

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL MOTOR AHASS UD “SURYA PERDANA INDAH” SUMBERREJO

Nurul Mazidah

STIE Cendekia Bojonegoro, Jl. Cendekia No.22 Bojonegoro
e-mail: mazidahnurul@gmail.com

Abstract: Effect of Service Quality Of Customer Satisfaction In Motorcycle Repair AHASS UD "Surya Perdana Indah" Sumberrejo. Today's business world of competition is getting tougher. It is also felt in the service businesses serve two-wheeled vehicles. UD AHASS bike shop Perdana Surya Indah is one of the official bike shop is in Sumberrejo HONDA. UD AHASS workshop Surya Indah Prime should know the factors that affect customer satisfaction and should make some improvements and innovations that can increase customer satisfaction. This study aims to analyze the impact of service quality views of five dimensions: direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy towards customer satisfaction service fees motors UD Perdana Surya Indah Sumberrejo. This research is being hypothesized that service quality has a significant influence on customer satisfaction. The sampling technique used is accidental sampling method, sampling is done randomly. The samples in this study were 100 men in the study analyzes customer using validity and reliability, the classic assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing via the F test and t test, and analysis of the coefficient of determination (R²). These five dimensions of service quality are the most dominant influence in the study there was a variable-empathy. The coefficient of determination shown by the Adjusted R Square is equal to 0.364, which means that the variation of all the independent variables can explain variable customer satisfaction by 36.4% and the remaining 63.6% described other independent variables.

Abstrak: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Motor Ahass Ud “Surya Perdana Indah” Sumberrejo. Persaingan didunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini juga dirasakan para pelaku bisnis dibidang jasa servis kendaraan roda dua. Bengkel motor Ahass UD Surya Perdana Indah adalah salah satu bengkel motor resmi HONDA yang ada di Sumberrejo. Bengkel AHASS UD Surya Perdana Indah harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya dan harus senantiasa membuat beberapa perbaikan dan inovasi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya. Penelitian ini bertujuan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dilihat dari lima dimensi : bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan jasa servis motor UD Surya Perdana Indah Sumberrejo. Sedang hipotesis penelitian ini yaitu Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling method yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan analisis dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis melalui uji F dan uji t, serta analisis koefisien determinasi (R²). Kelima dimensi kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh paling dominan dalam penelitian adalah variabel empati. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,364 yang berarti bahwa variasi dari semua variabel bebas dapat menerangkan variabel kepuasan pelanggan sebesar 36,4% dan sisanya 63,6% dijelaskan variabel bebas lainnya.

Kata Kunci: penerapan manajemen, *balanced Scorecard*, bank perkreditan rakyat

Perkembangan teknologi dan persaingan global pada saat sekarang ini mendorong dunia industri untuk meningkatkan kualitas produknya dan melakukan inovasi-inovasi baru agar produk

tersebut tidak ketinggalan zaman. Hal ini dilakukan agar perusahaan tersebut dapat bersaing, bertahan dan terus berkembang. Salah satu industri yang melakukan perubahan teknologi dan melakukan inovasi-inovasi baru adalah industri kendaraan bermotor.

Kepemilikan kendaraan bermotor roda dua atau sepeda motor semakin hari jumlahnya semakin bertambah. Ini disebabkan semakin mudahnya konsumen untuk mendapatkan sepeda motor. Selain dengan adanya berbagai kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh sepeda motor tersebut, hal lain yang menyebabkan konsumen memilih sepeda motor adalah karena sepeda motor sangat praktis. Bagi penduduk yang tinggal didaerah pelosok desa, sepeda motor adalah alat transportasi yang paling ideal dikarenakan transportasi umum atau angkutan umum belum memadai. Selain itu sepeda motor dapat menghindari kemacetan yang sering terjadi, sepeda motor juga irit bahan bakar dan perawatan untuk sepeda motor sangat mudah dengan harga sparepart atau suku cadang yang terjangkau.

Kemudahan perawatan ini dapat dilihat dengan banyaknya bengkel-bengkel yang khusus untuk merawat dan melakukan perbaikan untuk sepeda motor tersebut. Bengkel-bengkel ini ada yang merupakan bengkel yang memang khusus untuk jenis motor tertentu yang dikeluarkan oleh produsennya. Jenis bengkel ini adalah bengkel resmi. Selain bengkel resmi dari produsen motor tersebut. Ada juga bengkel umum yang dapat melayani semua jenis merk sepeda motor. Namun konsumen disarankan untuk menggunakan bengkel resmi agar perawatan sepeda motornya lebih terjaga.

Salah satu bengkel resmi adalah bengkel AHASS (Astra Honda Authorized Service Station). Bengkel ini merupakan bengkel resmi khusus sepeda motor Honda. Sepeda motor Honda merupakan produk yang dikeluarkan oleh PT. Astra Honda Motor (AHM). Pemberian servis yang memuaskan bagi konsumen sangat penting dilakukan selain untuk pembentukan citra bengkel yang baik juga untuk menjaga konsumen agar tidak berpaling ke bengkel yang lain dan usaha yang dilakukan dalam menciptakan loyalitas pelanggan yaitu dengan meningkatkan kepuasan pelanggan (Kandampully, 2000)

Pemberian servis yang memuaskan ini dapat berupa tenaga teknik yang handal dan terampil, pelayanan pendaftaran servis dan

mengurus administrasi sampai pada proses servis sepeda motor yang tidak terlalu lama juga setiap petugas bersikap ramah dan baik serta selalu siap dan bersedia mendengarkan keluhan konsumen dan menangani atau mengatasi keluhan tersebut dengan baik sehingga proses servis pun berjalan dengan lancar dan hasilnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

Sebagai salah satu bengkel resmi Honda, UD Surya Perdana Indah yang beroperasi di Kecamatan Sumberrejo, tentunya ingin memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada para pelanggannya. Pemberian servis yang memuaskan inilah yang tentunya sangat diharapkan baik oleh pihak bengkel itu sendiri maupun oleh para konsumen. Dari pemberian servis tersebut, tentunya ada hal-hal yang kurang memuaskan bagi pelanggan untuk itu perlu pembenahan terus menerus guna meminimalkan kekurangan tersebut. Beberapa hal yang saat ini harus diperhatikan oleh pihak bengkel seiring dengan jumlah pelanggan yang semakin meningkat, dari data yang diperoleh ada kurang lebih 3000 pelanggan tetap (mei, 2012).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Kuncoro (2007:1) metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi. Pendekatan ini berangkat dari data. Ibarat bahan baku dalam suatu pabrik, data ini diproses dan dimanipulasi menjadi informasi yang berharga bagi pengambilan keputusan. Pemrosesan dan manipulasi data mentah menjadi informasi yang bermanfaat inilah yang merupakan jantung dari analisis kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan dari bengkel AHASS UD Surya Perdana Indah Sumberrejo. Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006). Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Perwakilan populasi yang dijadikan sampel adalah pelanggan dari bengkel AHASS UD Surya Perdana Indah Sumberrejo yang kebetulan ditemui pada saat melakukan servis. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental

sampling method yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak.

Dalam melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden digunakan skala likert. Variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang dirasakan konsumen akan diwakili oleh pertanyaan dengan alternatif jawaban sangat tidak memuaskan bobot nilai 1, tidak memuaskan bobot nilai 2, memuaskan bobot nilai 3, sangat memuaskan bobot nilai 4, sangat memuaskan sekali bobot nilai 5. Penelitian ini dilakukan dari bulan April sampai dengan Juni 2012. Responden dalam penelitian ini adalah semua pelanggan bengkel AHASS Motor UD Surya Perdana Indah. Jumlah konsumen yang dipilih sebagai responden sebanyak 100 orang.

Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan uji statistik t dan uji statistik F. Dalam penelitian ini ditetapkan tingkat kepercayaan (confidence interval) = 95% ($\alpha = 5\%$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada setiap dealer motor HONDA disitu pasti akan terpampang dipapan nama istilah H1,H2 dan H3 yang berarti bahwa kapasitas dealer tersebut sebagai: (H1) penjualan unit sepeda motor baru, (H2) perawatan/bengkel, (H3) suku cadang. Pada awal mulanya UD SURYA PERDANA INDAH adalah dealer yang hanya berkapasitas sebagai penjualan unit sepeda motor baru (H1), usaha ini sendiri berdiri pada tanggal 12 Februari 1996 yang dipimpin dan sekaligus sebagai pemilik yaitu Dra. Lana Puspawati. Seiring dengan tumbuh kembangnya usaha ini maka pada tahun 2001 UD SURYA PERDANA INDAH telah menjadi dealer dengan kapasitas pelayanan yang lebih lengkap yaitu H1: penjualan unit sepeda motor baru, H2: perawatan/bengkel, H3: suku cadang.

Bengkel yang beralamat di Jl. Sumuragung 231 Sumberrejo awalnya hanya mempunyai 5 karyawan yaitu: 3 mekanik dan 2 bagian administrasi, sekarang sudah mempunyai 11 mekanik, Final Infection, Servis Advisor, Kepala bengkel serta 3 karyawan bagian administrasi dan bagian gudang jadi semua posisi yang ada dibengkel ini sudah semuanya terisi dan ini sesuai dengan aturan yang diberlakukan oleh AHM untuk tiap AHASS di seluruh Indonesia. Semua karyawan bengkel mulai dari mekanik sampai Kepala mekanik diwajibkan untuk men-

ikuti pelatihan maupun seminar yang tujuannya untuk meningkatkan keahlian atau skill individu para karyawan demi kemajuan bengkel serta memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap konsumen.

Sebagai bengkel resmi motor Honda tentunya bengkel ini hanya menerima servis motor dengan merk Honda. Dibengkel ini melayani jasa servis gratis maupun jasa servis dengan biaya konsumen sendiri, untuk semua type dan tidak dibatasi tahun pembuatan motor tersebut, semua bisa diterima untuk mendapatkan jasa servis dibengkel ini. Pekerjaan yang ditangani oleh bengkel ini mulai dari servis ringan (tune up) sampai dengan pekerjaan berat yaitu bongkar pasang mesin. UD Surya Perdana Indah senantiasa berusaha untuk memberikan pelayanan yang memuaskan pada para pelanggannya tak terkecuali dalam hal penyediaan suku cadang / onderdil, tidak hanya sekedar menyediakan tapi disini senantiasa untuk melengkapi apa yang belum tersedia sehingga saat konsumen membutuhkannya onderdil tersebut tersedia, tentunya suku cadang yang tersedia adalah suku cadang asli. Jadi sesuai dengan predikat yang disandanginya yaitu sebagai dealer dengan pelayanan H1, H2 dan H3.

Berdasarkan hasil tanggapan 100 orang responden tentang kualitas pelayanan, yaitu variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan/keyakinan, variabel empati, dan kepuasan pelanggan, maka peneliti akan menguraikan secara rinci jawaban responden dengan menggunakan analisis kualitatif yang dikelompokkan dalam kategori skor dengan menggunakan rentang skala sebagai berikut (Umar, 1997):

Sangat Tidak Memuaskan (STM)	: 1x5x100 = 500
Tidak Memuaskan (TM)	: 2x5x100 = 1000
Memuaskan (M)	: 3x5x100 = 1500
Sangat Memuaskan (SM)	: 4x5x100 = 2000
Sangat Memuaskan Sekali (SMS)	: 5x5x100 = 2500
Skor terendah (TR) = 500	
Skor tertinggi (TI) = 2500	

$$RS = \frac{TI - TR}{5}$$

$$RS = \frac{2500 - 500}{5}$$

$$= \frac{2000}{5}$$

$$= 400$$

Maka interval dari kriteria rata-rata dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Sangat Tidak Memuaskan (STM)	: 500 - 900
Tidak Memuaskan (TM)	: 901 - 1301
Memuaskan (M)	: 1302 - 1702
Sangat Memuaskan (SM)	: 1703 - 2104
Sangat Memuaskan Sekali (SMS)	: 2105 - 2500

Variabel Bukti Langsung (X1)

Untuk pengukuran variabel bukti langsung (tangible) digunakan pendapat responden mengenai lokasi bengkel, kenyamanan dan kebersihan ruang tunggu, penampilan bengkel, tempat parkir serta kelengkapan suku cadang. Dan hasilnya terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1
Tanggapan Responden terhadap Variabel Bukti Langsung (X₁)

No	Indikator	STM (1)	TM (2)	M (3)	SM (4)	SMS (5)	Skor
1	Lokasi bengkel UD Surya Perdana Indah	-	5 (10)	24 (72)	53 (212)	18 (90)	384
2	Kebersihan dan Kenyamanan ruang tunggu	-	2 (4)	32 (96)	48 (192)	18 (90)	382
3	Penampilan bengkel UD Surya Perdana Indah	-	2 (4)	39 (117)	42 (168)	14 (70)	359
4	Keadaan tempat parkir dan kemudahannya		44 (88)	43 (129)	9 (36)	5 (25)	278
5	Kelengkapan suku cadang bengkel UD Surya Perdana Indah	-	11 (22)	64 (192)	18 (72)	7 (35)	321
Jumlah Skor							1724

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 1 diatas diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel bukti langsung adalah 1724 berada pada kategori sangat memuaskan (1703 – 2104). Hal ini mengindikasikan bahwa responden sangat puas dengan bukti langsung yang meliputi lokasi, nyaman ruang tunggu, penampilan bengkel, tempat parkir serta kelengkapan suku cadang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai lokasi, nyaman ruang tunggu, tempat parkir serta kelengkapan suku cadang akan semakin puas konsumen menggunakan jasa bengkel UD Surya Perdana Indah.

Variabel Kehandalan (X2)

Untuk pengukuran variabel kehandalan (reliability) digunakan pendapat responden mengenai kecepatan dalam menangani pengerjaan perbaikan, ketepatan waktu penyerahan kendaraan, kelengkapan peralatan, kesesuaian pekerjaan dan kesungguhan mekanik dalam menyelesaikan pekerjaan. Dan hasilnya terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2
Tanggapan Responden terhadap Variabel Kehandalan (X₂)

No	Indikator	STM (1)	TM (2)	M (3)	SM (4)	SMS (5)	Skor
1	Kecepatan dalam menangani pengerjaan perbaikan	-	7 (14)	72 (216)	18 (72)	3 (15)	317
2	Ketepatan waktu penyerahan kendaraan setelah perbaikan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan	-	50 (100)	39 (117)	9 (36)	2 (10)	273
3	Kelengkapan peralatan bengkel	-	9 (18)	58 (174)	28 (112)	5 (25)	329
4	Kesesuaian pekerjaan dengan yang telah dijanjikan	-	9 (18)	59 (177)	25 (100)	7 (30)	325
5	Kesungguhan mekanik dalam menyelesaikan pekerjaan	-	3 (6)	24 (72)	68 (272)	5 (25)	375
Jumlah Skor							1619

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel bukti langsung adalah 1619 berada pada kategori memuaskan (1302 – 1702). Hal ini mengindikasikan bahwa responden puas dengan variabel kehandalan yang meliputi Kecepatan dalam menangani pengerjaan perbaikan, ketepatan waktu penyerahan kendaraan, kelengkapan peralatan, kesesuaian pekerjaan dan kesungguhan mekanik dalam menyelesaikan pekerjaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai kecepatan, ketepatan, kesesuaian, kelengkapan alat dan kesungguhan mekanik akan semakin puas konsumen menggunakan jasa bengkel UD Surya Perdana Indah.

Variabel Daya Tanggap (X3)

Untuk pengukuran variabel daya tanggap (responsiveness) digunakan pendapat responden mengenai sistem antrian, sikap petugas dalam menanggapi keluhan, kesediaan pihak bengkel untuk menolong, pelayanan administrasi dan informasi kapan layanan akan diberikan. Dan hasilnya terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 3
Tanggapan Responden terhadap Variabel Daya Tanggap (X₃)

No	Indikator	STM (1)	TM (2)	M (3)	SM (4)	SMS (5)	Skor
1	Sistem antrian yang diberlakukan oleh bengkel UD Surya Perdana Indah	-	9 (18)	17 (51)	42 (168)	32 (160)	397
2	Sikap petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan	-	5 (10)	45 (135)	39 (156)	11 (55)	356
3	Kesediaan pihak bengkel menolong / membantu pelanggan	-	4 (8)	62 (186)	31 (124)	4 (20)	338
4	Ketepatan pelayanan administrasi	-	6 (12)	54 (162)	34 (136)	6 (30)	340
5	Kejelasan informasi waktu kapan suatu layanan akan diberikan oleh pihak bengkel		51 (102)	28 (84)	16 (64)	5 (15)	265
Jumlah Skor							1696

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel daya tanggap adalah 1696 berada pada kategori memuaskan (1302 – 1702). Hal ini mengindikasikan bahwa responden puas dengan variabel daya tanggap yang meliputi sistem antrian, sikap petugas dalam menanggapi keluhan, kesediaan pihak bengkel untuk menolong, pelayanan administrasi dan informasi kapan layanan akan diberikan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai antrian, sikap petugas, pelayanan administrasi dan informasi layanan akan sema-

kin puas konsumen menggunakan jasa bengkel UD Surya Perdana Indah.

Variabel Jaminan / Keyakinan (X4)

Untuk pengukuran variabel bukti Jaminan / Keyakinan (Assurance) digunakan pendapat responden mengenai tanggapan Service Advisor terhadap masalah, penjelasan uraian perbaikan serta biaya yang diperlukan, mutu pekerjaan mekanik, keahlian mekanik dan garansi servis. Dan hasilnya terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4
Tanggapan Responden terhadap Variabel Jaminan/Keyakinan (X4)

No	Indikator	STM (1)	TM (2)	M (3)	SM (4)	SMS (5)	Skor
1	Tanggapan service advisor terhadap masalah dan penentuan gangguan pada kendaraan	-	7 (14)	76 (228)	11 (44)	6 (30)	316
2	Penjelasan uraian perawatan atau perbaikan yang akan dilakukan dan biaya yang diperlukan	-	45 (90)	37 (111)	12 (48)	6 (30)	279
3	Mutu pekerjaan para mekanik	-	12 (24)	70 (210)	11 (44)	7 (35)	313
4	Keahlian para mekanik	-	8 (16)	71 (213)	14 (56)	7 (35)	320
5	Garansi servis yang berikan UD Surya Perdana Indah	-	8 (16)	48 (144)	28 (112)	16 (80)	352
Jumlah Skor							1580

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4 diatas diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel jaminan / keyakinan adalah 1580 berada pada kategori memuaskan (1302 – 1702). Hal ini mengindikasikan bahwa responden puas dengan variabel jaminan / keyakinan yang meliputi tanggapan Service Advisor terhadap masalah, penjelasan uraian perbaikan serta biaya yang diperlukan, mutu pekerjaan mekanik, keahlian mekanik dan garansi servis. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai tanggapan Service Advisor terhadap masalah, penjelasan uraian perbaikan serta biaya yang diperlukan, mutu pekerjaan mekanik, keahlian mekanik dan garansi servis akan semakin puas konsumen menggunakan jasa bengkel UD Surya Perdana Indah.

Variabel Empati (X5)

Untuk pengukuran variabel bukti empati (empaty) digunakan pendapat responden mengenai follow up petugas terhadap konsumen, pelayanan administrasi, perhatian karyawan, tanggapan petugas atas keluhan tambahan dan kesopanan para karyawan. Dan hasilnya terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 5
Tanggapan Responden terhadap Variabel Empati (X5)

No	Indikator	STM (1)	TM (2)	M (3)	SM (4)	SMS (5)	Skor
1	Follow up customer yang dilakukan petugas setelah melakukan perawatan atau perbaikan	-	44 (88)	44 (132)	10 (40)	2 (10)	270
2	Pelayanan petugas administrasi	-	5 (10)	74 (222)	17 (68)	4 (20)	320
3	Perhatian individu yang diberikan karyawan kepada pelanggan	-	10 (20)	75 (225)	10 (40)	5 (25)	310
4	Tanggapan petugas bila ada keluhan / masalah tambahan setelah sepeda diperbaiki	-	9 (18)	65 (195)	21 (84)	5 (25)	322
5	Kesopanan para karyawan dalam memberikan pelayanan	-	5 (10)	60 (180)	25 (100)	10 (50)	240
Jumlah Skor							1462

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 5 diatas diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel empati adalah 1462 berada pada kategori memuaskan (1302 – 1702). Hal ini mengindikasikan bahwa responden puas dengan variabel empati yang meliputi follow up petugas terhadap konsumen, pelayanan administrasi, perhatian karyawan, tanggapan petugas atas keluhan tambahan dan kesopanan para karyawan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai follow up petugas terhadap konsumen, pelayanan administrasi, perhatian karyawan, tanggapan petugas atas keluhan tambahan dan kesopanan para karyawan akan semakin puas konsumen menggunakan jasa bengkel UD Surya Perdana Indah.

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Untuk pengukuran variabel bukti kepuasan pelanggan digunakan pendapat responden mengenai kualitas servis, tarif servis, garansi servis, fasilitas bengkel dan pelayanan petugas. Dan hasilnya terdapat dalam tabel berikut ini:

Tabel 6
Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Indikator	STM (1)	TM (2)	M (3)	SM (4)	SMS (5)	Skor
1	Kualitas Servis	-	3 (6)	75 (225)	15 (60)	7 (35)	326
2	Tarif/biaya	-	1 (2)	76 (228)	19 (76)	4 (20)	326
3	Jaminan/Garansi	-	2 (4)	52 (156)	35 (140)	11 (55)	355
4	Fasilitas selain servis	-	3 (6)	40 (120)	46 (184)	11 (55)	365
5	Pelayanan Petugas	-	5 (10)	64 (192)	24 (96)	7 (35)	291
Jumlah Skor							1663

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 6 diatas diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel kepuasan pelanggan adalah 1663 berada pada kategori memuaskan (1302 – 1702). Hal ini mengindikasikan bahwa responden puas dengan variabel kepuasan pelanggan yang meliputi kualitas servis, tarif servis, garansi servis, fasiliti-

tas bengkel dan pelayanan petugas. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai kecepatan, ketepatan, kesesuaian, kelengkapan alat dan kesungguhan mekanik akan semakin puas konsumen menggunakan jasa bengkel UD Surya Perdana Indah.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah melakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai *r* Hitung dengan *r* tabel. Pada penelitian ini digunakan sampel sekitar 100, nilai *r* tabel = 0,361. Uji ini dilakukan manakala butir pertanyaan lebih dari 1. Pengambilan keputusan uji validitas:

- Bila nilai *r* Hitung > *r* tabel, maka item pertanyaan valid.
- Bila nilai *r* Hitung < *r* tabel, maka item pertanyaan tidak valid.

Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7
Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r-Hitung	r-tabel	Keterangan
Bukti Langsung (Tangibles -X1)	Pertanyaan 1	0,667	0,361	Valid
	Pertanyaan 2	0,723	0,361	Valid
	Pertanyaan 3	0,785	0,361	Valid
	Pertanyaan 4	0,545	0,361	Valid
	Pertanyaan 5	0,706	0,361	Valid
Kehandalan (Reliability -X2)	Pertanyaan 1	0,627	0,361	Valid
	Pertanyaan 2	0,573	0,361	Valid
	Pertanyaan 3	0,768	0,361	Valid
	Pertanyaan 4	0,796	0,361	Valid
	Pertanyaan 5	0,625	0,361	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness - X3)	Pertanyaan 1	0,664	0,361	Valid
	Pertanyaan 2	0,798	0,361	Valid
	Pertanyaan 3	0,785	0,361	Valid
	Pertanyaan 4	0,688	0,361	Valid
	Pertanyaan 5	0,585	0,361	Valid
Jaminan/Keyakinan (Assurance -X4)	Pertanyaan 1	0,741	0,361	Valid
	Pertanyaan 2	0,691	0,361	Valid
	Pertanyaan 3	0,756	0,361	Valid
	Pertanyaan 4	0,695	0,361	Valid
	Pertanyaan 5	0,552	0,361	Valid
Empati (Empaty- X5)	Pertanyaan 1	0,488	0,361	Valid
	Pertanyaan 2	0,695	0,361	Valid
	Pertanyaan 3	0,785	0,361	Valid
	Pertanyaan 4	0,814	0,361	Valid
	Pertanyaan 5	0,784	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pertanyaan 1	0,710	0,361	Valid
	Pertanyaan 2	0,546	0,361	Valid
	Pertanyaan 3	0,770	0,361	Valid
	Pertanyaan 4	0,540	0,361	Valid
	Pertanyaan 5	0,621	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Dari hasil tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel (0,361) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan pelanggan adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari suatu variabel. Butir pertanyaan dalam variabel dikatakan reliabel atau terpercaya apabila jawaban responden adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas variabel kualitatif bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keputusan
Bukti Langsung	0,724	Reliabel
Kehandalan	0,710	Reliabel
Daya Tanggap	0,728	Reliabel
Jaminan	0,715	Reliabel
Empati	0,756	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,651	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

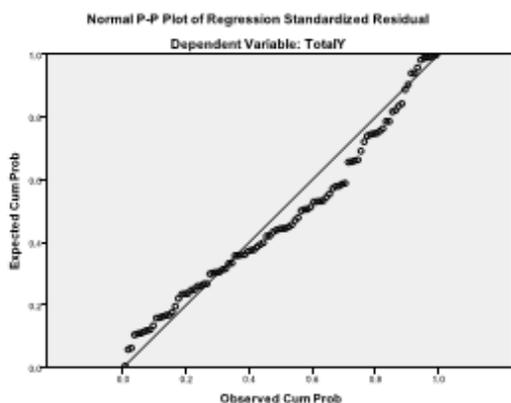
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel antara variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan pelanggan ternyata diperoleh nilai Cronbach Alpha > 0,60. Dengan demikian, maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Pengujian Normalitas



Gambar 1
Normal Probability Plot

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS, maka dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji asumsi klasik jenis ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Deteksi tidak adanya Multikolinearitas yakni dengan melihat besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance (Ghozali, 2006):

- Mempunyai nilai VIF < 10
- Mempunyai angka TOLERANCE > 10%

Mengacu pada kedua pendapat di atas tadi maka berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh nilai:

Tabel 9
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Bukti Langsung	0,958	1,044	Bebas Multikolinearitas
Kehandalan	0,929	1,076	Bebas Multikolinearitas
Daya Tanggap	0,934	1,071	Bebas Multikolinearitas
Jaminan	0,923	1,084	Bebas Multikolinearitas
Empati	0,894	1,118	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

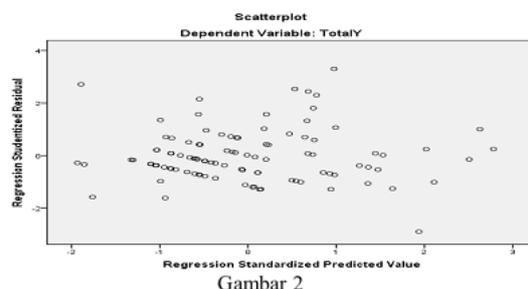
Berdasarkan hasil tersebut maka dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas, yaitu bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi apabila tidak ada kesamaan deviasi standar nilai variabel dependen pada setiap variabel independen. Deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas.

Dasar analisis :

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 2
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Dari grafik diatas, dapat terlihat tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan inferensial menggunakan regresi berganda untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan atribut-atribut bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10
Ringkasan Hasil Estimasi Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.685	2.143		5.920	.000
Bukti Langs	-.217	.069	-.264	-3.139	.002
Kehandalan	.283	.079	.305	3.580	.001
Daya Tanggap	-.210	.068	-.263	-3.085	.003
Jaminan	.203	.069	.252	2.946	.004
Empati	1.255	.078	.283	3.255	.002

Dependent Variable: totally

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah :

$$Y = 12,685 - 0,217X_1 + 0,283X_2 - 0,210X_3 + 0,203X_4 + 1,255X_5$$

Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa :

- Diketahui konstanta besarnya 12,685 dengan koefisien bukti langsung (X1), kehandalan (X2), daya tangap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) bernilai konstan atau (0), maka diperoleh nilai kepuasan pelanggan sebesar 12,685.
- Nilai - 0,217 berarti setiap perubahan variabel prediktor bukti langsung (X1) sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang negatif pada kepuasan pelanggan sebesar - 0,217, begitu juga sebaliknya.
- Nilai 0,283 berarti setiap perubahan variabel prediktor kehandalan (X2) sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang positif pada kepuasan pelanggan sebesar 0,283, begitu juga sebaliknya
- Nilai - 0,210 berarti setiap perubahan variabel prediktor daya tanggap (X3) sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang negatif pada kepuasan pelanggan sebesar - 0,210, begitu juga sebaliknya
- Nilai 0,203 berarti setiap perubahan variabel prediktor jaminan (X4) sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang positif pada kepuasan pelanggan sebesar 0,203, begitu juga sebaliknya
- Nilai 1,255 berarti setiap perubahan variabel prediktor empati (X5) sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang positif pada kepuasan pelanggan sebesar 1,255 begitu juga sebaliknya
- Dari kelima variabel bebas yang digunakan yang memberikan pengaruh paling dominan adalah variabel Empati dengan koefisien regresi sebesar 1,255

Pengujian Hapotesis

1. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya kualitas bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dari besarnya nilai adjusted R2.

Tabel 11
Koefisien Determinasi

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.603 ^b	.364	.330	1.762

a. Predictors: (Constant), Total5, Total2, Total1, Total3, Total4

b. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas , dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,364 yang berarti bahwa variasi dari semua variabel bebas dapat menerangkan variabel kepuasan pelanggan sebesar 36,4% dan sisanya 63,6% dijelaskan variabel bebas lainnya.

2. Uji F

Pengaruh secara serempak variabel bukti langsung, kehandalan, daya tangga, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 12
Nilai Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.059	5	33.412	10.758	.000 ^b
	Residual	291.931	94	3.106		
	Total	458.990	99			

a. Predictors: (Constant), Total5, Total2, Total1, Total3, Total4

b. Dependent Variable: total y

Sumber: Hasil Penelitian, 2012 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 17 di atas bahwa nilai F – Hitung dari semua variabel bebas sebesar 10,758 , maka F tabel yang diperoleh dengan menggunakan dk1 = 3 (variabel bebas) dengan dk2 = n-k-1 (100-3-1) = 96 maka berdasarkan dk1 = 3 = 0,05 dan dk2 = 96 diperoleh F tabel = 2,70 yang berarti F Hitung lebih besar dari F tabel yaitu 10,758 > 2,70 maka Ho ditolak Ha diterima. Berarti semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya.

3. Uji t

- Pengaruh Variabel Bukti Langsung terhadap Kepuasan Pelanggan Berdasarkan hasil regresi pada tabel 15 sebelumnya diperoleh nilai t Hitung variabel bukti langsung -3,139 dengan menggunakan nilai $\alpha = 0,05$ dan dk = 96 diperoleh t tabel = 1,661 yang berarti bahwa nilai t Hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu -3,139 > -1,661 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Berarti variabel bukti langsung mempunyai pengaruh yang signifikan/secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Variabel Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan Berdasarkan hasil regresi pada tabel 15 sebelumnya diperoleh nilai t Hitung variabel kehandalan 3,580 dengan menggunakan nilai $\alpha = 0,05$ dan $dk = 96$ diperoleh t tabel = 1,661 yang berarti bahwa nilai t Hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $3,580 > 1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti variabel keandalan mempunyai pengaruh yang signifikan/secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.
3. Pengaruh Variabel Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan Berdasarkan hasil regresi pada tabel 15 sebelumnya diperoleh nilai t Hitung variabel daya tanggap -3,085 dengan menggunakan nilai $\alpha = 0,05$ dan $dk = 96$ diperoleh t tabel = 1,661 yang berarti bahwa nilai t Hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $-3,085 > -1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang signifikan/secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.
4. Pengaruh Variabel Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan Berdasarkan hasil regresi pada tabel 15 sebelumnya diperoleh nilai t Hitung variabel jaminan 2,946 dengan menggunakan nilai $\alpha = 0,05$ dan $dk = 96$ diperoleh t tabel = 1,661 yang berarti bahwa nilai t Hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $2,946 > 1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti variabel jaminan mempunyai pengaruh yang signifikan/secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.
5. Pengaruh Variabel Empati terhadap Kepuasan Pelanggan Berdasarkan hasil regresi pada tabel 15 sebelumnya diperoleh nilai t Hitung variabel empati 3,255 dengan menggunakan nilai $\alpha = 0,05$ dan $dk = 96$ diperoleh t tabel = 1,661 yang berarti bahwa nilai t Hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $3,255 > 1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti variabel empati mempunyai pengaruh yang signifikan/secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan berdasarkan uji t (parsial) dan uji F (simultan) bahwa

kualitas pelayanan yang dilihat dari 5 dimensi : bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis AHASS UD SURYA PERDANA INDAH Sumberrejo. Ke lima dimensi kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh paling dominan adalah variabel kehandalan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagai rekomendasi untuk perbaikan pelayanan AHASS UD SURYA PERDANA INDAH, adapun rekomendasi tersebut adalah :

1. Para karyawan (mekanik) AHASS UD SURYA PERDANA INDAH diharapkan untuk senantiasa menambah pengetahuan, diharapkan mereka dapat dengan cepat dan baik dalam menangani masalah teknik yang rumit/sulit. Sehingga mereka dapat mengidentifikasi dan memperbaiki kerusakan kendaraan dengan cepat, tepat waktu serta memuaskan
2. Servis Advisor (SA) diharapkan untuk senantiasa memberikan penjelasan yang selengkapny saat melakukan pendaftaran, penjelasan tersebut adalah berkenaan dengan identifikasi masalah yang dialami konsumen, estimasi biaya dan waktu yang diperlukan untuk perbaikan.
3. Pihak pengelola sebaiknya memperhatikan tempat parkir khususnya yang ada didepan dealer, banyak konsumen mengeluh terlalu panas dan saat terjadi antrian yang banyak terlihat banyak konsumen yang tidak dapat tempat diruang tunggu.
4. Sudah saatnya dealer mempunyai tenaga keamanan atau satpam mengingat banyak keluar masuk konsumen tiap harinya selain itu untuk menambah kenyamanan konsumen saat parkir didepan.

DAFTAR RUJUKAN

- Draper, N.R., and Smith, H. 1998. Applied Regression Analysis, Third Edition. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Sema-

- rang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunadi. 2008. Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Jasa Service di Bengkel Prototipe Honda Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, No.2 Vol.17.
- Kandampully, J., Dan Suhartanto, D. 2000. "Customer Loyalty in the Customer Satisfaction and Image". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.16, No.6
- Kotler, Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Delapan. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad, 2007. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Manullang, Ida, 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Tesis. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Marzuki, 2005. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Ekonisia
- Payne, Adrian, 2000. *Pemasaran Jasa (The Essence of Service Marketing)*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabetha.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, Gregorius. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Widiyanto, Ibni, 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Wisnalmawati. 2008. Kepuasan Konsumen Bengkel Motos AHASS 1605 Seturan Yogyakarta Berdasarkan Dimensi Mutu Pelayanan. *Jurnal Ekonomi Bisnis* No.3 Vol.13.
- Yazid, 2005. *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia