

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang

Believe Yosia Lumoindong
JV Mangindaan
Danny S Mukuan

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

ABSTRACT. *This research is tested to determine the effect of service quality on customer satisfaction at pt. The central eternal desire of yamaha malalayang. In this study using a quantitative approach, with a sample of 50 respondents. In this study, researchers took samples from 127 people who were recorded as a population using sampling techniques based on chance. The data analysis used is quantitative or statistical. Data that has been qualified for analysis is processed with the SPSS17 program. From testing, it was found that, Service Quality has a positive and significant effect on customer satisfaction.*

Keywords : *Service Quality and Customer Satisfaction.*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di pt. Hasjrat abadi sentral yamaha malalayang. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sampel sebanyak 50 responden. Pada penelitian ini peneliti mengambil sampel dari 127 orang yang terdata sebagai populasi dengan menggunakan teknik *insidental sampling*. Analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif atau statistik. Data yang telah memenuhi syarat untuk dianalisis, diolah dengan regresi liniersederhana Dari pengujian ditemukan bahwa, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.*

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini menuntut perusahaan untuk semakin gencar dalam pemasarannya untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Hal ini menuntut perusahaan untuk semakin kreatif dalam menjalankan kegiatan usahanya. Era ini ditandai dengan semakin berkembangnya berbagai produk maupun jasa yang disertai inovasi baru. Berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan perusahaan serta memuaskan kebutuhan pelanggannya. Menyadari hal itu, jelas bahwa pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan mendapatkan laba serta memperkuat posisi dalam menghadapi perusahaan pesaing. Strategi bisnis yang tepat

dalam perusahaan akan berdampak sangat besar pada kesuksesan perusahaan dalam menjalankan prosedur kinerja yang sesuai dengan target yang akan dicapai.

Kualitas pelayanan yang baik adalah upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen 3 harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa yang akan datang. Upaya peningkatan mutu pelayanan akan sangat efektif apabila peningkatan mutu pelayanan merupakan tujuan sehari-hari, mulai dari pimpinan puncak

atau direktur sampai dengan para pelaksana pelayanan atau karyawan.

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan 4 merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut. Widodo dalam Wedarini (2012:28) menyatakan bahwa seseorang yang kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut dapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas.

Kepuasan pelanggan tidak hanya bisa diraih dengan kualitas pelayanan saja, akan tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan konsumen. (Zeithmal dan Bitner, 2003) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas layanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk, harga, faktor situasi, dan faktor pribadi dari pelanggan. Sehingga dengan adanya faktor-faktor tersebut dapat membuat pebisnis berfikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik.

PT Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang Manado merupakan perusahaan yang menghasilkan motor merek. Dalam perkembangannya di dunia persaingan motor perusahaan gencar melakukan sebuah program standar kualitas layanan yang baik sehingga menciptakan word of mouth sebagai sarana komunikasi yang paling utama kepada calon konsumen, agar penjualan yang telah direncanakan dapat berlangsung dengan lancar dibidang penjualan motor. Untuk dapat menebus pasaran khususnya di wilayah Provinsi Sulawesi Utara Khususnya Di Kota Manado dengan begitu memerlukan berbagai upaya yang bersungguhsungguh dan tepat dalam memanfaatkan potensi dalam suatu perusahaan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah, dapatlah dirumuskan permasalahan penelitian yaitu Apakah Kualitas Pelayanan

berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Hasjrat Abadi Malalayang ?

Adapun Tujuan yang ingin dicapai adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT.Hasjrat Abadi Malalayang.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011 : 164), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen dan dapat juga diartikan sebagai alat ukur untuk melihat tingkat kepuasan tamu atau konsumen (Ardhana, (2010).

Tingkat kepuasan konsumen sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan juga bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Wijaya, 2011:152).

Indikator Kualitas Pelayanan

Beberapa indikator Kualitas Pelayanan yaitu : (1) Berwujud (*Tangible*); (2) Empati (*Emphaty*); (3) Keandalan (*Reliability*); (4) Keresponsifan (*Responsiveness*); (5) Keyakinan (*Assurance*)

Kepuasan Pelanggan

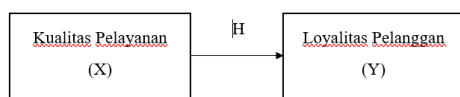
Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh (Fandy Tjiptono (2011) kepuasan

konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Menurut (Kotler dan Keller, 2009) kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Oxford Advanced Learner's Dictionary Tjiptono dan Chandra, (2011) mendeskripsikan kepuasan sebagai *“the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen”* and *“the act of fulfilling a need or desire”*. Dari pendapat diatas, dapat diartikan bahwa kepuasan adalah perasaan menyenangkan yang dimiliki saat mendapatkan sesuatu atau ketika sesuatu yang diinginkan terjadi dan aksi terpenuhinya kebutuhan dan keinginan.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Adapun Indikator Kepuasan Pelanggan yaitu : (1) Membeli lagi; (2) Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya; (3) Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing; (4) Membeli produk lain dari perusahaan yang sama; (5) Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan



Gambar 1 Kerangka berfikir

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah: Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Hasjrat Abadi Malayang.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian ini dilakukan pada PT. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malayang Manado. Pengenalan lokasi ini dimaksudkan

agar memberi kemudahan untuk pengenalan lingkungan yang berhubungan dengan subyek penelitian. Berdasarkan metode dan teori yang ada maka pendekatan menggunakan metode penelitian 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.

Besaran populasi pada penelitian ini berjumlah 127 orang yang terdata data dalam pengunjung pelanggan selama 1 bulan sampel dalam penelitian ini adalah sampling jenuh dan penentuan sampel adalah seluruh populasi yaitu sebanyak 50 konsumen.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang dilakukan berdasarkan metode pengumpulan data kuisioner dan observasi. Metode yang digunakan dalam studi ini berdasarkan kuisioner (angket). Karena penelitian ini adalah penelitian bersifat kuantitatif maka data yang diperoleh dari responden lewat kuisioner dikodekan sesuai dengan skala Likert satu sampai lima dan kemudian ditabulasi dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan langkah-langkah sebagai berikut: Uji Vliditas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Uji t (Uji Parsial). Diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas menggunakan koefisien korelasi pearson. Jika nilai korelasi di atas nol koma tiga atau memiliki tanda bintang dua mengindikasikan Instrumen yang digunakan telah valid.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	Thitung	Ttabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.800	0.279	Valid
Kepuasan Pelanggan	0.717	0.279	Valid

Sumber: Olahan Data 2021

Berdasarkan data di atas dari keseluruhan pengujian terhadap Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) terlihat jelas bahwa

nilai r hitung pada variabel (X) nol koma nol nol delapan lebih besar dari nilai r tabel nol koma dua tujuh sembilan, dan nilai r hitung variabel (Y) sebesar nol koma tujuh satu tujuh lebih besar dari nilai r tabel nol koma dua tujuh sembilan. Maka kedua variabel dikatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan koefisien alpha cronbach. Jika nilai alpha di atas nol koma enam mengindikasikan instrumen yang digunakan telah reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

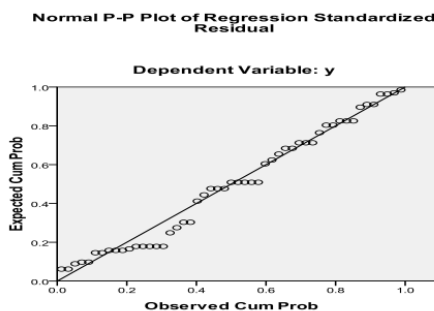
Variabel	Jumlah item pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	14	0.877	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	8	0.805	Reliabel

Sumber: Olahan data, 2021

Berdasarkan data pada tabel 2 di atas, hasil *Cronbach's Alpha* variabel kualitas pelayanan adalah nol koma delapan tujuh tujuh, *Cronbach's Alpha* variabel kepuasan pelanggan adalah nol koma delapan nol lima. Kedua variabel ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, sehingga kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Gambar 1
Hasil Uji Normalitas



Dari Gambar 3 di atas menunjukkan bahwa grafik *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai tolerance dan VIF. Apabila nilai toleransi di atas nol koma satu dan nilai VIF di bawah sepuluh maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.229	.809		3.992	.000		
Kualitas Pelayanan	.710	.074	.857	9.623	.000	.536	1.864

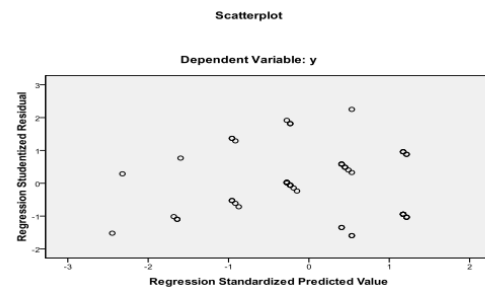
a. Dependent Variable: *Revisit Intention*
Sumber : olahan Data, 2021.

Dari tabel di atas terlihat bahwa semua dimensi yaitu Kualitas Pelayanan mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain

Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas



Dari Gambar 2 di atas grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heterokedastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka nol pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi lima puluh delapan tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel Kepuasan Pelanggan.

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4 Analisis Koefisien Korelasi

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.793
	Sig (2-tailed)		.000
	N	50	50
Y	Pearson Correlation	.793	
	Sig (2-tailed)	.000	
	N	50	50

Berdasarkan tabel 3, nilai koefisien korelasi variabel Kualitas Pelayanan 0,793 dengan mengacu pada pedoman nilai koefisien korelasi, maka tingkat hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berada pada tingkat hubungan yang kuat, dan bersifat positif. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, dan sebaliknya semakin tinggi kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi pula kualitas pelayanan.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a				
Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Standart Error	T hitung	Probabilitas Signifikan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.857	0.074	9.623	0.000
Konstanta	3.229			
Koefisien Korelasi	1.864			
R ²	0.796			
Uji F	93.454			
α	0.05			
Jumlah Sampel N	50			

Sumber : Olahan Data, 2021.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui nilai konstanta adalah tiga koma dua dan kualitas pelayanan adalah nol koma delapan lima tujuh. Memperoleh :

$$Y = 3.229 + 0.857X + e$$

Pada persamaan regresi yang ada diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien yang positif, artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6 Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.892 ^a	.796	.787	.539	1.756

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Revisit_Intention

Sumber : Olahan Data, 2021.

Angka R Square (koefisien determinasi) adalah nol koma tujuh sembilan enam. Hal ini berarti tujuh puluh sembilan koma enam persen besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, sementara sisanya dua puluh koma empat persen (seratus persen dikurangi tujuh puluh sembilan koma enam persen) disebabkan oleh faktor-faktor yang lain di luar variabel Kualitas Pelayanan.

Hasil pengujian hipotesis

Uji t-test Statistic (Uji Parsial)

Tabel 4 Hasil Uji t-test Statistic

Model	T	Sig.
1 (Constant)	3.306	.000
Kualitas Pelayanan	9.623	.000

persamaan regresi.

Sumber : Olahan Data, 2021.

Dari hasil uji t pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Pengendalian Internal signifikansi p-value sembilan koma enam dua tiga lebih besar dari dua koma nol nol delapan, maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan menolak H0 atau Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang. Pengujian hipotesis pada analisis menggunakan kaidah pengujian t-tes.

Berdasarkan data yang telah diperoleh dalam penelitian ini, dan setelah dilakukan olah data dengan menggunakan program regresi linier sederhana peneliti memperoleh hasil sebagai berikut.

Pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga Ho yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara dimensi Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan ditolak. Maka secara parsial dimensi Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Untuk setiap perubahan dari Kualitas Pelayanan yang indikatornya (Berwujud (Tangible), Empati, Keandalan, Keresponsifan. Keyakinan) akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti semakin baik Kualitas pelayanan yang

meliputi empat indikatornya akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, berarti wujud dari kualitas pelayanan dari perusahaan melakukan respon yang cepat terhadap keinginan pelanggan sehingga pelanggan merasakan keinginan untuk melakukan pembelian ulang.

Penelitian Terdahulu

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Agus Saputra (2017) dengan judul pengaruh profesionalisme kerja pegawai terhadap kepuasan pelanggan Kantor Cabang PT TASPEN Manado. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa dalam penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif enam puluh tiga antara variabel profesionalisme kerja karyawan dengan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini juga sejalan dengan Febrina Rosinta (2011) dengan judul pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Dimana terdapat pengaruh antara kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI.

Simpulan

Dari hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut: Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Cabang Malalayang Manado.

Referensi

Ardhana, O. (2010). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi

Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang). Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Aryani, D., & Rosinta, . (2011). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *BISNIS & BIROKRASI : Jurnal Administrasi dan Organisasi*, 17(2),3.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Kotler, P Dan Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, P., Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.

Saladin, D. (2006). *Manajemen Pemasaran* Edisi Keempat. Bandung: Linda

Swastha, B. (2005). *Manajemen Penjualan* Cetakan Ke-duabelas. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan

Ketiga belas. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Tamrin, A. S., Rumapea, P., & Mambo, R. (2017). Pengaruh Profesionalisme Kerja Pegawai Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Kantor PT. Taspem Cabang Manado. *Jurnal Administrasi Publik*,3(046).

Tjiptono, F. (2008). *Service management* Mewujudkan layanan Prima Edisi Kedua. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tjiptono, F. 2011. *Service Management* Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi