

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Motor (Studi Kasus Pada Nusantara Surya Sakti)

Kerin Jelita Sigar
William A. Areros
Sofia A. P. Sambul

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
Email: kerinsigar99@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction motorcycle service. This study used a sample of 60 respondents who had used Nusantara Surya Sakti motorcycle services. The research location was conducted at PT. Nusantara Surya Sakti. Data collection techniques in this study is to use a questionnaire distribution. Quantitative analysis technique uses simple linear regression analysis in this study. The statistical tests used in this study were validity tests, reliability tests, simple correlation coefficient tests, and hypothesis testing in this study were the coefficient of determination test and partial t test. The data that has met the analytical technique is processed using the IBM SPSS Version 25 assistance program. Based on correlation analysis and simple linear regression, the results obtained are positive service quality results on customer satisfaction and the level of relationship between service quality and customer satisfaction is moderate.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis motor. Penelitian ini menggunakan sampel yang berjumlah 60 responden yang pernah menggunakan jasa service motor Nusantara Surya Sakti. Lokasi penelitian dilakukan pada PT. Nusantara Surya Sakti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Teknik analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi sederhana, dan uji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji koefisien determinasi dan uji t parsial. Data yang telah memenuhi teknik analisis diolah menggunakan program bantuan IBM SPSS Versi 25 Berdasarkan analisis korelasi dan regresi linear sederhana hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berhubungan secara positif terhadap kepuasan pelanggan dan tingkat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah sedang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Persaingan yang semakin ketat terjadi pada dunia otomotif khususnya produk sepeda motor karena produk ini merupakan alat transportasi darat yang paling dominan dimiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat. Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia yang terdiri dari banyak pulau, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula.

Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, sebuah bengkel harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan

atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan dibanding harapannya, pelanggan tentu akan semakin puas

Pengaruh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat akan pelayanan yang baik, termasuk dalam hal ini adalah usaha di bidang bengkel yang akhir-akhir ini berkembang pesat, baik secara kualitas maupun kuantitas. Dapat dilihat hampir disetiap jalan raya maupun wilayah perkampungan banyak tempat-tempat yang menyediakan jasa bengkel.

Dengan banyaknya usaha dibidang perbengkelan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara satu bengkel dengan bengkel lainnya. Dengan adanya persaingan ini pula maka

masing-masing bengkel berusaha meningkatkan jumlah pelanggan serta mempertahankan pelanggan agar tetap setia menggunakan jasanya dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepadatan aktivitas di jalan menuntut kenyamanan dalam berkendara. Untuk itu kendaraan yang dipakai harus selalu dalam keadaan baik.

PT. Nusantara Surya Sakti adalah perusahaan otomotif atau dealer kendaraan bermotor roda dua dengan merk Honda. Perusahaan dengan komitmen besar untuk menjadi Dealer terbesar di Indonesia ini telah didukung oleh ribuan kantor pelayanan diseluruh Indonesia. Awal mula berdiri PT Nusantara Surya Sakti adalah sebuah toko Penjualan sepeda motor tahun 1962.

Setiap bengkel resmi Honda Astra Honda Authorised Service Station (AHASS) ditunjang oleh para mekanik yang merupakan tenaga terampil dan terdidik yang telah menjalani pelatihan mekanik maupun manajemen serta menggunakan peralatan,perlengkapan teknis dan administrasi standar Astra Honda Motor, dengan demikian konsumen akan mendapat pendidikan (customer education) bagaimana cara merawat sepeda motor Honda secara berkala yang baik dan benar agar sepeda motor Honda tetap awet, nyaman dan aman bagi pengendara. Akan tetapi, meskipun Bengkel memberikan pelayanan yang professional, tidak semua konsumen mengikuti isi rekomendasi dari mekanik bengkel, sehingga mereka tidak selalu menservis sepeda motornya pada Astra Honda Authorised Service Station (AHASS).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa servis motor di Bengkel Nusantara Surya Manado. Dengan tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa servis motor di Bengkel Nusantara Surya Manado.

Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Menurut American Society for Quality Control dalam Lupiyoadi (2006), kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Menurut Goetsh dan Davis dalam Tjiptono (2004) mengatakan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Persoalan kualitas dalam dunia bisnis sudah menjadi harga yang harus

dibayar oleh perusahaan agar tetap survive dalam bisnisnya. Konsep kualitas pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Pelayanan merupakan terjemahan dari istilah *service* dalam bahasa inggris yang menurut Tjiptono (2011:20) berarti setiap tindakan atau perbuatan yang dapat di tawar oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibel* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) dalam Tjiptono (2011:478), mengemukakan bahwa penilaian konsumen terhadap kualitas jasa didasarkan dari apa yang terjadi antara jasa yang di terima dan jasa yang di diharapkan. Membandingkan nilai kualitas jasa yang dinilai oleh pelanggan. Dengan cara ini kualitas pelayanan dapat diadopsi untuk berbagai industri yang bergerak di bidang jasa. Menurut Tjiptono (2011:350), Faktor-faktor dominan di dalam pelayanan jasa terdiri dari:

Technical quality, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* jasa yang di terima pelanggan. *Technical quality* dapat dirinci lagi menjadi :

- a) Kualitas yang dapat di evaluasi sebelumnya contohnya harga.
- b) Kualitas yang dapat di evaluasi pasien setelah mendapat pelayanan jasa contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan.
- c) Kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa contohnya kualitas oprasi jantung.

Unsur – unsur kualitas pelayanan menurut Saleh (2010;106):

1. Penampilan,
2. Tepat waktu dan Janji,
3. kesediaan Melayani,
4. Pengetahuan dan Keahlian,
5. Kesopanan dan Keramah tamah,
6. Kejujuran dan Kepercayaan,
7. Kepastia Hukum,
8. Keterbukaan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Menurut Kotler (2005), menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan pelanggan (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam

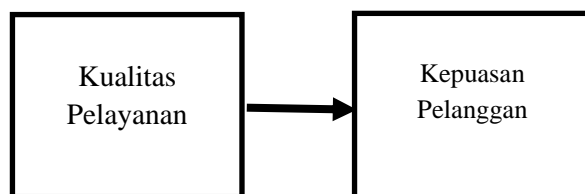
usaha memenuhi harapan pelanggan. Kotler. et al., (1996) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kotler dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) mengemukakan bahwa pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut:

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam proses perbaikan pelayanan.
3. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.
4. Mengembangkan menerapkan *accountable, proactive & partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

Unsur- unsur yang digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan adalah:

1. Kualitas Produk, dengan sub unsurnya adalah: *Performance, Feature, Conformance, Reliability, Durability, Serviceability, Esthetical and perceived quality.*
2. Harga, dengan sub unsurnya adalah : Nilai yang diperoleh dan harga yang ditawarkan.
3. Kualitas Pelayanan, dengan sub unsurnya adalah: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy.*

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

H : Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian metode kuantitatif karena peneliti ingin menggambarkan sifat sesuatu dan melihat sebab akibat dari variabel independen terhadap variabel dependen yang telah berlangsung pada riset yang dilakukan dengan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan untuk memudahkan penarikan kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan tetap Bengkel Motor Honda Nusantara Surya Sakti. sampel dalam penelitian ini berjumlah

60. Penentuan sampel penelitian sebanyak 60 responden ini sudah dapat dianggap representatif dan bisa mewakili keseluruhan populasi. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah 1; Koefisien korelasi Sederhana, 2; Analisis regresi linear sederhana. Dan Uji Hipotesis dalam penelitian ini adalah 1; Uji Koefisien Determinasi, 2; Uji t Parsial.

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan X memiliki nilai rata-rata r hitung sebesar 0,365, dan Variabel Kepuasan Pelanggan Y 0,279. Sedangkan untuk r tabel didapatkan nilai dari sampel $N = 60$ sebesar 0,254. Sehingga 14 item pernyataan kuesioner semua dinyatakan valid, karena sesuai dengan teknik pengambilan keputusan r hitung $>$ r tabel, dan semua item tersebut dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data. Hasil Uji Reliabilitas diketahui Variabel Kualitas Pelayanan X memiliki Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,793 dan Variabel Kepuasan Pelanggan Y 0,778. Maka dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya, karena sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $>$ dari 0,60

Tabel. Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhan

Model	Unstand. Coeff.	B	Std. Error	Stand. Coeff	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	25.820	3.509			7.357	.000
	Kualitas Pelayanan	.211	.117		.012	5.891	.928

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa: $Y = 25.820 + 211$ Penjelasannya adalah bahwa nilai konstanta sebesar 25.820, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 25.820 dan Koefisien regresi X sebesar 0,211 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas pelayanan, maka nilai kepuasan pelanggan bertambah sebesar 0,211. Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.512
	Sig. (2-tailed)		.001

	N	60	60
Y	Pearson Correlation	.512	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	60	60

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan hasil bahwa $0,001 < 0,05$ maka bisa dijelaskan bahwa kuisisioner dalam penelitian ini saling berkorelasi. Nilai Pearson correlation bersifat positif dengan jumlah 0,512 maka dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berhubungan secara positif terhadap kepuasan pelanggan dan tingkat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah sedang.

Tabel. Hasil Uji koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.512 ^a	.206	.217	1.786

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai R Square adalah sebanyak 0,206. Hal ini berarti bahwa pengaruh kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan jasa service motor (studi kasus pada PT. Nusantara Surya Sakti Manado) adalah sebesar 20,6%, sisanya yaitu 70,4% dijelaskan oleh variabel- variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel. Hasil Uji T

Model	Unstand. Coeff.	B	Std. Error	Stand. Coeff.	Beta	T	Sig
1	(Constant)	25.820	3.509			7.357	.000
	Kualitas Pelayanan	.211	.117	.012	5.891		.928

Berdasarkan tabel di atas, Variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelangga (Y) jasa service motor di PT. Nusantara Surya Sakti Manado. Hal ini terlihat dari signifikan kepuasan pelanggan (X) $0,00 < 0,05$.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner dan pengamatan lapangan, dengan tujuannya yaitu untuk memperoleh informasi yang ada. Sehingga peneliti bisa mendapatkan data sementara terkait Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan tersebut dan dilanjutkan dalam Kuisisioner penelitian dan yang menjadi sasaran utama yaitu Pelanggan tetap.

Berdasarkan hasil-hasil analisis uji validitas, reliabilitas, regresi linear sederhana, korelasi sederhana, koefisien determinasi, dan uji T. sebagaimana telah dijelaskan, melalui perhitungan yang menggunakan bantuan program *IBM SPSS Versi 25*. Dari hasil pengujian, maka diperoleh hasil secara parsial nilai variable Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan analisis koefisien korelasi sederhana tingkat hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan memiliki hubungan. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel Kualitas Pelayanan dan Variabel Kepuasan pelanggan melalui uji validitas dan realibilitas dinyatakan Valid dan Reliabel.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ret N. Matantu (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen Hotel Gran Puri Manado. Dalam penelitian tersebut secara parsial memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen Hotel Gran Puri Manado. Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ricki A. Siahaan (2020) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Halo di PT. Telkomsel Grapari Cabang Manado. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dan hubungan yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Halo di PT. Telkomsel Grapari Cabang Manado.

Kesimpulan

Penelitian ini mendapatkan kesimpulan yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini didapatkan setelah melalui berbagai uji statistik dengan metode kuantitatif. Hasil akhir yang didapatkan juga sesuai dengan hipotesis yang dikemukakan oleh penulis. Ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu variabel dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam kualitas pelayanan, indikator yang dipakai oleh peneliti adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sehingga dapat disimpulkan bahwa kelima aspek ini memiliki pengaruh pada kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Perbandingan yang dilakukan dengan penelitian-penelitian terdahulu juga mendapatkan hasil yang sama.

Referensi

- Amstrong dan Kotler, (2007:32) *Marketing and Introduktion (Eight Edition)*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13 Jakarta: Erlangg.

- L Berry L. 1997. Problems and Strategies in services Marketing. *Jurnal Of Marketing*. Vol. 49.
- Lupiyoadi dan Lamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran dan Jasa* Edisi Kedua, Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Mauludin, Hanif. 2001. Analisis Kualitas Pelayanan, Pengaruh Terhadap Image. *Jurnal Penelitian Akuntansi, Bisnis dan Manajemen*, Vol.7, No1 (April): 37-51.
- Moenir, H.A.S. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Taylor And Baker. 1994. An Assessment of The Relationships Between service Quality and Costemer satisfaction in The Formation Of Consumer Purchase Intention. *Jurnal Of Reatailing* 70:163-178.
- Tjiptono 2011. *Servis Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI.
- Ret N. Matantu, Dolina L. Tampi, J. V. Mangindaan. 2020. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Productivity Vol. 1(4)*, 350-354