

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL MOBIL IIN JAYA PEKANBARU

Oleh :

Nova Syafrina, Fran Mikail Pasaribu

Dosen, Mahasiswa STIE Riau

Jl. HR. Subrantas KM 12 Telp (0761) 63237 Fax (0761) 63366

E-mail :nova.syafrina80@gmail.com

***Abstract** :This research was carried out to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Iin Jaya Pekanbaru car repair shop. The sample in this research was all 95 customers. Samples were taken from 95 people using the Slovin formula with an accidental sampling technique. Data analysis in this research uses descriptive and quantitative analysis methods. From the descriptive analysis, it was found that the respondents' response to the Service Quality variable statement was an average of 3.93 (Agree). Furthermore, the respondents' responses to the Customer Satisfaction variable statement were an average of 3.95 (Agree). The results of simple linear regression research in this study were $Y = 28.645 + 0.470$. By using the t test, the ttable value was obtained at 1.985 and the tcount value was 4.850, meaning $tcount = 4.850 > ttable = 1.985$, which means that service quality influences customer satisfaction at the Iin Jaya Pekanbaru car repair shop with a large influence of 20.2%*

PENDAHULUAN

Persaingan usaha saat ini semakin ketat, karena banyaknya pilihan produk atau jasa pelayanan yang muncul dipasaran sebagai pilihan bagi seorang konsumen. Hingga pelaku bisnis dituntut untuk kreatif, inovatif dan mampu mengikuti perkembangan yang ada agar tidak kalah bersaing. Fokus pada pelanggan adalah keharusan untuk melayani lebih baik dan melakukan perbaikan terus-menerus.

Persaingan ini juga sangat terasa pada usaha bengkel sepeda mobil roda dua, karena industri otomotif jenis sepeda mobil ini mengalami kemajuan yang begitu cepat dengan segala variasi dan jenis dan pilih *brand* yang beragam dan sudah tentu menawarkan berbagai keunggulan. Semakin banyaknya masyarakat yang membeli sepeda mobil, maka menjadi peluang bagi usaha bengkel mobil.

Usaha bengkel sepeda mobil di sepanjang jalan Kubang raya Kabupaten Kampar semakin ramai dan bersaing secara ketat. Hingga tawaran Kualitas pelayanan yang prima membuat pelanggan menjadi puas atas kinerja bengkel tersebut. Perasaan

senang dan kecewa seorang pelanggan merupakan hasil dari perbandingan atas pelayanan suatu bengkel dari waktu ke waktu. Selain juga membandingkan pelayanan yang dilakukan oleh pesaing.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Ikatan seperti ini sangat memungkinkan perusahaan dapat memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan seorang konsumen. Dengan demikian perusahaan berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam bentuk meningkatkan rasa senang pelanggan atas pelayanan yang diberikan perusahaan dan meminimalkan situasi yang kurang menyenangkan atau menghilangkan kekecewaan pelanggan.

Bengkel Iin Jaya Ban merupakan suatu bentuk usaha yang bergerak di bidang perdagangan dan jasa yaitu perbaikan mobil. Bengkel Iin Jaya terbentuk pada tanggal 21 Agustus 2013. Bapak Faisal Islami SH., M.Kn adalah pemilik Bengkel Iin Jaya Ban ini. Dalam kegiatan berdagangnya, Bengkel

Iin Jaya menjual beberapa spare part, ban - ban, baik ban dalam maupun luar. Untuk oli

dan beberapa spare part bisa dijual secara retail.

Tabel 1
Jumlah Sumber Daya Manusia Bengkel Mobil Iin Jaya Ban
Tahun 2019 – 2023

No	Uraian SDM	2019	2020	2021	2022	2023
1	Kepala Bengkel/Pemilik	1	1	1	1	1
2	Kasir	2	2	2	2	2
3	Kepala Mekanik	1	1	1	1	1
4	Mekanik	6	6	4	3	5
5	KeeperPart	1	1	1	1	1
	Jumlah	11	11	9	9	10

Sumber: Bengkel Mobil Iin Jaya Ban, 2024

Tabel 1 diatas menjelaskan bahwa jumlah sumber daya manusia yang terlibat dalam kegiatan bisnis Bengkel Mobil Iin Jaya. Saat ini ada 5 mekanik dan satu kepala mekanik. Berarti, ada enam mobil yang dapat dikerjakan dalam waktu yang bersamaan. Sementara *keeper part* merupakan mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan dan mencatat kerusakan atau jenis service

yang dimaksud pelanggan. Dengan rata-rata pelanggan yang berhasil dilayani mencapai 40 unit mobil.

Selanjutnya dapat kita lanjutkan pada tabel 2 yaitu Fasilitas Bengkel yang berhubungan pelayanan agar kepuasan pelangganmeningkat dan diharapkan akan menggunakan jasa serviceberikutnya. Tabel ini tentangFasilitas yang tersedia yaitu:

Table2
Fasilitas Bengkel Mobil Iin Jaya Ban

No	Fasilitas	Unit	Kondisi/Keterangan
1	Gedung	2 Ruko 2 lantai	Baik
2	Area Parkir	9 x 16 meter	Luas
3	Ruang Tunggu	Ada. 1 kursi panjang	Hanya dapat ditempati oleh 3 orang.
4.	Kipas Angin	Ada 1	Tapi tidak ada khusus untuk pelanggan
5.	Tempat Ibadah	Ada	Asumsi service tidak terlalu lama
6.	Toilet	1 ruangan	Kurang Bersih
7	Meja admin	2 unit	

Sumber: Bengkel Mobil Iin Jaya Ban, 2024

Dari tabel ini dapat menjelaskan bahwa fasilitas yang ada di bengkel ini belum lengkap dan perlu perbaikan lebih lanjut. Ruang tunggu yang memenuhi standar.

Perbaikan toilet tertama kebersihan dan jumlahnya misalnya menjadi 2. Berikut tabel target dan realisasi dalam lima tahun terakhir:

Table 3
Jumlah Pelanggan Bengkel Mobil Iin Jaya Tahun 2019-2023

No	Tahun	Target	Realisasi
1	2019	2.000	2.346
2	2020	1.700	1.808
3	2021	1.700	1.836
4	2022	2.500	2.213
5	2023	2.500	1.846

Sumber: Bengkel Mobil Iin Jaya Ban, 2024

Pada tabel diatas terlihat bahwa jumlah pelanggan mobil yang service pada bengkel ini mengalami naik turun, terutama tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 929 dan tahun 2019 mengalami kenaikan dan melampaui target, namun saat 2020 dan bersamaan dengan pandemi covid 19, jumlah pelanggan mengalami penurunan dratis dan tahun 2021 mulai bangkit lagi dan bergerak

naik menjadi 881 pelanggan yang service rutin dibengkel ini.

Tidak semua pelanggan dapat mengungkapkan keluhan secara lugas dan terbuka maka secara rutin Kepala Bengkel membagikan kertas saran kepada pelanggan setiap awal bulan selama dua hari untuk menangkap keluhan yang akan disampaikan sebagai masukan bagi pemilik. Berikut ini dapat dilihat disusun menjadi.

Tabel 4
Keluhan Pelanggan Bengkel Mobil Iin Jaya Ban 2023

No	Jenis Keluhan	Jumlah
1	Mekanik yang kurang tepat memperkirakan kerusakan mobil.	35
2.	Pelayanan yang kurang ramah	31
3.	Biaya service yang tinggi	25
4.	Mekanik yang kurang disiplin dalam bekerja	23
5.	Lambat merespon keluhan pelanggan	37
6.	Ruang tunggu kurang nyaman	40
7.	Toilet kurang bersih	43

Sumber: Bengkel Mobil Iin Jaya Ban, 2024

Dari tabel diatas bahwa keluhan pelanggan sebagian besar pada soal pelayan yang kurang ramah dan mekanik yang kurang tepat memperkirakan kerusakan mobil, hingga berdampak pada penambahan biaya yang tanggung konsumen. Sedangkan harga menjadi keluhan yang terkecil jumlahnya.

Dari masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mobil Iin Jaya Ban.”

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen adalah ilmu atau seni yang mengatur tentang pemamfaatan sumber daya yang ada didalam perusahaan melalui fungsi-fungsi manajemen secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan/organisasi, baik instansi pemerintah maupun swasta. Secara umum, manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan seseorang dalam mengatur kegiatan yang dikerjakan individu atau kelompok. Sistem atau manajemen harus dilakukan untuk memenuhi target yang akan dicapai oleh individu atau kelompok tersebut

dalam sebuah kerjasama dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada..

Menurut Djaslim S (2018:2), Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, dan pendistribusian barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Winardi berpendapat bahwa pengertian manajemen pemasaran adalah proses pengambilan keputusan, perencanaan, pengawasan aspek-aspek pemasaran suatu perusahaan sehubungan dengan konsep pemasaran, di dalam suatu sistem pemasaran.

Konsep marketing atau konsep pemasaran merupakan strategi pemasaran yang dibangun atau dibuat bagian pemasaran pada sebuah perusahaan. Tujuannya, untuk membangun hubungan yang menguntungkan antara *brand* dengan pelanggan yang ditargetkan.

Konsep produksi adalah salah satu faktor tertua yang menjadi fokus pemasaran dan mengarahkan pelanggan untuk menyukai

produk yang ditawarkan, serta memastikan produk tersedia secara luas. Jika perusahaan fokus pada faktor ini, maka perusahaan akan mempersempit kendali atas operasional mereka sendiri dan kehilangan tujuan sebenarnya. Dalam beberapa kasus, konsep produksi dapat menyebabkan *myopia* pemasaran. Sebab, manajemen berfokus hanya pada peningkatan efisiensi produksi dan distribusi untuk memenuhi permintaan pelanggan saja.

Konsep penjualan didasarkan pada ide pelanggan tidak akan membeli produk perusahaan dalam jumlah banyak tanpa upaya periklanan dan penjualan berskala besar. Dalam konsep ini, manajemen lebih mementingkan membuat kesepakatan perdagangan dibandingkan dengan membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan. Tujuan dari konsep penjualan ini lebih kepada aktivitas menjual apa pun yang dibuat perusahaan daripada mengikuti permintaan pasar.

Pada konsep pemasaran atau *marketing concept*, pencapaian tujuan organisasi atau penjualan tertuju pada pemahaman kebutuhan dan keinginan pasar yang menjadi target *market*. Perusahaan yang menggunakan konsep ini ingin memberikan kepuasan pelanggan dan menjadi perusahaan yang lebih baik dari kompetitor.

Jika Anda menginginkan konsep pemasaran yang tak hanya berorientasi pada kepuasan pelanggan, namun juga memperhatikan manfaatnya bagi orang lain, konsep pemasaran sosial ini cocok untuk Anda.

Kualitas Pelayanan

Kualitas didefinisikan dengan gambaran karakteristik langsung dari suatu produk, seperti performansi, keandalan, kebuduhan dalam penggunaan, estetika dan sebagainya. Dalam era Globalisasi, secara strategik kualitas didefinisikan sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (*Meeing the needs of costumers*). Keunggulan suatu produk terukur melalui tingkat kepuasan konsumen. Karakteristik sistem kepuasan modern di

dirikan dalam 5 aspek yaitu : beroriental pada pelanggan, adanya partisipasi yang tinggi yang dipimpin oleh manajemen puncak, adanya pemahaman semua orang terhadap tanggung jawab spesifik untuk berkualitas, adanya aktivitas yang berorientasi pada tindakan pencegahan kerusakan dan adanya suatu filosofi yang dianggap bahwa kualitas merupakan jalan hidup. (Ariasi,2016)

Disimpulkan bahwa kualitas merupakan ukuran yang dijadikan konsumen sebagai alat untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Kualitas merupakan mutu serta kondisi dari produk atau jasa yang akan digunakan oleh konsumen. Mutu dari produk atau jasa tersebut akan menjadi pertimbangan konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan para konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan factor penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan meningkatkan kepuasan konsumen maka akan berdampak pada kesetiaan atau loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Bila badan usaha dapat memberikan layanan yang memuaskan konsumen maka akan meningkatkan volume penjualan badan usaha tersebut.

Menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan yang 9 telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya mediated oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Indikator Kualitas Pelayanan Menurut Kotler dan Keller (2016 : 284), mengemukakan terdapat lima indikator kualitas pelayanan antara lain:

- a. Keandalan (*Reliability*) Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang

- dijanjikan, terpercaya, akurat serta konsisten.
- b. Ketanggapan (*Responsiveness*) Ketanggapan adalah suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan ke pelanggan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan pelanggan.
 - c. Jaminan (*Assurance*) Jaminan adalah mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.
 - d. Empati (*Empathy*) Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
 - e. Berwujud (*Tangibles*) Berwujud adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung, Kotler dan Armstrong dalam Indrasari (2019:61). Selanjutnya menurut Lupiyodi dalam Indrasari (2019:62) "Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Dari pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan

Menurut Kotler (2018:288), Beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan:

- a. *Complain and suggestion* (Sistem keluhan dan saran), pemanfaatan sistem keluhan dan saran ini berfungsi untuk memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dengan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

- b. *Customer satisfaction surveys* (Survey kepuasan pelanggan), bertujuan untuk mendeteksi komentar pelanggan, survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta untuk mengisi angket.
- c. *Ghost shopping* (Pembeli bayangan), dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli perusahaan lain atau keperusahaannya sendiri. pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan dan melayaninya. juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen.
- d. *Lost customer analysis* (Analisa pelanggan yang lari), langganan yang hilang, maka akan dicoba untuk dihubungi hal ini bertujuan untuk mengungkapkan kenapa mereka berhenti, pindah perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang lambat untuk diatasi. dari kontak semacam ini maka akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki sendiri agar tidak ada lagi langganan yang lari dengan meningkatkan kepuasan mereka.

Menurut Pratiwi (2014:5) dalam Rivai dkk (2019), indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen diantaranya:

- a. Keinginan/harapan konsumen untuk tetap menggunakan jasa. Tingkah laku dari konsumen, dimana dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memperbaiki suatu produk dan jasa.
- b. Keinginan konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain. Perilaku konsumen membeli barang/jasa yang ditawarkan yang dibutuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur sebagai tambahan mereka mendorong teman-teman mereka yang lain agar membeli barang/jasa tersebut.
- c. Puas atas kualitas pelayanan yang diberikan. Perilaku konsumen untuk mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan

Menurut Fandi Tjiptono (2018:428), Yang dikutipnya dari beberapa pakar

mengemukakan beberapa strategi kepuasan pelanggan berikut.

- a. *Strategi Superior Customer Service*, menciptakan pelayanan yang superior untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, namun strategi ini tentunya harus memiliki usaha yang gigih serta dana yang lumayan besar.
- b. Strategi pemasaran berupa Relationship Marketing, yaitu transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual yang berkelanjutan, tidak kemitraan dengan pelanggan secara terus-menerus.
- c. Strategi unconditional guarantees, strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan.
- d. Strategi penanganan keluhan yang efisien, penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas ada empat aspek penanganan keluhan yang penting, yaitu sebagai berikut.
 - 1) Empati terhadap pelanggan yang marah
 - 2) Kecepatan patan dalam penanganan keluhan
 - 3) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan.
 - 4) Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan.
- e. Strategi peningkatan kinerja perusahaan, meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, dan *public relation* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan.
- f. Menerapkan, yaitu praktik untuk merancang proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menerjemahkan kebutuhan pelanggan sehingga sesuai dengan yang dihasilkan organisasi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen yang semakin diyakini sebagai kunci sukses pemasaran jasa, tidak bisa dipisahkan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Dengan kata lain, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap pencapaian kepuasan konsumen.

Menurut Abdullah Dan Tantri (2013;43) ada hubungan erat antara kualitas barang dan jasa dengan kepuasan konsumen serta profitabilitas perusahaan. kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi dan sering biaya lebih rendah, selanjutnya menurut Parasuraman dalam Tugiat (2014;120) Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa akan mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat dalam memanfaatkan pelayanan yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang, tinjauan pustaka dan rumusan masalah serta didukung oleh teori – teori yang telah di uraikan diatas. Maka penulis merumuskan hipotesis “Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Iin Jaya Ban”.

METOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian di laksanakan di Pelanggan Pada Bengkel Mobil Iin Jaya Ban jalan lintas sumatera nomor. KM. 19 Kelurahan Sialang Rampai Kec. Tenayan Raya Kota Pekanbaru kode pos: 28285.

Jenis dan sumber data yang penulis perlukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a) Data primer adalah data sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2020:296). Data primer ini berupa data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari objeknya. yang mana data primer disini diperoleh melalui pengamatan langsung dilapangan dan hasil penyebaran kuesioner yang menjadi sampel berupa data.

b) Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2020:296). Data sekunder dari penelitian ini yaitu sumber data penelitian secara tidak langsung melalui media perantara dan sudah diolah. Data ini diambil dari data-data yang telah dimiliki oleh pihak terkait.

Adapun populasi penelitian ini adalah konsumen Pada Bengkel Mobil Iin Jaya pada tahun 2023 yang berjumlah 1.846, selanjutnya angka tersebut disederhanakan dengan rumus *Slovin* sehingga berjumlah 94,8 responden digenapkan menjadi 95 responden.

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Observasi, merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat data dekat kegiatan yang dilakukan.

Wawancara, digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit kecil.

Kuisisioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.

Metode analisis data dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif.

Metode analisis deskriptif yaitu metode analisa yang menggambarkan penemuan-penemuan yang disajikan dalam bentuk table yang telah disesuaikan dengan daftar pertanyaan yang ada hubungannya dengan penelitian dan dikelompokkan dalam yang terdiri dari karakter responden. Adapun pengisian kuisisioner dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert

Metode Kuantitatif menurut Sugiyono (2018:16), Adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data

menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Uji instrument penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas. Menurut Sugiyono (2018:175), Hasil penelitian dikatakan valid apabila ada kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Uji validitas merupakan uji instrument data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, Hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkapkan suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan tujuan untuk mengungkapkan sesuatu.

Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya. Kehandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang pada sampel yang berbeda. Apabila suatu alat ukur digunakan berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut dianggap handal (*reliable*). Sebaliknya bila alat ukur digunakan berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh tidak konsisten, maka alat ukur dianggap tidak *reliable*.

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini merupakan salah satu syarat untuk melakukan analisis regresi linier sederhana. Pengujian normalitas menurut Duwi Priyatno (2014, 69-79), Dapat dilakukan dengan dua metode uji dalam program SPSS yaitu Metode Lilliefors dan Metode One Sample Kolmogorov-Smirnov.

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara variabel independen terhadap variabel independen dan untuk memprediksi atau meramalkan suatu nilai

variabel independen berdasarkan variabel independen. Maka analisis yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) adalah dengan rumus sebagai berikut:

Dimana:

$$Y = a + bX$$

Selanjutnya peneliti melakukan Uji Hipotesis yang meliputi uji t untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). dan uji koefisien determinasi atau *R Square* (R^2) seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang ditunjukkan dalam angka persentase.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 95 orang. Dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05, maka

didapat r_{tabel} sebesar 0,204. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Jika sebaliknya $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan data yang terkumpul dari tabel responden maka terdapat 10 pernyataan untuk variabel X dan 12 pernyataan untuk variabel Y. Hasil analisis item diperoleh bahwa nilai R hitung $>$ R table (0,204), maka disimpulkan semua pernyataan dan kuisisioner yang diberikan kepada responden dinyatakan Valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut Sekaran dalam Dwi Priyatno (2008:26), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada item pernyataan setiap Variabel.

Tabel 5
Tabel Uji Reliabilitas Pada Setiap Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan (X)	0,871
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,879

Sumber: Data Primer 2024 yang diolah

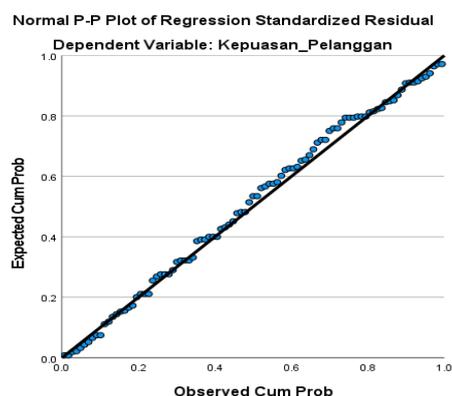
Dari tabel 5 dapat dilihat bahwa *cronbach's alpha* pada Variabel X dan Y diatas 0,6, hal ini berarti reliabilitas baik (reliable).

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Berikut adalah hasil uji normalitas pada SPSS.

Dari gambar 5.1 dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan

Gambar 1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Primer 2024 yang diolah.

mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara

variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.645	3.851		7.438	.000
	Kualitas_Pelayanan	.470	.097	.449	4.850	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Data Primer 2024 yang diolah

Dari tabel 5.31 diatas dapat dilihat hasil regresi linear sederhana yaitu: $Y = 28,645 + 0,470X$. Dari hasil data tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 28,645 artinya jika Kualitas Pelayanan (X) bernilai 0, maka Kepuasan PelangganKonsumen (Y) masih memiliki nilai sebesar 28,645.

b. Koefisien regresi Variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 0,470, artinya jika Kualitas Pelayananmengalami kenaikan 1 satuan, maka Kepuasan PelangganKonsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,470 satuan.

Uji t

Tabel 7
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.645	3.851		7.438	.000
	Kualitas_Pelayanan	.470	.097	.449	4.850	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Data Primer 2024 yang diolah

Dari tabel 5.33 dapat dilihat bahwa hasil perolehan uji t menunjukkan t_{hitung} sebesar $4,850 > t_{tabel}$ 1,985 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini

berarti Kualitas Pelayananmemiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Bengkel Mobil Iin Jaya Ban.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.449 ^a	.202	.193	4.499

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Data Primer 2024 yang diolah

Dari tabel 5.32 dapat dilihat bahwa nilai R 0,449. Hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan(X) memiliki hubungan yang kurang erat terhadap Kepuasan Pelanggan

Konsumen. Sedangkan nilai R square sebesar 0,202, hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan(X) memberikan sumbangan pengaruh terhadap Kepuasan

Pelanggan Konsumen sebesar 20,2% dan sisanya 79,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Contohnya: motivasi, kompensasi, semangat kerja, lingkungan kerja, dan lain-lain.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis pada uraian sebelumnya mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mobil Iin Jaya Ban, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Dilihat dari perhitungan uji-t, t_{hitung} (4,850) lebih besar dari t_{tabel} (1,985).

Maka disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, jadi hipotesa yang menyatakan ada hubungan yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mobil Iin Jaya Ban dapat diterima.

b. Dilihat dari hasil regresi linear, bahwa R^2 sebesar 20,2%, sedangkan 79,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mobil Iin Jaya Ban.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, 2014, Manajemen Pemasaran Cet.II, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Affandi, P 2018, Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator) Riau Zanafa Publishing
- Alma, Buchari 2018, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Bandung, CV. Alfabeta
- Aria, M, & Ati, I.L. 2018, Tata Kelolan dan Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi PT. BAM, Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan
- Arianto 2018;83, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Dalam menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor; Dalam Jurnal Pemasaran Kompetitif, <http://doi.org/10.32493/jpkpk.vli2.856>
- Arianty, Nel 2016. Manajemen Pemasaran, Medan : Perdana Publishing
- Atmaja Jaka 2018. Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. Jurnal Ecodomica Vol2, No. 1, April 2018
- Atmaja Jaka 2018. Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. Jurnal Ecodomica Vol2, No. 1, April 2018
- Atmoko, T.PH, 2018. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta". Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation, Volume 1, Nomor 2
- Bahri. 2019, Pengantar Kewirausahaan, Yogyakarta :Pustaka Baru Press. Bailia
- J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. Jurnal Embal SSN 2303-1174, Volume 2 Nomor 3, 1768-1780 Basril. Pemilik usaha rumah makan riak danau
- Creswell, John W & J. David Creswell. 2018. Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition. SAGE Publications, Inc
- Darmanto, dan Wardaya, S. 2016. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: deepublish.
- Fahrtira Virdha Noor, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu

- Haromain imam, 2016, Pengaruh Kualitas, Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Z68,Surabaya: vol 5 no 5
- Indrasari, M. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya, Unitomo Press
- Kerlinger. 2017. Asas–Asas Penelitian Behaviour. Edisi 3, Cetakan 7. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Kotler, P dan Amstrong. 2016. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat Jakarta
- Kurniawan, Teuku Reza 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Tabungan Reguler PT. Bank Sahabat Sampoerna Cabang Pekanbaru. Skripsi. STIE Riau
- Laksana, M. F. 2019. Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Prasetio A.2012,Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen, Semarang : Vol 1 No 1
- Priyatno, Dwi. 2014. Mandiri Belajar Analisis Data dengan Spss. Yogyakarta: Mediakom
- Rizki Hanafi. 2020. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk Unit Sigungjung. Skripsi. STIE Riau
- Saladin, Djaslim. 2018, Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya
- Sanusi, Ahmad. 2018. Manajemen Strategi Pemasaran, Bandung : CV. Pustaka Setia
- Sugiyono.. 2018. Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.Alfabeta.