

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu

Bruri Manengal
J. A. F Kalangi
Aneke Y. Punuindoong

Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis
Email: manengalbruri@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction. In this study, sampling using a Likert scale and the research method is a quantitative research method with the sampling technique using the Accidental Sampling technique, which means taking respondents as a sample based on chance, i.e. anyone who happens to meet the researcher can be used as a sample if the person who happens to be met suitable as a data source with the main criteria being that the person is a buyer or consumer. The data analysis technique in this study used SPSS version 25 for window. The results of this study indicate that service quality has a positive effect on customer satisfaction. The level of relationship of the two variables of service quality to customer satisfaction has a positive relationship. The data generated is seen from the results of the T test (persial), namely the variable service quality has a positive effect with a value of 0.451. And through the coefficient of determination where the service quality variable explains 28.9% effect on customer satisfaction, with the rest influenced by factors not examined in this study. From the results of the regression analysis the effect of service quality has a significant positive effect with a sif value of 0.000. This means that if the variable service quality is getting better, it will cause or encourage customer satisfaction.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan skala likert dan metode penelitiannya adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik Accidental Sampling yang artinya adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dengan kriteria utamanya adalah orang tersebut merupakan pembeli atau konsumen. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 for window. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.. Tingkat hubungan dari kedua variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang positif. Data yang dihasilkan ini dilihat dari hasil uji T (persial) yaitu variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dengan nilai 0,451. Dan melalui koefisien determinasi dimana variabel kualitas pelayanan menjelaskan 28,9% berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan sisanya di pengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil analisis regresi pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan dengan nilai sif. 0,000 Dimana artinya apabila variabel kualitas pelayanan semakin baik maka akan menimbulkan atau mendorong kepuasan dari pelanggan

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

Persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar nasional maupun di pasar internasional atau global. Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya agar dapat memenangkan persaingan. Karena persaingan yang sangat ketat sering 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.

Untuk syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan

dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Untuk saat ini 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 setiap jalan raya maupun wilayah perkampungan banyak tempat-tempat yang menyediakan jasa bengkel. Dengan banyaknya usaha di bidang 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.

Pelanggan akan membandingkan layanan dan dukungan Bengkel dengan Bengkel lainnya. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali lagi ke Bengkel Motor Ando Tombatu dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain sehingga pelanggan akan bertambah. Di kecamatan Tombatu ada beberapa bengkel motor yang ada tapi pelanggannya tidak seramai Bengkel Motor Ando padahal kalau di lihat secara kasat mata.

Bengkel tersebut hampir sama persis model bengkelnya seperti Bengkel Motor Ando, dan bahkan harga serta kualitasnya tidak beda jauh dengan Bengkel Motor Ando, tapi untuk keramainya masih lebih ramai Bengkel Motor Ando Tombatu.

Tinjauan Pustaka

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketetapan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang penjual kepada pembeli atau konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Tjiptono terdapat tiga riteria pokok dimensi kualitas, yaitu *outcome-related*, *process-related*, dan *image-related criteria*. Ketiga kriteria tersebut dapat dijabarkan menjadi enam unsur, yaitu :

1) *Professionalism and Skill*

Kriteria ini merupakan *outcome-related criteria*, dimana pelanggan menyadari bahwa penyedia jasa (*service provider*), karyawan, aiatem operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan dengan profesional.

2) *Attitudes and Behavior*

Kriteria ini adalah *process-related criteria*. Pelanggan merasa bahwa karyawan perusahaan (*contact personal*) menaruh perhatian terhadap mereka dan berusahan membantu dalam memecahkan masalah mereka secara spontan.

3) *Accessibility and Flexibility*

Kriteria ini termasuk *process-related criteria*. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat melakukan akses dengan mudah. Selain itu juga dirancang dengan maksud agar dapat bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan.

4) *Reliability and Trustworthiness*

Kriteria ini juga termasuk *process-related criteria*. Pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi, mereka bisa mempercayakan segala sesuatunya kepada penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya.

5) *Recovery*

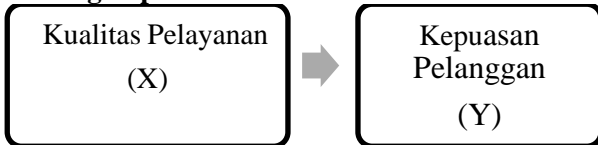
Kriteria ini juga termasuk *process-related criteria*. Pelanggan menyadari bahwa bila ada kesahan atau bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari pemecahan yang tepat.

6) *Reputation and Credibility*

Kriteria ini termasuk *image-related criteria*. Pelanggan menyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbannya.

Kriteria lain yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan yang meliputi lima dimensi yaitu : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Kerangka pemikiran



Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: H1 = Terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Metode Penelitian

Lokasi penelitiannya adalah Bengkel Motor Ando Tombatu. Penelitian ini dilakukan dengan cara survey dengan pendekatan penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini populasi penelitian mengacuh pada pelanggan yang datang di Bengkel Motor Ando, instrument penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas, serta analisis yang digunakan juga yaitu regresi sederhana, korelasi, determinasi dan uji t.

Hasil dan Pembahasan

Dari frekuensi jawaban responden untuk variabel kualitas pelayanan dapat dilihat bahwa 99 (28,2%) responden menjawab sangat setuju, 260 (74,2%) responden menjawab setuju, 87 (24,8%) responden menjawab ragu-ragu, 24 (6,8%) responden menjawab tidak setuju dan 2 (2%) responden menjawab sangat tidak setuju. Dan dari frekuensi jawaban responden untuk variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat bahwa 89 (17,8%) responden menjawab sangat setuju, 212 (42,4%) responden menjawab setuju, 78 (15,6%) responden menjawab ragu-ragu, dan 19 (3,8%) responden menjawab tidak setuju. Berdasarkan hasil analisis regresi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dilihat dari hasil uji hipotesis (Uji t) yaitu $5,636 > 1,664$ dimana artinya H0 ditolak dan H1 diterima. Pengaruh kualitas pelayanan ini bersifat positif signifikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$

artinya apabila kualitas pelayanan semakin baik hal tersebut akan semakin menimbulkan atau mendorong terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, Besarnya Adjust R Square (R^2) adalah 0,280. Hasil perhitungan statistik ini berarti bahwa kemampuan variabel independent dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen sebesar 28,0%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor-faktor lain diluar model regresi yang dianalisis.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wraeter Boroallo dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada AHASS Motor Makasar Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas suatu data dilihat dari Koefisien Cronbach's Alpha. Hasil analisis atas reliabilitas masing-masing variabel dalam penelitian yang terdiri dari kualitas pelayanan (X), dan kepuasan pelanggan (Y). Item dinyatakan valid dalam uji reliabilitas ditentukan reliabilitinya dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan reliabel
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak reliabel

Tingkat reliabel berdasarkan nilai Alpha :

0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
$\geq 0,20$ s.d 0,40	Agak Reliabel
$\geq 0,40$ s.d 0,60	Cukup Reliabel
$\geq 0,60$ s.d 0,80	Reliabel
$\geq 0,80$ s.d 1,00	Sangat Reliabel

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

<i>Reliability Statistics</i>	
Cronbach's Alpha	N of items
.718	6

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2020)

Pada tabel hasil uji reliabilitas kualitas pelayanan diatas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar dengan jumlah pernyataan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf signifikan 95% dengan jumlah responden $n = 80$, dan $df = n - 2$ ($80 - 2 = 78$) adalah 0,219, dengan demikian nilai *Cronbach Alpha* $0,718 > 0,219 r_{tabel}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel X terbukti reliabel, karena nilai *Cronbach Alpha* = 0,718 berada diantara 0,60-0,80.

Tabel Hasil Uji Reliabilita Kepuasan Pelanggan

<i>Reliability Statistics</i>	
Cronbach's Alpha	N of items
.672	5

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2020)

Pada tabel hasil uji reliabilitas kepuasan pelanggan diatas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar dengan jumlah pernyataan 5 item. Nilai r_{tabel} pada taraf signifikan 95% dengan jumlah responden $n = 80$, dan $df = n - 2$ ($80 - 2 = 78$) adalah 0,219, dengan demikian nilai *Cronbach Alpha* $0,672 > 0,219 r_{tabel}$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel Y terbukti reliabel, karena nilai *Cronbach Alpha* = 0,672 berada diantara 0,60-0,80.

Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variable independent dengan variable dependen. Selain untuk mengetahui arah hubungan kedua variable analisis regresi sederhana juga untuk memprediksi nilai dari variable dependen apabila variable independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Uji Hipotesis (Uji t)

- Berdasarkan hasil diatas menunjukan Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai probabilitas $0,000 < 0,05$, artinya signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Motor Ando Tombatu.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil koefisien determinasi adalah 0,289 yang menunjukan bahwa besarnya peran atau kontribusi variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar .289 atau sebesar 28,9%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji t (parsial)

Rumus uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dalam penelitian ini akan dilihat secara parsial antara variabel pelayanan (X), terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada koesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujinya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau didukung komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer SPSS.

Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian mengenai **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Bengkel Motor Ando Tombatu.**, akan dibahas sebagai berikut : Berdasarkan kategori jenis kelamin banyak pengguna dari laki-laki dengan proporsi 73,75%. Peneliti berpendapat bahwa jenis kelamin laki-laki paling banyak memiliki ketertarikan dalam bidang otomotif. Berdasarkan kategori usia, lebih banyak pengguna dari umur 20-30 tahun dengan proporsi 38,75%. Peneliti berpendapat bahwa pada saat usia 20-30 tahun lebih memiliki proporsi yang tinggi karena rasa ketertarikan akan bidang otomotif yang ada. Berdasarkan kategori pekerjaan dalam penelitian ini mayoritas responden dengan pelajar/mahasiswa dengan proporsi 56,25%. Peneliti berpendapat bahwa rasa ingin tahunya akan bidang otomotif lebih banyak diminati oleh kaum muda pelajar/mahasiswa.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh ahli menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Apabila pelanggan tidak merasa puas akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan. Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Hal ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wrater Boroallo dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada AHASS Motor Makasar Dalam penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Simpulan

Pada penelitian ini peneliti bermaksud untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Adapun hasil yang didapat setelah menyelesaikan seluruh pengujian sebagai berikut :

1. Dari hasil uji hipotesis, bahwa nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan sebesar 5,636 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari 1,664 maka H1 diterima yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Besarnya Adjust R Square (R^2) adalah 0,280. Dari hasil perhitungan statistiknya dapat diambil kesimpulan bahwa kemampuan variabel independent dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen sebesar 28,0%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor-faktor lain diluar model regresi yang dianalisis.
3. Dari hasil analisis regresi, pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikansi dengan nilai sif 0,000. Dimana artinya apabila variabel kualitas pelayanan semakin baik maka akan menimbulkan atau mendorong kepuasan dari pelanggan.

Referensi

- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka cipta. 2010
- Fandy, Tjiptono. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta 2011
- Hasan, Iqbal. *Analisis data penelitian dengan statistik*, Jakarta: Aksara, 2009. Hermawan, Agus. *Komunikasi pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2012
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan dan pendidikan*. Bandung 2014.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2010
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran*, Erlangga, 2009. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran*, indeks 2007.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian dengan statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Moenir, H.A.S. *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Morissan, *Periklanan, komunikasi, Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2010.

- Mundir. “ *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada toko mitra nelayan tanara serang banten)*”. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2015. Dipublikasikan
- Noor, Juliyansyah. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Priyatno, Duwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi, 2014.