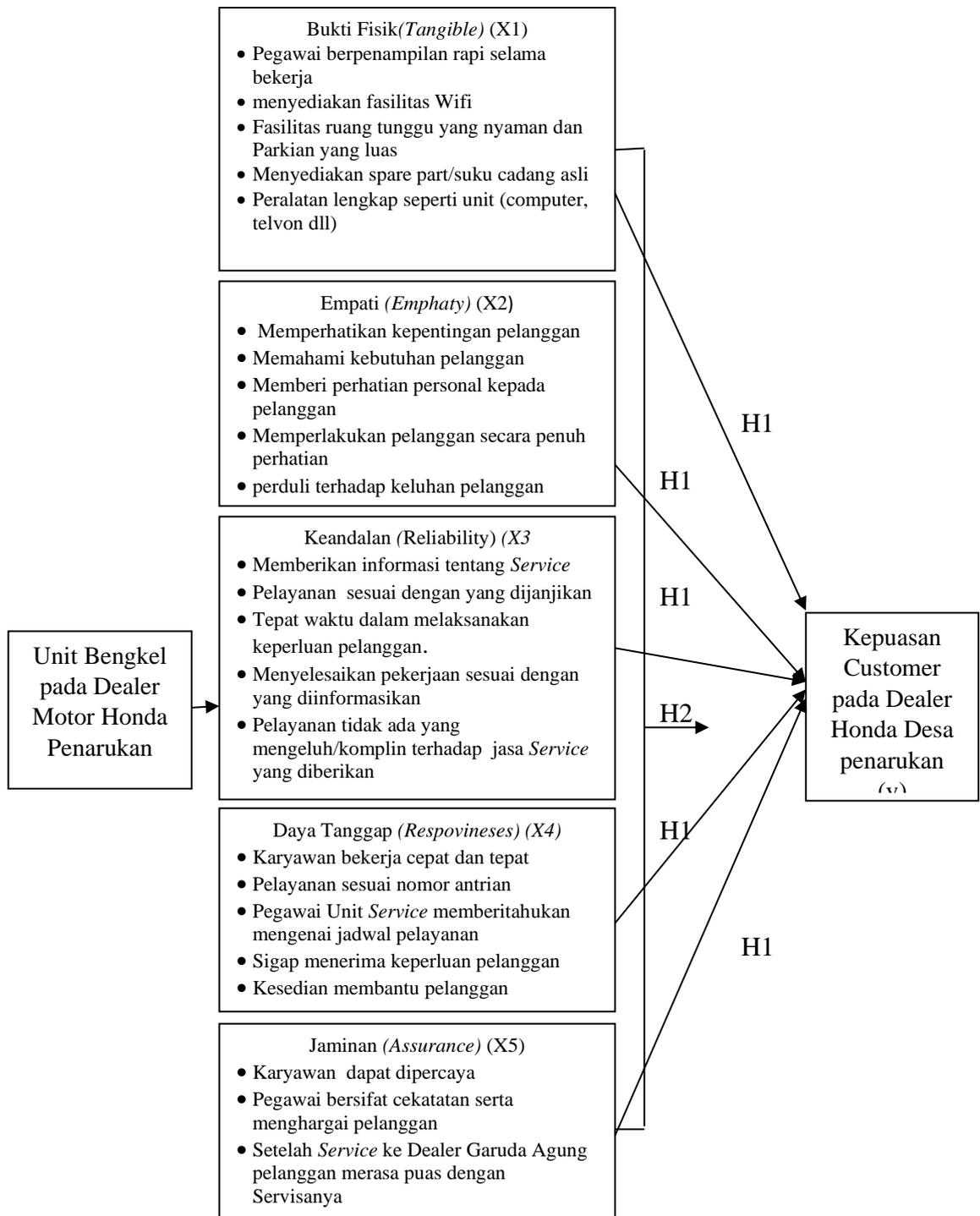
Perkembangan bisnis sepeda motor yang begitu pesat di Indonesia tidak lepas dari jumlah penduduk di Indonesia yang besar. Jumlah penduduk di Indonesia yang mencapai 267 juta jiwa berdasarkan Bapenas dan BPS Tahun 2018, maka potensi pasar dealer motor di Indonesia masih terbentang luas

Dukungan dari publik sebagai sasaran perusahaan memang sangat berarti bagi kelangsungan perusahaan, sehingga bagi perusahaan yang bidangnya otomotif di Singaraja adalah aset utama untuk pertumbuhan usahannya. Menyadari pentingnya hal tersebut maka dalam manajemen perusahaan perlu suatu divisi atau departemen yang khusus mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan publik, baik secara internal maupun eksternal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah : 1) Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan *service* pada Dealer Honda Garuda Agung Kencana Singaraja? 2) Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan *service* pada Dealer Honda Garuda Agung Kencana Singaraja? 3) Variabel manakah yang berpengaruh paling dominan diantara kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* terhadap kepuasan pelanggan *service* pada Dealer Honda Garuda Agung Kencana Singaraja.

Kerangka Pikir Penelitian Dan Dan Hipotesis Penelitian

1) Kerangka pikir penelitian



Gambar 1
Kerangka pikir penelitian
Kualitas pelayanan *service* dan Kepuasan *coustemer*
Pada lembaga Otomotif Desa Penarukan Kecamatan Buleleng

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah, teori-teori yang ada dan hasil penelitian yang terkait sebelumnya dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan), secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Dealer Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan Singaraja. 2) Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Dealer Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan Singaraja. 3) Variabel Assurance (jaminan) adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dealer Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan Singaraja.

METODOLOGI PENELITIAN

Bidang kajian penelitian ini adalah bidang manajemen pemasaran dan berkonsentrasi kualitas pelayanan *service* motor dan kepuasan pelanggan pada Dealer Honda.Garuda Agung Kencana Desa Penarukan.

Menurut Sugiyono (2013) yang dimaksud dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *service* sebanyak 5341 Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan.

Data yang digunakan meliputi data kuantitatif dan data kualitatif, serta sumber datanya data primer dan data skunder. Pengumpulan data dilakukan dengan memadukan berbagai tehnik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara study kepustakaan, kuesoner.

Untuk tahap pembuktian yang diajukan kebenarannya dianalisis dengan 1) Uji instrumen dan Uji asumsi klasik, 2) analisis regresi linear berganda, 3) analisis korelasi berganda, 4) Uji t 5) Uji f dan Uji determinasi. Untuk mengefektifkan proses analisis data digunakan bantuan aplikasi program SPSS versi 20.

ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1) Uji Validitas

pengujian validasi data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, valid berarti instrument yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dengan menggunakan *product moment*, item pernyataan dapat dikatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,30. Berdasarkan hasil analisis dengan bantuan program SPSS versi 20.0 diperoleh nilai *Corrected Item-Total Correlation* sebagai berikut.

Tabel 1
Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas	Simpulan
Fasilitas Yang Tersedia	0,642	0,300	Valid
Penampilan Pegawai	0,584	0,300	Valid
Perhatian Personal	0,544	0,300	Valid
Perhatian Keluhan	0,482	0,300	Valid
Sesuai Janji	0,513	0,300	Valid
Tepat Waktu	0,415	0,300	Valid
Cepat dan Tepat	0,420	0,300	Valid
Sesuai Antrian	0,366	0,300	Valid
Kualitas Kerja	0,487	0,300	Valid
Karyawan Cekatan	0,474	0,300	Valid

Tabel 2
Uji Validitas Instrumen Bukti Fisik (X1)

Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas	Simpulan
Penampilan Rapi	0,668	0,300	Valid
Fasilitas Wifi	0,643	0,300	Valid
R. Tunggu Nyaman	0,560	0,300	Valid
Suku Cadang Asli	0,630	0,300	Valid
Peralatan Memadai	0,670	0,300	Valid

Tabel 3
Uji Validitas Instrumen Penelitian Empati (X2)

Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas	Simpulan
Memperhatikan Kepentingan Pelanggan	0,572	0,300	Valid
Memperhatikan Kebutuhan Pelanggan	0,669	0,300	Valid
Perhatian Personal	0,609	0,300	Valid
Penuh Perhatian	0,697	0,300	Valid
Peduli Keluhan Pelanggan	0,637	0,300	Valid

Tabel 4

Uji Validitas Instrumen Penelitian Keandalan (X3)

Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas	Simpulan
Tepat Waktu	0,578	0,300	Valid
Sesuai Janji	0,631	0,300	Valid
Memperhatikan Keluhan	0,632	0,300	Valid
Pekerjaan Sesuai informasi	0,751	0,300	Valid
Tidak ada Komplin jasa service	0,646	0,300	Valid

Tabel 5

Uji Validitas Instrumen Penelitian Daya Tanggap (X4)

Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas	Simpulan
Cepat dan Tepat	0,517	0,300	Valid
Sesuai Nomor Antrian	0,611	0,300	Valid
Info Jadwal Pelayanan	0,611	0,300	Valid
Sigap menerima keperluan pelanggan	0,597	0,300	Valid
Membantu pelanggan	0,551	0,300	Valid

Tabel 6

Uji Validitas Instrumen Penelitian Jaminan (X5)

Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas	Simpulan
Dapat Dipercaya	0,679	0,300	Valid
Cekatan	0,740	0,300	Valid
Merasa puas Setelah <i>Service</i>	0,734	0,300	Valid
Kompeten	0,747	0,300	Valid
Kualitas Kerja	0,676	0,300	Valid

Hasil analisis seperti tabel 6 di atas, seluruh item instrumen penelitian jaminan (X6) memiliki koefisien korelasi skor item instrumen dengan total skor, lebih besar dari 0,300 maka disimpulkan seluruh item instrumen penelitian valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas atau uji keandalan instrumen pengumpulan data, dalam penelitian ini diukur berdasarkan koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen dapat dikatakan andal bila memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,60 atau lebih, bila alpha kecil besar dari 0,60 maka dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 7
Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Nilai Batas	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,812	10	0,600	<i>reliable</i>
2	Bukti Fisik (X ₁)	0,833	5	0,600	<i>reliable</i>
3	Empati (X ₂)	0,834	5	0,600	<i>reliable</i>
4	Keandalan (X ₃)	0,842	5	0,600	<i>Reliable</i>
5	Daya Tanggap (X ₄)	0,796	5	0,600	<i>Reliable</i>
6	Jaminan (X ₅)	0,880	5	0,600	<i>Reliable</i>

Berdasarkan hasil uji instrumen dengan bantuan program SPSS versi 20.0, seperti Tabel 7 di atas diperoleh nilai *cronbach's alpha* semua variabel penelitian lebih besar dari 0,600 maka disimpulkan instrumen penelitian *reliable*.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada atau tidaknya hubungan yang linier (multikolinieritas) antara variabel bebas satu dengan variabel bebas yang lain. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan bantuan program SPSS 20.0 diperoleh *VIF (Varian Inflated Factor)* dan nilai *tolerance* sebagai berikut.

Tabel 8
Uji Multikolinearitas

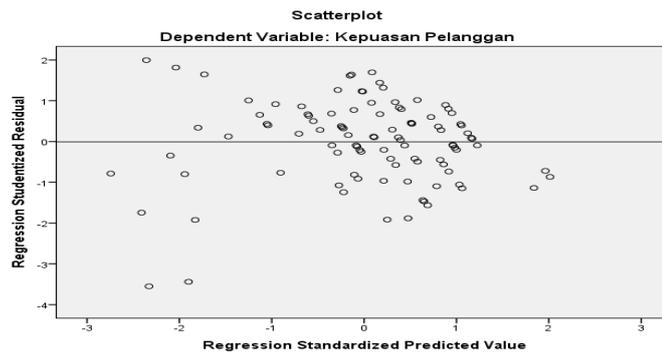
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	<i>(Constant)</i>		
	Bukti Fisik	0,275	3,632
	Empati	0,285	3,504
	Keandalan	0,376	2,663
	Daya Tanggap	0,423	2,366
	Jaminan	0,330	3,032

Untuk mengetahui antara variabel satu dengan yang lainnya tidak terjadi multikolinieritas jika mempunyai *VIF (Varian Inflated Factor)* kurang dari 10, dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1. Berdasarkan tabel 5.43 di atas, semua variabel bebas memiliki nilai *VIF* tidak lebih dari 10,0 dan nilai toleransi tidak

kurang dari 0,1 maka model regresi yang diperoleh dapat disimpulkan terbebas dari problem multikolinearitas.

4) Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED*, seperti gambar 5.1. Karena tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2
Uji Heteroskedastisitas

5) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi dan data normal mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan dua cara apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Dalam penelitian ini untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot.

6) Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh bukti fisik (X_1), empati (X_2), keandalan (X_3), daya tanggap (X_4) dan jaminan (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan.

Tabel 8
 Pengaruh Bukti Fisik (X_1), Empati (X_2), Keandalan (X_3), Daya Tanggap (X_4) dan Jaminan (X_5) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.849	1.151		9.428	.000
	Bukti Fisik	.235	.093	.162	2.533	.013
	Empati	.373	.092	.253	4.042	.000
	Keandalan	.309	.084	.201	3.671	.000
	Daya Tanggap	.179	.076	.122	2.361	.020
	Jaminan	.442	.076	.340	5.835	.000

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olahan SPSS 20.0 Tahun 2019

- 1) Koefisien regresi variabel bukti fisik (X_1) sebesar + 0,235 (bertanda positif), mempunyai makna bahwa bukti fisik mempunyai pengaruh positif atau searah terhadap kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan. Bila ada peningkatan satu satuan kualitas bukti fisik akan menyebabkan peningkatan 0,235 satuan kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan. Semakin meningkat kualitas bukti fisik maka dapat menyebabkan kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan akan semakin meningkat.
- 2) Koefisien regresi variabel empati (X_2) sebesar + 0,373 (bertanda positif), mempunyai makna bahwa empati mempunyai pengaruh positif atau searah terhadap kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan. Bila ada peningkatan/penurunan satu satuan kualitas empati menyebabkan peningkatan 0,373 satuan kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan. Semakin berempati para karyawan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan, menyebabkan semakin puas para pelanggan, dan juga sebaliknya.
- 3) Koefisien regresi variabel keandalan (X_3) sebesar + 0,309 (bertanda positif), mempunyai makna bahwa keandalan mempunyai pengaruh positif atau searah terhadap kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan. Bila ada peningkatan satu satuan kualitas keandalan

menyebabkan peningkatan 0,309 satuan kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan. Bila keandalan pegawai Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan meningkat maka akan menyebabkan pula tingkat kepuasan para pelanggan semakin meningkat.

- 4) Koefisien regresi variabel daya tanggap (X_4) sebesar + 0,179 (bertanda positif), mempunyai makna bahwa daya tanggap mempunyai pengaruh positif atau searah terhadap kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan. Bila ada peningkatan satu satuan daya tanggap para karyawan akan menyebabkan peningkatan 0,179 satuan kepuasan pelanggan. Semakin baik daya tanggap karyawan akan menyebabkan kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan akan semakin tinggi, dan juga sebaliknya.
- 5) Koefisien regresi variabel jaminan (X_5) sebesar + 0,442 (bertanda positif), mempunyai makna bahwa jaminan atau kepastian mempunyai pengaruh positif atau searah terhadap kepuasan pelanggan. Bila ada peningkatan satu satuan kualitas jaminan atau kepastian menyebabkan peningkatan 0,442 satuan kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan. Bila tidak ada kepastian dapat menyebabkan kepuasan pelanggan Dealer Motor Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan akan meningkat.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

- 1) Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan), secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Dealer Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan Singaraja.
- 2) Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Dealer Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan Singaraja.

- 3) Variabel *Assurance* (jaminan) adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Dealer Honda Garuda Agung Kencana Desa Penarukan Singaraja.

2. Saran

- 1) Untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan melalui penyediaan sarana prasarana yang memadai.
- 2) Meningkatkan kapasitas pegawai melalui pendidikan dan pelatihan untuk mengikuti perkembangan teknologi outomotif yang terus berkembang.
- 3) Menetapkan standard mutu atau SOP setiap kegiatan pelayanan service, sehingga dapat mencapai hasil yang optimal tanpa banyak kesalahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, 2007. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Branti, Istariyani. 2002. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Cabang Sragen. FE: UMS.
- Berry dan Zeithaml, dikutip oleh Handi Irwan. 2006 *Manajemen Pemasaran* Bandung
- Gaspersz, Laksana, 2008, *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Scorecard dengan Six Sigma untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, I. 2006. Model Persamaan Struktur: Konsep dan Aplikasi dengan program AMOS 16.0 Semarang. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenberg, P. 2010. *Customer Relationship Management as the Association for information systems*. Vol. (3). Hal 27-51
- Husein, Umar. 2003 *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Jakarta, PT. Prenhalindo.

- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangg
- Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Lumpyadi, 2004 *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori Dan Praktek*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta
- Rangkuti, Freddy, 2002. *Measuring Customer Satisfaction*, Cetakan Ketiga, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. 2003. *Prilaku Konsumen , Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia Jakarta
- Sunarto, 2003. *Perilaku Konsumeni*.Jogyakarta, AMUS Jogyakarta dan CV Ngeksigondo Utama.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2013. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif R&D Bandung* : CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2004, *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga, Penerbit: Amdy, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005 *Pemasaran Jasa* , BPFE : Yogyakarta.
- <http://www.wikipedia.com>. Diakses 10 mei 2017
- Umar. (2005). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: