



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BENGKEL MEGA MOTOR HONDA
BOGOR**

SKRIPSI

Dibuat oleh:

Bela Dwi Rahayu

021116058

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

2020

ABSTRAK

BELA DWI RAHAYU NPM 021116058. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mega Motor Honda Bogor. Skripsi Prodi Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan. Di bawah Bimbingan Ketua Komisi Pembimbing HARI MUHARAM dan Anggota Komisi Pembimbing YETTY HUSNUL HAYATI. Tahun 2020.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *Bengkel Mega Motor Honda Bogor* yang mengalami permasalahan terhadap Kualitas pelayanan yang menjadikan pelanggan kurang puas atas kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini diduga terjadi karena belum optimalnya perusahaan dalam membrikan pelayanan yang secara maksimal kepada pelanggan. 1) Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada pada Mega Motor Honda Bogor. 2) Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada Mega Motor Honda Bogor. 3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mega Motor Honda Bogor.

Penelitian ini dilakukan pada Dealer Mega Motor Honda Bogor. Jenis penelitian yang digunakan *Deskriptif eksploratif* dengan sumber data sekunder bersifat *time series*. Metode analisis yang digunakan kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji T, dan uji F dengan menggunakan SPSS versi 23.

Hasil penelitian mengungkapkan fakta bahwa berdasarkan hasil uji t untuk *Tangibles* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. *Reability* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. *Responsiveness* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. *Assurance* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. *Emphaty* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Dan secara silmultan kelimanya berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : *Tangibless, Responsiveness, Reability, Assurance, Emphaty*

©Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, tahun 2020

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BENGKEL MEGA MOTOR HONDA BOGOR**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen Program
Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A.) (Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BENGKEL MEGA MOTOR HONDA BOGOR**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada Hari : Rabu, Tanggal: 27 / Januari / 2021

Bela Dwi Rahayu

021116058

Menyetujui,

Ketua Sidang



(Dra. Sri Hartini, MM)

Ketua Komisi Pembimbing

Anggota Komisi Pembimbing



(Dr. Hari Muharam., SE., MM)



(Yetty Husnul. H., SE, MM)

ii

vi

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penuis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mega Motor Honda” guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada kedua Orang Tua yang selalu mendukung
2. Bapak Dr. H. Bibin Rubini, M.pd. Selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Dr. Hendro Sasongko. AK,MM,CA. Selaku dekan Fakultas Ekonomi.
4. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono. Ak., M.M CA.,Selaku ketua program Studi Manajemen.
5. Bapak Dr. Hari Muraham,Se,.MM Selaku Ketua Komisi Pembimbing
6. Ibu Yetty Husnul Hayati,SE,.MM. Selaku Anggota Komisi Pembimbing
7. Seluruh karyawan Mega Motor Honda Bogor yang telah mengizinkan dan mempermudah proses penelitian.
8. Sahabat-sahabat seperuangan Novita, Bimbi, Alvira, Gita, Ayu, Rohmah, dan teman-teman yang telah mensupport saya dalam menyusun skripsi.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut. Aamiin.

Penulis

Bela Dwi Rahayu

DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HAK CIPTA	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	6
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1. Maksud Penelitian.....	6
1.3.2. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1. Kegunaan Teoritis	7
1.4.2. Kegunaan Praktisi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran,Manajemen Pemasaran dan Konsep Pemasaran	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2. Konsep Pemasaran	9

2.2. Kualitas Pelayanan	13
2.2.1. Pengertian Kualitas	13
2.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	14
2.3. Kepuasan Pelanggan	15
2.3.2. Pengertian kepuasan pelanggan	15
2.3.3. Indikator kepuasan Pelanggan	16
2.4. Penelitian Terdahulu	18
2.5. Kerangka Pemikiran.....	20
2.6. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	22
3.2. Objek, Unit dan Lokasi Penelitian	22
3.2.1. Objek Penelitian.....	22
3.2.2. Unit Penelitian	22
3.2.3. Lokasi Penelitian.....	22
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	22
3.4. Operasional Variabel.....	23
3.5. Metode Penarikan Sampel.....	24
3.6. Metode Pengumpulan Data	25
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3.7. Metode Analisis Data.....	28
3.7.1. Uji Asumsi Klasik.....	28
3.7.2. Uji Normalitas.....	28
3.7.3. Uji Multikolinearitas	28
3.7.4. Uji Heteroskedastisitas	28

3.7.5. Koefisien Determinasi.....	29
3.7.6. Analisa Regresi Linier Berganda	29
3.7.7. Uji T	29
3.7.8. Uji F	30
3.7.9. Uji Koefisien Determinasi	30
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	32
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Dealer Mega Motor Honda Bogor.....	32
4.1.2. Visi dan Misi.....	32
4.1.3. Kegiatan Usaha	32
4.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	33
4.2.1. Struktur Organisasi	33
4.2.2. Uraian Tugas	35
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
4.4. Profil Responden.....	41
4.4.1 Usia Responden	42
4.4.2. Jenis Kelamin Responden	42
4.4.3. Asal Daerah Responden	43
4.4.4. Pekerjaan Responden	44
4.4.5. Kunjungan Pelanggan Dalam Kurun Waktu Selama 3 Bulan	45
4.4.6. Pembahasan.....	46
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	76
4.5.1. Uji Normalitas.....	76
4.5.2. Uji Heterokedasitas	77
4.5.3. Uji Autokolerasi.....	78
4.5.4. Uji Multikolerasi	78
4.5.5. Uji Regresi Linier	79
4.5.6. Uji T	80
4.5.7. Uji F	81

4.5.8. Uji Koefisien Determinasi	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	87
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Dan Market Share Merk Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2016-2018.....	1
Tabel 1.2	Data Peringkat Dealer Motor Honda di Bogor Tahun 2019.....	3
Tabel 1.3	Data Konsumen <i>Service</i> Dealer Mega Motor Honda Bogor 4 Tahun 2016-2018....	4
Tabel 1.4	Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Motor Pada Dealer Mega Motor Honda Bogor....	14
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	23
Tabel 3.2	Daftar Pengunjung <i>Service</i> di Dealer Mega Motor Honda Bogor.....	25
Tabel 3.3	Skala Likert.....	26
Tabel 4.1	produk yang dijual di Bengkel Mega Motor Honda Bogor	33
Tabel 4.2	Keterangan Hasil Uji Reliabilitas Kualitas pelayanan....	36
Tabel 4.3	Keterangan Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	37
Tabel 4.4	Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	38
Tabel 4.5	Hasil Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan.....	39
Tabel 4.6	Keterangan Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan.....	39
Tabel 4.7	Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan	40
Tabel 4.8	Keterangan Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan	41
Tabel 4.10	Usia Responden	42
Tabel 4.10	Jenis Kelamin Responden.....	45
Tabel 4.11	Asal Daerah Responden.....	46
Tabel 4.12	Pekerjaan Responden.....	47
Tabel 4.13	Kunjungan Dalam Kurun Waktu 3 Bulan.....	48

Tabel 4.14	Interval Kualitas Peayanan	61
Tabel 4.15	Hasil Interval Kualitas Pelayanan.....	63
Tabel 4.16	Interval Kepuasan Pelanggan.....	75
Tabel 4.17	Hasil Interval Kepuasan Pelanggan	77
Tabel 4.18	One-Sample Kolmogorov-Sminov Test	78
Tabel 4.19	Model Summary	79
Tabel 4.20	Coefficients	80
Tabel 4.21	Uji Regresi Linier Berganda	81
Tabel 4.22	Uji T.....	81
Tabel 4.23	ANOVA.....	83
Tabel 4.24	Model Summary	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Market Share Merk Sepeda Motor Honda di Indonesia	2
Gambar 1.2 Pencapaian Service Motor Pada Mega Motor Honda Bogor	4
Gambar 2.1 Konstelasi Penelitian	24
Gambar 4.1 Usia Responden.....	44
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	45
Gambar 4.3 Asal Daerah Responden	48
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden	49
Gambar 4.5 Kunjungan Dalam Kurun Waktu 3 Bulan.....	50
Gambar 4.6 Scatterplot.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

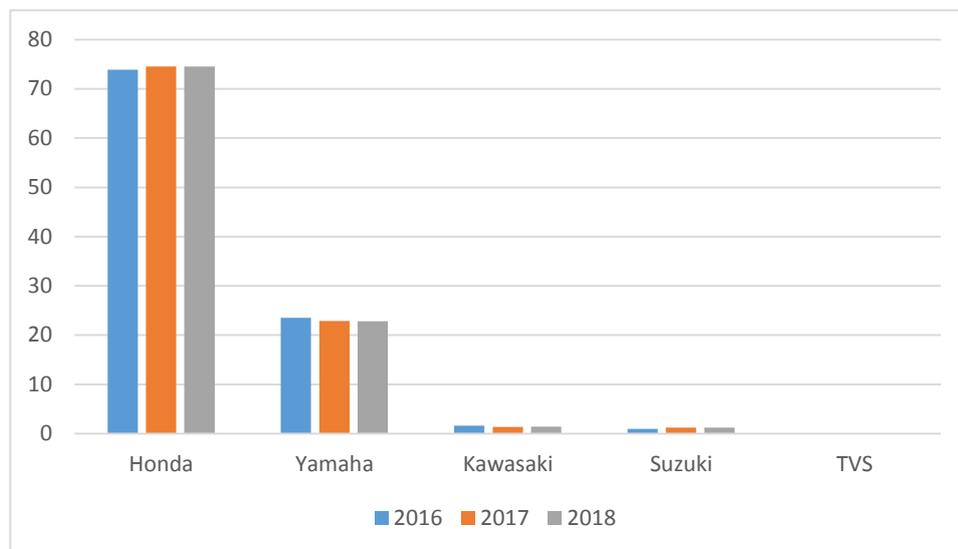
Melihat adanya perkembangan kendaraan otomotif di wilayah Indonesia yang semakin pesat dari jasa *service*. Industri otomotif dapat dijadikan salah satu indikator pertumbuhan ekonomi di satu negara. Tingkat produksi kendaraan roda dua terakhir di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2018 Sehingga kebutuhan perawatannya pun berbanding lurus meningkat.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi sebagai salah satu kebutuhan pokok, sepeda motor menjadi pilihan alternatif konsumen yang paling banyak diminati . Semakin ketat persaingan, perusahaan harus mampu mengatasi atau mengantisipasi datangnya ancaman pesaing, menutupi kesalahan, dan memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang ada, sehingga dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan . Hal ini dibuktikan dari data penjualan sepeda motor Honda di Indonesia.

Tabel 1.1 Data Penjualan dan *Market Share Merk* Sepeda Motor di Indonesia
Tahun 2016 - 2018

No	Brand	Jumlah (2016)	Market Share (2016)	Jumlah (2017)	Market Share (2017)	Jumlah (2018)	Market Share (2018)
1.	Honda	4.380.888 unit	73,86 %	4.385.888 unit	74,51%	4,759,202 unit	74,56%
2.	Yamaha	1.394.078 unit	23,50%	1.348.211 unit	22,90%	1,455,088 unit	22,79%
3.	Kawasaki	97.622 unit	1,65%	78.637 unit	1,34%	89,508 unit	1,40%
4.	Suzuki	56.824 unit	0,96%	72.191 unit	1,23%	78,892 unit	1,23%
5.	TVS	1.873 unit	0,03%	1.176 unit	0,02%	331 unit	0,01%
Jumlah		5.931.285 unit	100,00%	5.886.103 unit	100,00%	6,383,021 unit	100,00%

Sumber : Data primer Triatmono info, 2019.



Gambar 1.1 Tingkat *Market Share* Merk Sepeda Motor di Indonesia

Dari data tabel 1.1 menyatakan *market share* dari tahun 2016 - 2018 selalu mengalami peningkatan dan penjualan merk sepeda motor terbesar di Indonesia presentase *market share* merk Honda pada tahun 2018 sebesar 74,56%, presentase *market share* merk Yamaha sebesar 22,79%, presentase *market share* merk Kawasaki sebesar 1,40%, presentase *market share* merk Suzuki sebesar 1,23%, dan jumlah *market share* merk TVS sebesar 0,01%.

Bengkel umum otomotif menjadi tempat memenuhi kebutuhan tersebut selain bengkel resmi yang telah tersedia. Ada hal yang perlu diperhatikan dalam dunia otomotif salah satunya kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang merupakan faktor penting dalam membuka bisnis bengkel khususnya otomotif. Bila tingkat kepuasan pelanggan menurun, maka dapat dipastikan dalam jangka panjang akan berpengaruh pada tutupnya bengkel tersebut.

Semakin banyaknya perusahaan jasa otomotif, Mega Motor Honda Bogor berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dan memberikan kebutuhan yang diinginkan pelanggan serta menjaga kepercayaan yang sudah diberikan kepada pelanggan. Salah satu pilar utama keberhasilan pelayanan Mega Motor Honda ditentukan oleh kualitas dan semangat kerja sumber daya manusia (SDM) serta manajemen dan kemampuan bekerja sama dalam suatu keutuhan. Jika kinerja Mega Motor Honda dalam memberikan pelayanan kurang memuaskan atau kurang memenuhi kebutuhan bagi konsumen/pelanggannya, maka pelanggan dapat mengalami kekecewaan dan kekecewaan ini dapat berakibat pelanggan Mega Motor Honda berpindah menggunakan perusahaan lain.

Salah satunya pada Mega Motor Honda Bogor, untuk salah satu perwakilan agen motor honda dan pelayanan *service* Selain Mega Motor Honda Bogor yang berada di Bogor Barat, ada juga perusahaan lain yang bergerak di bidang jasa otomotif yang ada di Bogor Barat ,meliputi :

Tabel 1.2. Data Peringkat Bengkel Motor Honda di Bogor Tahun 2018-2019
Berdasarkan Jumlah Unit Yang Terjual

No. Peringkat	Nama Dealer (2018)	Nama Dealer (2019)
1.	Bintang Niaga Jaya	Bintang Niaga Jaya
2.	Catur Putra Jaya	Anugrah Sejahtera
3	Mitra Sehati Jaya	Mitra Sehati Jaya
4	Anugrah Sejahtera	Catur Putra Jaya
5	Guna Motor	Guna Motor
6	Lestari	Lestari
7	Murni Motor	Sanprima Sentosa
8	Sanprima Sentosa	Murni Motor
9	Dharma Makmur Bersama	Dharma Makmur Bersama
10	Kirana Motorindo Jaya	Kirana Motorindo Jaya
11	Mega Motor	Suprajaya Motor
12	Putra Merdeka	Puera Merdeka
13	Suprajaya Motor	Mega Motor
14	Karya Tama	Karya Tama
15	Muni Motor III	Murni Motor
16	Murni Motor	Muni Motor III
17	Murni Motor II	Murni Motor II
18	Harika Prima Sakti	Harika Prima Sakti
19	Kuda Mas	Kuda Mas
20	Pelangi Prima	Pelangi Prima
21	PT. Prima Pinasthika Mustika	PT. Prima Pinasthika Mustika
22	Daya Motor Bogor	Daya Motor Bogor
23	Rina Mitra Raharja	Rina Mitra Raharja
24	Setia Anugrah Motor	Kusuma Sejati Intiprima
25	Daya Motor Cibinong	Daya Motor Cibinong
26	Kusuma Sejati Intiprima	Setia Anugerah Motor

Sumber : Data sekunder Mega Motor Honda, 2019

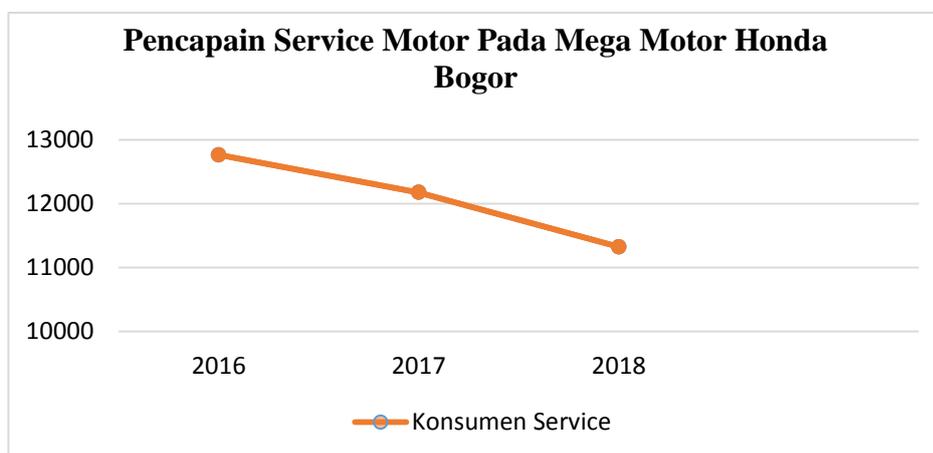
Dari data tabel 1.2 menyatakan bahwa ada 26 *dealer* Honda di wilayah Bogor dan Mega Motor Honda berada di peringkat 13 dari 26 *dealer*. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Mega Motor Honda Bogor merupakan tempat perawatan dan perbaikan motor dan penjualan unit motor Honda yang sering didatangi konsumen setiap hari untuk melakukan *service* motor honda . Berikut ini adalah data mengenai jumlah konsumen *service* yang datang ke Mega Motor Honda Bogor :

Tabel 1.3 Data Konsumen *Service* Mega Motor Honda Bogor Tahun 2016 - 2018

Bulan	Tahun		
	2016	2017	2018
Januari	1135	1078	924
Februari	1010	975	897
Maret	1130	1106	1099
April	1052	961	918
Mei	1080	1077	1027
Juni	1080	853	875
Juli	947	1120	991
Agustus	1090	995	957
September	984	1002	929
Oktober	1106	1034	936
November	1044	934	917
Desember	1104	1040	854
JUMLAH	12,762	12,175	11,324

Sumber : Data sekunder Mega Motor Honda,2019



Gambar 1.2 Pencapaian *Service* Motor Pada Mega Motor Honda Bogor

Dari data konsumen *service* di dealer Mega Motor Honda Bogor menyatakan bahwa dari tahun 2016 - 2018, setiap bulannya mengalami fluktuasi dimana jumlah pelanggan konsumen *service* pada tahun 2016 - 2018 terus mengalami penurunan.

Dealer Mega Motor Honda merupakan salah satu perusahaan yang membuka pelayanan *service* sepeda motor merk Honda .Untuk meningkatkan kepuasan

pelanggan *service* sepeda motor, dealer ini perlu mengetahui bagaimana pelayanan dirinya terhadap pelanggan Motor Honda, karena selama ini dealer belum pernah melakukan penelitian mengenai pelayanan *service* kepada pelanggannya. Selain itu, dalam tiga tahun terakhir yaitu tahun 2016,2017 dan 2018 mengalami penurunan setiap tahunnya sehingga keuntungan yang diperoleh dealer ini kurang maksimal .

Berdasarkan penelitian awal, yang disebar ke 20 responden yang mencangkup pelanggan *service* Mega Motor Honda Bogor, ternyata setelah melakukan penelitian awal hasil menyatakan ternyata masih banyak keluhan dari pengunjung dan hal ini bisa dilihat dengan data berikut ini:

Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Motor Pada Mega Motor Honda Bogor

Reability (Keandalan)		Ya	Tidak	Ya	Tidak
				(%)	(%)
1.	Jumlah Mekanik sebanding kendaraan yang di service	7	13	35	65
Responsiveness (Daya Tanggap)					
2.	Adanya penjelasan tentang kualitas suku cadang asli dari pabrik dengan yang tidak asli dari pabrik	7	13	35	65
Assurance (Jaminan)					
3.	Perasaan aman selama berurusan (service) dengan dealer	19	1	95	5
Emphaty (Empati)					
4.	Pelayanan yang sopan dan ramah dari para karyawan	12	8	60	40
Tangible (Berwujud)					
5.	Area lahan parkir yang memadai	1	19	5	95

Sumber : Data primer Pelanggan Mega Motor Honda 2019

Dari tabel diatas terlihat bahwa dari segi kondisi indikator Keandalan (*Reability*) yang menyatakan tidak setuju sebesar 65% dan yang menyatakan setuju sebesar 35%, dari segi kondisi indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*) yang menyatakan tidak setuju sebanyak 65% dan yang menyatakan setuju sebanyak 35%, dan dari segi kondisi Jaminan (*assurance*) yang menyatakan setuju sebesar 95% dan yang menyatakan tidak setuju sebesar 5%, dari segi kondisi indikator Empati (*Emphaty*) yang menyatakan tidak setuju sebesar 60% dan yang menyatakan setuju sebesar 40% , dari segi kondisi indikator Berwujud (*Tangible*) yang menyatakan tidak setuju 95% dan yang menyatakan setuju sebesar 5%. Dari pernyataan hasil kuesioner tersebut

masih banyaknya yang mengatakan tidak setuju dibandingkan dengan mengatakan setuju .

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik meneliti lebih jauh untuk melakukan penelitian di Mega Motor Honda Bogor Untuk meningkatkan kualitas layanan *service* sepeda motor maka perlu dilakukan perbaikan dalam usaha peningkatan baik berupa internal maupun eksternal di *dealer* Mega Motor Honda. dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL MEGA MOTOR HONDA BOGOR”**.

1.2. Perumusan Dan Identifikasi Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Terjadi penurunan pelanggan pada Mega Motor Honda Bogor pada tahun 2016 – 2018
2. Kurangnya lahan parkir di Mega Motor Honda Bogor
3. Kurangnya Jumlah karyawan *service* motor di Mega Motor Honda Bogor

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka perumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan pada Mega Motor Honda Bogor ?
2. Bagaimana Kepuasan Pelanggan pada Mega Motor Honda Bogor ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mega Motor Honda Bogor?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud penelitian agar dapat memperoleh informasi dan data yang lebih akurat tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Bengkel Mega Motor Honda Bogor.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian sama halnya dengan perumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada pada Bengkel Mega Motor Honda Bogor
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada Bengkel Mega Motor Honda Bogor
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Mega Motor Honda Bogor.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dalam kegunaan penelitian ini diharapkan agar penelitian yang dilakukan bisa memberikan dampak positif atau bermanfaat.

Kegunaan Teoritis

Bagi penulis, menambah ilmu pengetahuan, akan memberikan pembelajaran atau pemahaman sekaligus pengembangan teori dari ilmu pengetahuan yang diperoleh pada saat dibangku kuliah pada khususnya mengenai bidang manajemen jasa.

Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan diharapkan memberikan masukan atau ide pemikiran pada perusahaan serta saran-saran yang bermanfaat bagi kepuasan pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran, Manajemen Pemasaran dan Konsep Pemasaran

2.1.1. Pengertian Pemasaran

Menurut Alma (2014) Pemasaran adalah proses manajemen untuk mengidentifikasi, mengantisipasi dan memuaskan pelanggan secara menguntungkan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social, salah satu definisi terbaik terpendek dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan

Menurut *American Marketing Association* dalam Wijaya (2018) Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Dari pengertian-pengertian mengenai pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli di atas penulis menarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan perekonomian yang saling menguntungkan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan.

2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Suparyanto & Rosad (2015) manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Malau (2017) pemasaran (marketing) merupakan kegiatan transaksi pertukaran nilai pertukaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing pihak, misalnya pertukaran produk yang dimiliki oleh perusahaan terhadap uang yang dimiliki oleh pelanggan.

Pengertian manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016) adalah sebagai berikut “Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering and communicating superior customer value” Artinya manajemen pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkan,

mempertahankan dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan, penyampaian dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul”

Dari pengertian-pengertian di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan dalam merencanakan, pengarahan, dan pengawasan guna mencapai keuntungan serta tercapainya tujuan organisasi atau perusahaan.

2.1.3 Konsep Pemasaran

Menurut Sunyoto (2014) Konsep pemasaran adalah sebuah filsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan

Menurut Swasta dan Handoko (2016) Konsep Pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan pelanggan merupakan syarat ekonomi dan social bagi kelangsungan hidup perusahaan. Tiga unsur pokok konsep pemasaran adalah :

- Orientasi pada pelanggan

1. Menentukan kebutuhan pokok (*basic needs*) dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
2. Menentukan kelompok pembeli yang akan dijadikan sasaran penjualan.
3. Menentukan program dan produk pemasarannya.
4. Mengadakan penelitian pada konsumen, untuk mengukur, nilai dan menafsirkan
5. keinginan, sikap, serta perilaku mereka.
6. Menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik, apakah menitik beratkan pada mutu yang tinggi, harga yang murah, atau model yang menarik.
7. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral (*integrated marketing*)

Menurut Gunawan Adisaputro (2014) Konsep Pemasaran di bagi menjadi beberapa yaitu :

1. Konsep Produksi (*The production concept*)

Menurut konsep ini konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk-produk yang tersedia secara luas, mudah diakses, dan tidak mahal. Untuk memanfaatkan konsep ini perusahaan perlu berusaha meningkatkan efisiensi produksinya setinggi mungkin, menekan biaya-biaya, dan melakukan distribusi masal.

2. Konsep Produk (*The product concept*)

Menurut konsep ini konsumen cenderung lebih menyukai produk yang berkualitas tinggi, berkinerja baik, dan memiliki fitur yang inovatif. Artinya produk

harus berkualitas superior dan selalu diperbaiki dari waktu ke waktu sesuai perubahan teknologi.

3. Konsep Penjualan (*The selling concept*)

Beranggapan bahwa baik konsumen maupun bisnis sebagai pembeli, bila dibiarkan saja tidak akan melakukan pembelian dalam jumlah yang memadai meskipun produk itu berkualitas bagus. Untuk memperoleh pembelian yang lebih besar perusahaan harus melaksanakan upaya penjualan yang agresif dan upaya promosi yang intensif.

4. Konsep Pemasaran (*The marketing concept*)

Pada pertengahan 1950-an munculah suatu konsep yang tidak lagi terfokus pada produk atau penjualan atau yang disebut "*make & sale philosophy*" bisnis bergeser menjadi *consumer centered* yakni suatu falsafah berdasarkan "*A Sense and Respond*". Dengan falsafah ini tugas pemasaran tidak lagi berusaha mencari konsumen yang tepat untuk produk perusahaan, tapi menghasilkan produk yang tepat untuk pelanggan perusahaan.

5. Konsep Pemasaran Holistik (*The holistic marketing concept*)

Pemasaran di abad 21 semakin menyadari untuk memiliki pendekatan yang semakin lengkap yang melampaui aplikasi tradisional. Dari konsep pemasaran terdapat 4 komponen yang membentuk *holistic marketing*.

Relationship marketing: kegiatan ini bertujuan untuk membangun hubungan timbal balik yang memuaskan kedua belah pihak dengan pihak-pihak yang terlibat yakni konsumen, supplier, distributor dan mitra pemasaran lainnya.

Integreted marketing: tugas pemasaran yang utama adalah membangun aktivitas marketing berupa program-program pemasaran yang terintegrasi secara penuh untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai-nilai bagi konsumen (*sensing, creating, communicating, dan delivery of value* kepada pelanggan).

Internal marketing : pemasaran kedalam ini untuk menjamin bahwa semua bagian dalam organisasi harus menyadari dan melaksanakan prinsip-prinsip pemasaran yang benar. Hasil dari pemasaran internal berupa kesadaran dan sensitivitas yang membantu meningkatkan kepuasan konsumen.

Social responsibility marketing : pemasaran juga harus memahami dan memiliki perhatian yang lebih luas tentang masalah etik, lingkungan, konteks hukum dan sosial tentang aktifitas pemasaran misalnya ketentuan tentang pelestarian lingkungan, green marketing dan eco label.

Berdasarkan pengertian di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa konsep pemasaran terdiri dari konsep produk, konsep produksi, konsep penjualan, konsep pemasaran, konsep pemasaran berwawasan sosial dan konsep pemasaran holistic.

2.2. Kualitas Pelayanan

2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Menurut Wyckof dalam buku Fandy Tjiptono (2014) Kualitas merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut James A. Fitzsimmons dkk (2014), *service quality is a complex topic, as shown by the need for a definition that includes five dimensions, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles.*

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan.

2.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono & Diana dalam Wijaya (2018) terdapat lima Dimensi Kualitas Pelayanan yaitu :

1. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2. Ketanggapan atau kepedulian (*Responsiveness*)

Ketanggapan atau kepedulian adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan dan harapan pelanggan.

3. Jaminan kepastian (*assurance*)

Jaminan kepastian adalah kompetensi yang demikian sehingga memberikan rasa aman dari bahaya, risiko, atau keraguan dan kepastian mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap yang dapat dipercaya yang dimiliki staf.

4. Perhatian (*emphaty*)

Perhatian adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan kontak, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual.

5. Berwujud (*Tangible*)

Berwujud adalah wujud kenyataan secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, pegawai, dan sarana informasi atau komunikasi.

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2018) menemukan lima dimensi pokok yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. amanan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Menurut Tjiptono (2017) telah melakukan berbagai penelitian terhadap jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah :

1. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.
2. Keandalan (*reability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Sebagai contoh, sebuah perusahaan barangkali memilih konsultan semata-mata berdasarkan reputasi.
3. Daya tanggap, (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
4. Jaminan, (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
5. Empati (*empaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam oprasi yang nyaman.

Berdasarkan beberapa pendapat beberapa ahli di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa untuk mengukur kualitas pelayanan maka digunakan lima dimensi yang terdiri dari *Tangibles*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*.

2.3. Kepuasan Pelanggan

2.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller dalam Arief (2018) *a person's feeling of pleasure or disappointment which resulted from comparing a product's perceived performance or outcome against his/her expectations*.

Menurut Gerson dalam Arief (2018) kepuasan pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.

Menurut Gerson (2018) Bila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan merasa puas.

Dari pengertian-pengertian mengenai kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh para ahli di atas penulis menarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu harapan konsumen yang dapat terpenuhi dan konsumen merasa puas.

2.3.2. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2015) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :

1. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

- a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
- b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
- c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

Minat Berkunjung Kembali

- e. Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :
 - f. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - g. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.

h. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

2. Kesiapan Merekomendasikan

Merupakan kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakannya kepada teman dan keluarga, meliputi:

- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan dengan fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Menurut Kotler & Keller (2016) hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Membeli kembali
- b. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya.
- c. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
- d. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
- e. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

Menurut Ali Hasan (2015) dimensi kepuasan pelanggan terdiri dari :

a. Konfirmasi Harapan

Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan.

b. Minat Pembelian Ulang

Kepuasan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

c. Kesiapan Merekomendasikan

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama (seperti pembelian mobil, broker rumah, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

d. Ketidakpuasan Pelanggan

Aspek-aspek yang perlu ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan adalah komplain, pengambilan produk, biaya garansi, dan *word of mouth negatif* (rekomendasi negatif).

Dari pengertian-pengertian mengenai kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh para ahli di atas penulis menarik kesimpulan bahwa, indikator kepuasan pelanggan adalah perasaan puas dan harapan pelanggan yang dapat terpenuhi. Pelanggan dapat melakukan minat pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan dan konfirmasi kepuasan pelanggan.

2.4. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.4.1. Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Indikator	Hasil	Publikasi
1.	Arif Rahman dan Slamet Heri Winarno (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv, Jaya Motor Bekasi	Kualitas Layanan (X) Kepuasan Pelanggan (Y)	<i>Tangibility</i> (X1) <i>Emphaty</i> (X2) <i>Reability</i> (X3) <i>Responsiveness</i> (X4) <i>Assurance</i> (X5)	Terdapat hubungan yang kuat antara variabel penelitian pelayanan dan variabel kepuasan sebesar 0,766. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang menyatakan bahwa pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 58,7% dan sisanya sebesar 41,3% dipengaruhi oleh faktor lain seperti pemberitahuan promosi, tata ruang atau lay out, citra organisasi dan budaya kerja organisasi. Pelayanan yang diberikan pada jasa service motor di CV. Jaya Motor dirasakan telah optimal sesuai dengan persepsi kepuasan pelanggan dengan nilai persamaan regresi $Y = 8,630 + 0,868(X)$.	Jurnal Pemasaran, Vol. 13, No. 1, Oktober 2019, ISSN 2598-0823

2.	Yeni.M (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda PT. Nusantara Surya Sakti Sekayu	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	<i>Reability</i> (X1), <i>Responsiveness</i> (X2), <i>Assurance</i> (X3), <i>Emphaty</i> (X4) <i>Tangibility</i> (X5)	Kesimpulan: Berdasarkan hasil uji korelasi didapatkan nilai korelasi variabel kepuasan konsumen (r) sebesar 0,27. dari penafsiran terhadap koefisien korelasi tersebut dapat diketahui bahwa terjadi hubungan positif yang tidak terlalu kuat atau sedangkan mempengaruhi kepuasan konsumen. Sedangkan R-Square sebesar 0,56 menunjukkan variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 5,6% sedangkan sisanya 94,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial diketahui bahwa nilai t-hitung adalah 2,224 sedangkan t-tabel 1,988. oleh karena nilai t-hitung > t-tabel yaitu 2,224 > 1,988, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda di PT Nusantara Surya Sakti Sekayu.	Jurnal Adminika Volume 5. No. 1, Jabuari-Juli 2019,. ISSN: 2442-3343
3.	Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja, Joko Widodo (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>), Keandalan (<i>Reability</i>), Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Kesimpulan : Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha sakti Kecamatan Rogojampi	Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 12 No. 1, 2018, ISSN:

		Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi		,Jaminan (<i>Assurance</i>), Empati (<i>Emphaty</i>)	Kabupaten Banyuwangi yaitu sebesar 79%. Sebesar 21% dioenagruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini harga, poyongan, lokasi, dll.	1907-9990
4.	Heni.A, Amas. S.M, dan Faif. Y (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel AHAS Honda Tangerang	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Konsumen (Y)	Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), Empati (X5)	Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi untuk mengetahui seberapa besar interpretasi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh hasil sebesar 0,831 yang terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Honda AHAS Tangerang. Dari perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 0,691 yang artinya 6,91% variabel kepuasan pelanggan dapat dikpengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan sisanya sebesar 30,9% dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak diteliti. Dari hasil regresi linear sederhana dapat diketahui hubungan antara kualitas pelayanan adanya kualitas pelayanan maka hasil dari kepuasan pelanggan sebesar 10,367 dan jika kualitas pelayanan mengalami penurunan atau kenaikan 1 angka atau jika kualitas pelayanan dinaikan atau	Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 2 No. 2 2019, e-ISSN 2641-3747

					diturunkan sebesar 1% maka akan menaikkan atau menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,748.	
5.	Yoga. S, Retno.S, (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Service Motor Terhadap Kepuasan Kosumen Pada Giti Motor	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	Reability (X1), <i>Responsivenes</i> (X2), <i>Assurance</i> (X3), <i>Emphaty</i> (X4) <i>Tangibles</i> (X5)	kualitas pelayanan service motor yang diberikan GTI Motor terhadap konsumen memperoleh tanggapan positif. Dari keseluruhan sub variabel yang di teliti, diperoleh persentase nilai untuk kualitas pelayanan adalah sebesar 71,98% dan berada dalam kategori baik Kepuasan konsumen jasa servive motor GTI memperoleh persentase nilai sebesar 75,22% dan masuk dalam kategori baik. Secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 56,4% sedangkan sisanya sebesar 43,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Secara parsial sub variabel reability memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 38,8%. sub variabel responsiveness memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 55,1%. sub variabel asurance memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumem sebesar 42,6%. sub variabel empati	E-Proceedin g of Management , Vol. 2, No. 3, IISN: 2355-9357

					memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 45,3%. dan sub variabel <i>pangibles</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 15,7%.	
6.	Eswika Nilasari dan Istiatin (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo	Kualitas Pelayanan ((X), Kepuasan Konsumen (Y)	<i>Tangible</i> (X1) <i>Reability</i> (X2), <i>Responsiveness</i> (X3), <i>Assurance</i> (X4), <i>Emphaty</i> (X5)	Berdasarkan uji F dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh simultan antara kualitas pelayanan yang mencakup variabel <i>tangible</i> , <i>reability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , <i>emphaty</i> terhadap kepuasan kosumen Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. Jadi hipotesis yang menyatakan: terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas <i>tangible</i> , <i>reability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , <i>emphaty</i> , terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo terbukti. Berdasarkan uji t diketahui terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kaulitas pelayanan yang mecakup variabel <i>tangbel</i> , <i>reability</i> , <i>responsivene ss</i> , <i>assurance</i> , <i>emphaty</i> terhadap kepuasan konsumen Dealer PT. RamayanaMotor Sokoharjo.	Jurnal ParadigmaV ol. 13 No. 1, februari 2015. ISSN: 2548-9909

2.4.2. Kerangka Pemikiran

Dalam mempertahankan dan mengembangkan perusahaan, upaya meningkatkan penjualan harus terus dilakukan agar perusahaan tetap mendapatkan laba/keuntungan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menempatkan kualitas pelayanan yang baik dan memberi kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Untuk menghadapi persaingan sesama perusahaan yang sejenis, perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantages*). Semakin ketat persaingan, perusahaan harus mampu mengatasi atau mengantisipasi datangnya ancaman pesaing, menutupi kesalahan, dan memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang ada, sehingga dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan .

Tujuan utama bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen merasa puas karena kepuasan konsumen merupakan investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Membangun kepuasan konsumen merupakan inti dari probabilitas jangka panjang. Konsumen yang puas dengan hasil kerja perusahaan akan menguntungkan bagi perusahaan, agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan maka dealer Mega Motor Honda Bogor harus mengenali dan memahami kebutuhan konsumen.

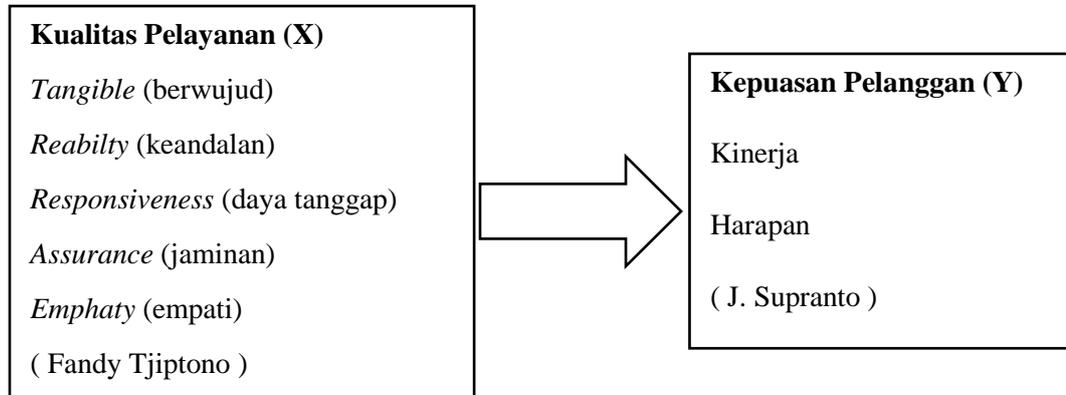
Kualitas pelayanan merupakan hak yang sangat penting untuk mempertahankan suatu bisnis untuk tetap berkembang bahkan lebih maju . Seperti yang telah di kemukakan oleh Fandy Tjiptono (2014) “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Perusahaan menginginkan setiap pelanggannya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka dari itu perusahaan perlu mengetahui kebutuhan dan keinginan serta strategi apa untuk mencapai suatu kebutuhan dan keinginan para pelanggan agar bisa diberikan oleh perusahaan .

Menurut Fandy Tjiptono (2017) menyebutkan lima dimensi Kualitas Pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu : “Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangibles*)”.

Menurut Gerson dalam Arief (2018) , kepuasan pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik . Oleh karena itu perusahaan jasa harus berfokus pada pada kepuasan konsumen Untuk mengetahui dapat mengetahui pelayanan yang diinginkan, dibutuhkan, dan di harapkan oleh konsumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang di teliti oleh Yeni M memiliki variabel yang sama oleh peneliti yaitu variabel independen (Kualitas Pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan pelanggan) dengan indikator yang sama yaitu *Tangibles*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, and *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menjelaskan tentang analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Dealer Mega Motor Honda Bogor. Penulis mencoba membuat konstelasi penelitian seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 2.1 Konstelasi Penelitian

2.5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka seperti yang diuraikan diatas maka kerangka pemikiran yang dikembangkan pada penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan di Mega Motor Honda Bogor masih dapat dinyatakan kurang baik.
2. Kepuasan pelanggan yang menggunakan Mega Motor Honda Bogor masih dapat dinyatakan kurang puas.
3. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Dealer Mega Motor Honda Bogor terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Berdasarkan karakteristik masalah, jenis penelitian ini termasuk penelitian Deskriptif dengan menggunakan metode penelitian Deskriptif *eksploratif* yang bertujuan untuk melakukan penelitian secara mendalam mengenai subyek tertentu untuk mengumpulkan data dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan masalah yang akan dipecahkan. Teknik penelitian yang digunakan adalah statistik *kualitatif* dan *kuantitatif*.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah kualitas Pelayanan yang meliputi 5 indikator : berwujud, empati, daya tanggap, keandalan, dan jaminan, serta kepuasan pelanggan meliputi 2 indikator kesesuaian Kinerja dengan Harapan.

3.2.2. Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan oleh penulis *dyads* yaitu peneliti memperoleh data yang diperoleh dari respon setiap orang atau individu yang dimaksudkan yaitu pelanggan yang datang ke *Dealer* Mega Motor Honda Bogor.

3.2.3. Lokasi Penelitian

Untuk membahas objek atau variabel yang diteliti, penulis memilih lokasi penelitian di *Dealer* Mega Motor Honda Bogor yang berada di Jalan Letjen Ibrahim Adjie No. 362, Sindangbarang, Kec. Bogor Barat., Kota Bogor, Jawa Barat, 16117.

3.3. Jenis Dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif yang diperoleh dari hasil *survey* melalui wawancara kepada kepala marketing dan penyebaran angket (kuisisioner). Dan data kuantitatif data mengenai jumlah, tingkatan, perbandingan, volume, yang berupa angka-angka.

Sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh penulis melalui hasil kuisisioner kepada para pelanggan *dealer* Mega Motor Honda mengenai variabel-variabel yang diteliti.

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami

melalui media lain. Data sekunder yang digunakan peneliti diperoleh dari berbagai sumber seperti data perkembangan jumlah pengunjung dari perusahaan.

3.4. Operasional Variabel

Dalam mempermudah proses analisis, maka penulis mengklasifikasikan variabel-variabel penelitian kedalam kelompok dari indikator yang dipakai dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Oprasionalisasi variabel

Varibel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	<i>Tangibles</i>	1 Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV,majalah,koran,wifi,dll) 2 Memiliki ruang tunggu yang bersih 3 Tingkat kenyamanan ruang tunggu (Suhu,kebisingan, dan pencahayaan) 4 Lahan parkir yang memadai atau luas	Ordinal
	<i>Reliability</i>	1 Ketelitian pengerjaan oleh mekanik 2 Kecekatan mekanik dalam pelanggan 3 Jumlah mekanik yang sebanding dengan kendaraan yang di service 4 Kecepatan pengerjaan oleh mekanik	Ordinal
	<i>Responsiveness</i>	1.Adanya penjelasan petugas tentang kualitas suku cadang asli dari pabrik dengan yang dari asli dari pabrik 2.Petugas yang meberi kemudahan untk memperoleh informasi mengenai suku cadang 3.Harga service yang standar dan sistem pembayaran yang mudah dan cepat	Ordinal
	<i>Assurance</i>	Kualitas service baik yang diberikan oleh pegawai Kualitas spare part yang terjamin	Ordinal

		Kemudahan memperoleh spare part Merasa aman selama berurusan (service) dengan dealer	
Kualitas Pelayanan (X)	<i>Emphaty</i>	Adanya kemudahan pendaftaran ketika service Pelayanan yang sopan dan ramah petugas tempat pendaftaran Pelayanan yang sopan dn ramah dari para mekanik Karyawan peduli akan keluhan pelanggan	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Kinerja	Kinerja perusahaan dalam memberikan pelayanan prima bagi pelanggan	Ordinal
	Harapan	Yang diinginkan pelanggan terhadap kinerja Dealer Mega Motor Honda Bogor	Ordinal

3.5. Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel data Primer yang diperoleh dari responden Dealer Mega Motor Honda Bogor, Metode penarikan sampel yang digunakan adalah probabilitas sampling dengan teknik simple random sampling.

Data sampel yang dapat diberlakukan untuk populasi maka sampel yang digunakan sebagai sumber data harus representatif. Untuk itu pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara random dengan kesalahan tertentu, dan dalam menentukan jumlah sampel adalah dengan menerapkan metode slovin dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

keterangan :

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah Sampel

e : Tingkat Kesalahan (error)

Dalam menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus Slovin dengan jumlah populasi sebanyak 11.324 orang. Yang merupakan jumlah pengunjung pelanggan *service* di Dealer Mega Motor Honda selama satu tahun (2018).

Tabel 3.2 Daftar Pengunjung service di *dealer* Mega Motor Honda Bogor Tahun 2018

Bulan	Pengunjung
Januari	924
Februari	897
Maret	1099
April	918
Mei	1027
Juni	875
Juli	991
Agustus	957
September	929
Oktober	936
November	917
Desember	854
Total	11,324 /12= 944

Sumber : data sekunder *dealer* Mega Motor Honda Bogor 2018

$$n = \frac{944}{1 + 944(0,05)^2} = 281$$

Jadi dari hasil perhitungan menggunakan slovin dengan tingkat error 5%, sehingga jumlah sampel yang di ambil untuk penelitian setelah dibulatkan yaitu 281 responden yang tersebar.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode sampling di atas, maka data yang terpilih dikumpulkan melalui metode :

Data penelitian primer diperoleh dari obyek penelitian dengan observasi, *survey*, wawancara, dan hasil penyebaran daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada pelanggan pengguna Mega Motor Honda Bogor dan kemudian di olah untuk tujuan penelitian.

Data penelitian sekunder yaitu data yang telah di olah menjadi tabel, atau gambar yang dapat memberikan informasi bagi pihak lain.

Menurut Sutrisno Hadi (2019), skala likert merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statemen atau pernyataan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan.

Menurut (Sugiyono, 2009) Modifikasi skala likert dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat, modifikasi skala Likert meniadakan katagori jawaban yang di tengah berdasarkan tiga alasan yaitu: (1) katagori tersebut memiliki arti ganda, biasanya diartikan belum dapat memutuskan atau memberikan jawaban, dapat diartikan netral, setuju tidak, tidak setujupun tidak, atau bahkan ragu-ragu. (2) tersediannya jawaban ditengah itu menimbulkan kecenderungan menjawab ke tengah. (3) maksud katagori SSS-TS-STTS adalah terutama untuk melihat kecenderungan pendapat responden, ke arah setuju atau ke arah tidak setuju. Maka dalam penelitian ini dengan menggunakan empat alternatif jawaban, yaitu: sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STTS). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan sebagai berikut:

Tabel 3.3. Skala *Likert*

Kriteria	Skor
Sangat Memuaskan (SM)	4
Memuaskan (M)	3
Tidak Memuaskan (TM)	2
Sangat Tidak Memuaskan (STM)	1

Total dari nilai jawaban setiap butir pernyataan kemudian dibuatkan rentang sekala untuk mengetahui total responden. Dengan rumus sebagai berikut :

Tanggapan total responden menggunakan sekala likert

$$\text{Tanggapan total responden} = \frac{\text{sekor total hasil jawaban responden}}{\text{sekor tertinggi responden}} \times 100\% \dots$$



36.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrumen penelitian layak untuk dipakai dalam penelitian ini :

a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid, terjadi apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Setelah itu dilakukan perbandingan antara nilai r hitung dan r tabel.

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Dimana :

n = Jumlah respon

r_{xy} = Koefesien korelasi (r-hitung)

$\sum x$ = Skor variabel kualitas pelayanan

$\sum y$ = Skor varibale kepuasan pelanggan

$\sum xy$ = Hasil perkalian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Adapun kriteria dalam pengujian validitas sebagai berikut :

Jika r hitung > r tabel maka dapat dikatakan valid.

Jika r hitung < r tabel maka dapat dikatakan tidak valid.

Adapun kriteria dalam pengujian validitas sebagai berikut :

Jika r hitung > r tabel maka dapat dikatakan valid.

Jika r hitung < r tabel maka dapat dikatakan tidak valid.

Pertanyaan kusioner digunakan *Analysis Corrected Item-Total Correlation* dengan program bantuan SPSS 23 untuk mencari koefesien korelasi dari *Product Moment pearson* terhadap jawaban 281 responden dengan tingkat signifikan (α) 5% atau 0,05 sehingga nilai r tabel yang digunakan adalah $df/dk = 281/2$ adalah 0,1170. Maka untuk setiap instrumen pertanyaan terhadap kinerja kualitas pelayanan yang diuji akan dinyatakan valid jika memiliki nilai r hitung > r tabel (0,1170).

Melalui tabel hasil uji reliabilitas pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa keduanya dinyatakan reliabel karena Alpha yang didapat lebih besar dari Alpha yang ditentukan $0,867 > 0,60$ dan $0,936 > 0,60$.

3.7. Metode Analisis

3.7.1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi klasik. Oleh karena itu, uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan analisis regresi.

3.7.2 Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *one sample kolmogrov-Smirnov Test*. Dalam uji *one sample kolmogrov-Smirnov Test*. Variabel-variabel yang mempunyai *Asymp. Sig (2-tailed)*. Adapun pengembalian keputusan dalam uji normalitas ini adalah sebagai berikut :

1. jika $\alpha > 0,05$ = data berdistribusi normal
2. jika $\alpha < 0,05$ = data tidak berdistribusi normal

3.7.3 Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan dengan adanya korelasi antar variabel kualitas pelayanan (independen). Apabila terjadi korelasi antara variabel kualitas pelayanan, maka terdapat problem multikolinearitas pada model regresi tersebut.

Ada tidaknya problem multikornealitas didalam model regresi dapat dideteksi melalui hal-hal sebagai berikut :

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel tertentu.
2. menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
3. multikoneliaritas juga dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas.

3.7.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dalam residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menjelaskan ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara melihat grafik Flot antara nilai prediksi variabel terikat (Z_{pred}) dengan residualnya (S_{resia}).

Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam data.

3.7.5. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berikut rumus yang digunakan :

$$\text{Rumus : } KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan : KD = Koefisien determinasi

$$r = \text{nilai korelasi}$$

3.7.6. Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah kualitas pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, dan kepuasan konsumen.

Rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1K + b_2DT + b_3J + b_4E + b_5BF + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi keandalan

b₂ = Koefisien regresi daya tanggap

b₃ = Koefisien regresi jaminan

b₄ = Koefisien regresi empati

b₅ = Koefisien regresi bukti fisik

3.7.7. Uji t

Menurut Sarwono (2016), nilai t diperoleh pada bagian keluaran koefisien regresi yang berfungsi untuk digunakan sebagai pengujian hipotesis secara parsial atau sendiri-sendiri saat kita menggunakan prosedur linear berganda dimana kita menggunakan variabel bebas lebih dari 1.

Hipotesis dalam uji t/uji parsial, adalah:

H₀ : tidak berpengaruh secara parsial

H₁ : berpengaruh secara parsial

Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai t hitung (t₀) dengan t tabel (t nilai kritis) dengan menggunakan ketentuan, yaitu :

Jika nilai t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika nilai t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Adapun pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas variabel independen bagian koefisien regresi, dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai P-Value $< 0,05$; maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika nilai P-Value $> 0,05$; maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

3.7.8 Uji F

Menurut Sarwono (2016), nilai F terdapat dalam keluaran ANOVA merupakan nilai yang digunakan untuk melakukan pengujian. Hipotesis secara simultan. Hipotesis dalam uji F /uji simultan adalah:

H_0 : tidak berpengaruh secara simultan

H_1 : berpengaruh secara simultan

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F hitung (F_0) dengan F tabel (F nilai kritis) dengan menggunakan ketentuan, yaitu:

Jika nilai F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika nilai F hitung $< F$ tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Adapun pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas F statistic bagian ANOVA (F), dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai p-value $> 0,05$; maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Jika nilai p-value $< 0,05$; maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

3.7.9 Uji Koefisien Determinasi / R Square (R^2)

Menurut Sarwono (2016), “pengukuran proporsi varian variabel tergantung tentang rata-rata yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas/prediktornya. Jika nilai ini

semakin besar (mendekati 1), maka prediksi yang dibuat semakin akurat. Rentang nilai R square ialah anatar 0 - 1. nilai ini selalu positif. Nilai ini nuga merupakan salah satu nilai dalam regresi linier yang dijadikan sebagai acuan kecocokan model regresi. Nilai R Square mendekati 1 mempunyai kecocokan model regresi semakin besar, sebaliknya jila nilainya mendekati 0, maka model regresi semakin tidak baik.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Bengkel Mega Motor Honda Bogor

Mega Motor Honda Bogor merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif, khususnya kendaraan roda dua yaitu motor. Mega Motor honda berdiri pada tahun 2001 dengan alamat di Jl. Raya Sindang Barang No.362 Bogor Telp./ Fax (0251) 8316969,8323741 / 8316997.

Prinsip utama dari Dealer Mega Motor Honda Bogor sangatlah umum yaitu memuaskan konsumen dengan menghadirkan produk yang bermutu yang dipercaya sejak dulu dan mampu memberikan kebanggaan pada hati konsumen dengan pelayanan yang cepat, akurat, dan penuh kehangatan.

4.1.2. Visi dan Misi

Visi : Membangun sebuah perusahaan yang Sehat, Besar dan Kokoh, berlandaskan kepada IMTAQ dan Kebersamaan.

Misi : Berperan aktif dalam pembangunan dengan memberikan peluang pekerjaan seluas-luasnya kepada masyarakat sekitar pada khususnya dan kepada masyarakat Bogor umumnya dalam memiliki kesempatan kerja.

4.1.3. Kegiatan Usaha

Mega Motor Honda Bogor menyediakan penjualan unit motor, bengkel resmi, penjualan suku cadang asli Honda, dan juga membuka pembayaran kredit pada leasing tertentu. Penjualan di dealer Mega Motor Honda Bogor ini merupakan penjualan dalam jumlah yang cukup besar. Dalam hal ini transaksi biasa terjadi melalui sales marketing atau pun langsung di dealer tersebut, maka dalam hal ini konsumen bisa langsung datang untuk mendapatkan motor yang diinginkan dan semua jenis motor honda bisa dilihat langsung oleh konsumen pada bagian depan dealer yang memajang contoh unit motor yang ditawarkan (display).

Adapun maksud dan tujuan didirikannya perusahaan tersebut adalah :

Berusaha dalam bidang penjualan unit sepeda motor khususnya motor merek Honda.

Berusaha dalam bidang penjualan spare part motor atau suku cadang asli Honda.

Berusaha dalam bidang perdagangan dan memenuhi kemauan para konsumen.

Tabel 4.1 produk yang dijual di Bengkel Mega Motor Honda Bogor

Revo STD
Revo CW
CB 150 R
CBR 150
Verza
Supra X 125SW
Supra X 125 CW
Genio
Beat SW
Beat CW
Scoopy
New Vario CW 125
New Vario 150
ADV 150
Beat Street
Sonic
PCX (matic)

Dealer Mega Motor Honda Bogor ini pun bekerjasama dengan beberapa leasing agar bisa menambah kualitas pelayanan bagi konsumen yang memilih pembayaran secara kredit, adapun contoh leasing-nya adalah : FIF Finance, ADIRA Finance, WOM Finance, HD Finance, Mega Finance dan CSF Finance.

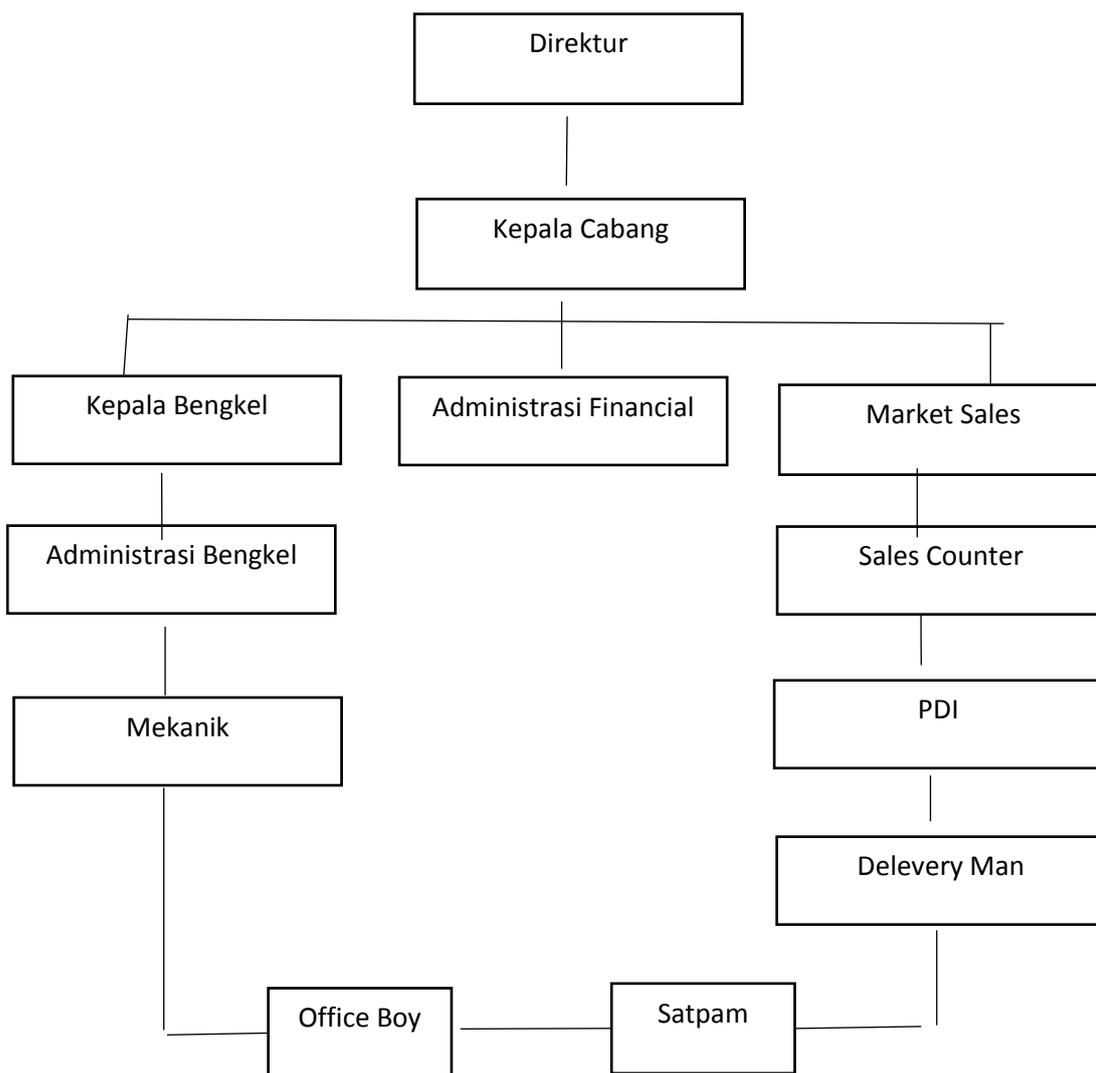
4.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

4.2.1. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan hubungan individu-individu yang mempunyai keahlian yang berbeda yang bekerjasama satu sama lainnya dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Hubungan ini digambarkan dalam bagan organisasi dengan memperhatikan garis-garis hubungan antara fungsi-fungsi dalam kegiatan operasional, arus wewenang, dan tanggung jawab. Setiap perusahaan mempunyai struktur organisasinya sendiri yang disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Penting sekali bagi perusahaan untuk memiliki struktur organisasi yang baik dan terencana sehingga aktivitas dalam perusahaan dapat berjalan dengan baik dan lancar, dengan adanya struktur organisasi maka akan terlihat jelas wewenang dan tanggung jawab

dari masing-masing anggota dalam melaksanakan tugasnya sehingga semua pekerjaan di dealer berjalan dengan lancar dan efektif dan dengan struktur organisasi dan uraian tugas yang jelas memastikan tidak ada over lapping atau tumpang tindih penumpukan kerja pada satu karyawan atau saling lempar perintah dari satu bagian kebagian lainnya, sehingga setiap karyawan dapat bekerja sesuai dengan fungsi kedudukan dan jabatan.

Adapun Struktur Organisasi di lingkungan Mega Motor Honda Bogor sebagai berikut :



Sumber : Data Primer Mega Motor Honda Bogor, 2019

4.2.2. Uraian Tugas

Tugas wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi

1. Direktur
 - Sebagai penanggung jawab seluruh kegiatan operasional harian *dealer*.
 - Membuat rencana target penjualan (unit dan spare part) dan servis tahunan.
 - Mengkoordinasi seluruh kegiatan harian *dealer* (*breefing* pagi dan sore)
 - Melakukan review pekerjaan semua bagian setiap bulan secara rutin.
2. Kepala Cabang
 - Sebagai penganggung jawab kegiatan operasional dealer kepala direktur.
 - Membantu rencana bulanan target penjualan
 - Melakukan *breefing* pagi dan sore dengan semua karyawan
 - Melaporkan hasil kerja setiap karyawan kepada direktur
3. Administrasi Finansial
 - Membuat pembukuan dan laporan keuangan
 - Membuat laporan keuangan dan analisa kepada cabang.
 - Menjalankan transaksi pebangkan.
 - Menerima PO dari leasing dan mencatat tagihannya.
4. Kepala Bengkel
 - Menyusun rencana dan program kerja Bengkel sebagai pedoman pelaksanaan tugas.
 - Membagi tugas kepada bawahan sesuai dengan bidangnya.
 - Mengkoordinasikan bawahan dalam melaksanakan tugas agar terjalin kerja sama yang baik.
5. Market Sales
 - Mencari pelanggan yang potensial untuk mencapai target perusahaan
 - Melaporkan aktivitas SPK (surat Pemesanan Kendaraan)
 - Melakukan aktifitas promosi dalam rangka meningkatkan penjualan.
 - Follow Up para pelanggan.
6. Administrasi Bengkel
 - Melakukan administrasi *service*
 - Membuat dan menyimpan data-data pelanggan *service*
 - Membuat jadwal tugas para mekanik
7. Sales Counter
 - Menjelaskan spesifikasi dan keunggulan motor Honda, KSG (Kupon Servis Gratis), garansi dan jaringan after sales.
 - Membantu pelanggan dalam menyelesaikan administrasi transaksi pembelian.
 - Melakukan *Follow Up* kepada para pelanggan untuk menjaga relasi jangka panjang.
 - Menganggapi keluhan pelanggan/

- Menerima telepon dan pengurusan STNK,BPKB, dan plat nomor kendaraan kepada konsumen, serta memberikan tanda terima.
8. Mekanik
- Mengkoordinir kegiatan harian bengkel.
 - Melakukan diagnosis kerusakan motor pelanggan.
 - Menjelaskan kepada pelanggan jika ada pekerjaan tambahan di luar SPK.
 - Melakukan *Final Check* motor pelanggan.
9. PDI
- Melakukan *Pre Delevery Inspection* (PDI) secara lengkap sesuai dengan pedoman pelaksanaa yang terdapat dikartu PDI.
 - Menyiapkan unit kendaraan beserta perlengkapannya sesuai perintah atasan.
 - Memberikan laporan hasil kerja kepada atasan.
 - Menerima keluhan unit.
10. Delevery Man.
- Mengirim unit kendaraan beserta perlengkapannya kepada konsumen dengan tepat waktu dan keadaan dengan baik tanpa cacat dan lecet serta penjelasan delevery man mengenai perawatan motor.
 - Menyerahkan surat jalan kepada sales motor.
 - Memberikan laporan kepada atasan tentang pengiriman unit.
11. Office Boy
- Menjaga keamanan dan kebersihan di area *dealer*.
 - Membersihkan secara rutin unit *display* motor serta ruangan dan alat-alat yang ada di dealer.
12. Satpam
- Bertanggung jawab atas keamanan *dealer* secara keseluruhan.
 - Bertanggung jawab atas ketertiban *dealer*.
 - Menjaga ketertiban dan kedisiplinan pegawai.

4.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Tabel 4.2 Keterangan Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Indikator	No.SoaI	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	Keterangan
Reability (Keandalan)	1	0,739	0,2306	Valid
	2	0,739	0,2306	Valid
	3	0,503	0,2306	Valid
	4	0,614	0,2306	Valid
Reponsiveness (Daya Tanggap)	5	0,654	0,2306	Valid
	6	0,704	0,2306	Valid
	7	0,692	0,2306	Valid
Assurance	8	0,520	0,2306	Valid

(Jaminan)	9	0,339	0,2306	Valid
	10	0,680	0,2306	Valid
	11	0,650	0,2306	Valid
Emphaty (Empati)	12	0,560	0,2306	Valid
	13	0,608	0,2306	Valid
	14	0,588	0,2306	Valid
	15	0,322	0,2306	Valid
Tangible (Berwujud)	16	0,588	0,2306	Valid
	17	0,422	0,2306	Valid
	18	0,538	0,2306	Valid
	19	0,202	0,2306	Tidak Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 23 (2020)

Melalui tabel hasil uji validitas pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa terdapat 19 butir dari pertanyaan dinyatakan sebanyak 18 butir pertanyaan yaitu valid dan 1 pertanyaan tidak valid dengan r hitung $< (0,2306)$.

Tabel 4.3 Keterangan Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Indikator	No.Soa	r hitung	r tabel	Keterangan
Reability (Keandalan)	1	0,740	0,2306	Valid
	2	0,712	0,2306	Valid
	3	0,697	0,2306	Valid
	4	0,696	0,2306	Valid
Reponsiveness (Daya Tanggap)	5	0,598	0,2306	Valid
	6	0,612	0,2306	Valid
	7	0,764	0,2306	Valid
Assurance (Jaminan)	8	0,756	0,2306	Valid
	9	0,800	0,2306	Valid
	10	0,771	0,2306	Valid
	11	0,787	0,2306	Valid
Emphaty (Empati)	12	0,686	0,2306	Valid
	13	0,727	0,2306	Valid
	14	0,778	0,2306	Valid
	15	0,745	0,2306	Valid

Tangible (Berwujud)	16	0,699	0,2306	Valid
	17	0,471	0,2306	Valid
	18	0,586	0,2306	Valid
	19	0,366	0,2306	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 23 (2020)

Melalui tabel hasil uji validitas pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa terdapat 19 butir dari pertanyaan dinyatakan sebanyak 19 pertanyaan valid dengan r hitung $< (0,2306)$.

b. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang realibel, terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shoot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran yang digunakan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach Alpha* (α) $> 0,60$. Rumus untuk menguji reliabilitas adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Dimana :

α = Koefisien korelasi

r = Korelasi antar kuisisioner

k = Jumlah kuisisioner

Tabel 4.4 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,49	Reliabel Rendah
>0,50 – 0,69	Reliabel Moderat
>0,70 – 0,89	Reliabel Tinggi
>0,90 – 1,00	Reliabel Sempurna

Sumber : Primer, (Sugiyono 2014 : 16)

c. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Uji Reliabilitas dapat dilihat pada kolom *cronbach's alpha*, bahwa data atau case yang valid berjumlah 50. Dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,867

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,867	,881	19

Data diolah: SPSS 23 2020

Output *case processing Summary* menjelaskan tentang jumlah data yang valid untuk diproses dan data dikeluarkan dapat dilihat bahwa data atau case yang valid berjumlah 50 dengan presentase 100% dan tidak ada yang diluarkan (*exclude*) dan reabiliti statistik menunjukkan bahwa cronbach's alpha untuk kualitas pelayanan sebesar 0,867 yang berarti diterima maka disimpulkan instrumen penelitian telah reliabel.

Tabel 4.6 Keterangan Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Indikator	No.Soa	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha If item Deleted	Keterangan
Reability (Keandalan)	1	0,867	0,853	Reliabel
	2	0,867	0,853	Reliabel
	3	0,867	0,862	Reliabel
	4	0,867	0,858	Reliabel
Reponsiveness (Daya Tanggap)	5	0,867	0,857	Reliabel
	6	0,867	0,855	Reliabel
	7	0,867	0,854	Reliabel
Assurance (Jaminan)	8	0,867	0,862	Reliabel

	9	0,867	0,875	Tidak Reliabel
	10	0,867	0,855	Reliabel
	11	0,867	0,856	Reliabel
Emphaty (Empati)	12	0,867	0,863	Reliabel
	13	0,867	0,860	Reliabel
	14	0,867	0,860	Reliabel
	15	0,867	0,867	Reliabel
Tangible (Berwujud)	16	0,867	0,859	Reliabel
	17	0,867	0,867	Reliabel
	18	0,867	0,862	Reliabel
	19	0,867	0,873	Tidak Reliabel

d. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Uji Reliabilitas dapat dilihat pada kolom *cronbach's alpha*, bahwa data atau case yang valid berjumlah 50. Dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,936 .

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,936	,937	19

Data diolah: SPSS 23 2020

Output case processing Summary menjelaskan tentang jumlah data yang valid untuk diproses dan data dikeluarkan dapat dilihat bahwa data atau *case* yang valid

berjumlah 50 dengan presentase 100% dan tidak ada yang diluarkan (*exclude*) dan reabiliti statistik menunjukkan bahwa cronbach's alpha untuk kualitas pelayanan sebesar 0,936 yang berarti diterima maka disimpulkan instrumen penelitian telah reliabel.

Tabel 4.8 Keterangan Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Indikator	No.Soa	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha If item Deleted</i>	Keterangan
Reability (Keandalan)	1	0,936	0,320	Reliabel
	2	0,936	0,297	Reliabel
	3	0,936	0,272	Reliabel
	4	0,936	0,270	Reliabel
Reponsiveness (Daya Tanggap)	5	0,936	0,140	Reliabel
	6	0,936	0,116	Reliabel
	7	0,936	0,268	Reliabel
Assurance (Jaminan)	8	0,936	0,267	Reliabel
	9	0,936	0,248	Reliabel
	10	0,936	0,246	Reliabel
	11	0,936	0,266	Reliabel
Emphaty (Empati)	12	0,936	0,272	Reliabel
	13	0,936	0,247	Reliabel
	14	0,936	0,231	Reliabel
	15	0,936	0,233	Reliabel
Tangible(Berwujud)	16	0,936	0,197	Reliabel
	17	0,936	0,166	Reliabel
	18	0,936	0,250	Reliabel
	19	0,936	0,1000	Tidak Reliabel

Data di olah : SPSS 23 2019

4.4 Profil Responden

Karakteristik responden yang diteliti meliputi 5 kriteria, yaitu berdasarkan usia,alamat, jenis kelamin, pekerjaan dan seberapa sering pelanggan datang dalam kurun waktu selama 3 bulan . Berikut hasil data karakteristik responden pada pelanggan *Dealer* Mega Motor Honda Bogor sebanyak 281 responden.

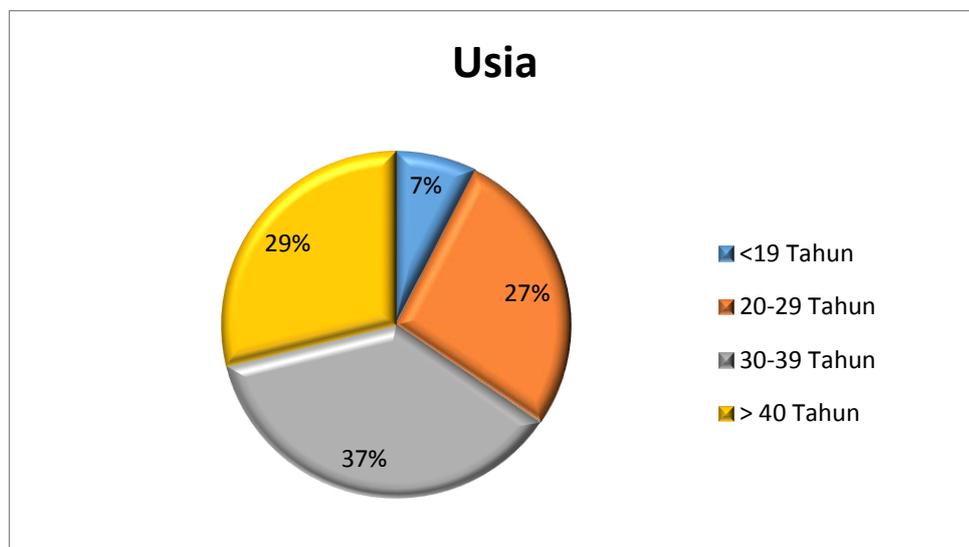
4.4.1 Usia

Informasi mengenai usia responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut :

Tabel 4.9 Usia Responden

No.	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	<19 Tahun	21	8
2	20-29 Tahun	76	27
3	30-39 Tahun	103	28
4	> 40 Tahun	81	37
	Jumlah	281	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2020)



Gambar 4.1 Usia responden

Berdasarkan data diatas, dari 281 orang responden yang diteliti 8% diantaranya merupakan responden dengan usia <19 tahun, responden dengan usia 20-29 tahun memiliki persentase sebanyak 27%, responden dengan usia 30-39 tahun memiliki persentase sebanyak 37%, dan responden dengan usia >40 tahun sebanyak 28% maka dapat disimpulkan bahwa usia responden pada penelitian ini rata-rata merupakan pengunjung dengan usia 30-39 tahun.

4.4.2 Jenis Kelamin Responden

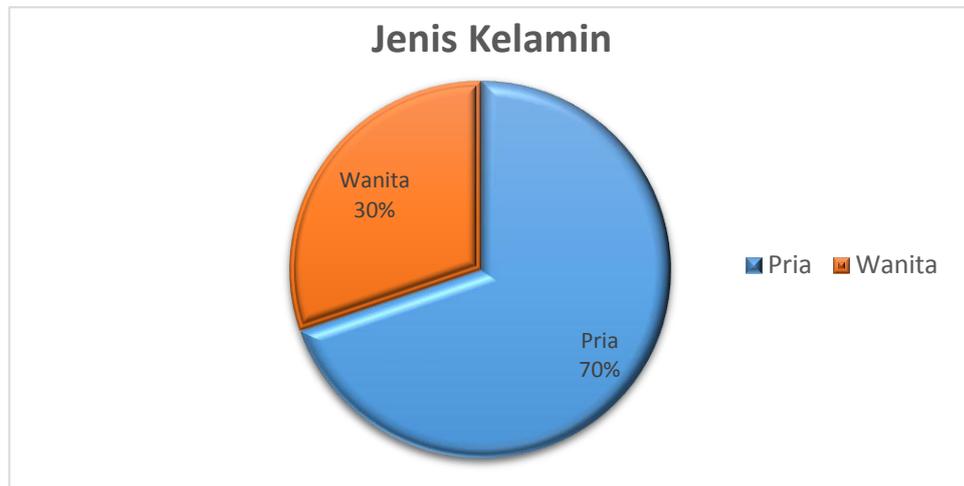
Informasi mengenai jenis kelamin responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut :

Tabel 4.10 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
---------------	------------------	----------------

Pria	196	70%
Wanita	85	30%
Jumlah	281	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2020)



Gambar 4.2 Jenis kelamin responden

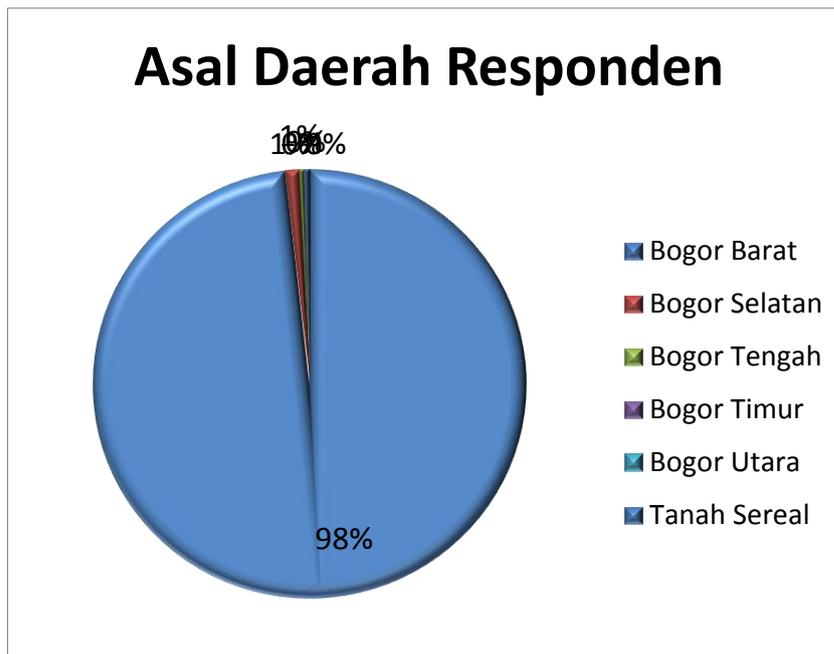
Berdasarkan data diatas, dari 281 orang Responden yang diteliti sebanyak 73% merupakan responden berjenis kelamin Pria sedangkan sisanya sebanyak 27% merupakan jenis responden berjenis kelamin wanita. Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh pengunjung berjenis kelamin Pria.

4.4.3 Asal Daerah Responden

Tabel 4.11 Asal Daerah Responden

Asal Daerah	Jumlah Responden	Persentase (%)
Bogor Barat	276	98
Bogor Selatan	3	010
Bogor Tengah	1	003
Bogor Timur	0	0
Bogor Utara	0	0
Tanah Sereal	1	003
Jumlah	281	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2020)



Gambar 4.3 Asal Daerah Responden

Berdasarkan data diatas, dari 281 orang Responden yang diteliti sebanyak 98% merupakan responden dengan asal daerah Bogor Barat, sebanyak 1% merupakan responden dengan asal daerah Bogor Selatan. Sebanyak 0,3% merupakan responden asal daerah Bogor Tengah, sebanyak 0,3% merupakan dengan asal daerah Tanah sereal dan tidak ada responden asal Bogor Timur dan Bogor Utara .Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh pengunjung asal daerah Bogor Barat.

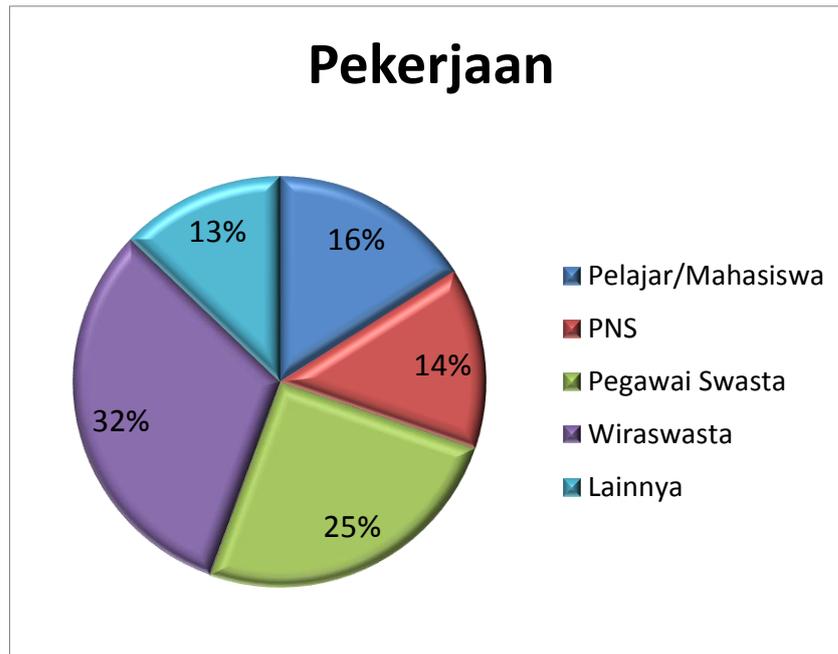
4.4.4 Pekerjaan Responden

Informasi mengenai pekerjaan responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut:

Tabel 4.12 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	45	60
Pegawai Negeri	40	12
Pegawai Swasta	71	11
Wiraswasta	89	7
Lainnya	36	10
Jumlah	281	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2020)



Gambar 4.4 Pekerjaan Responden

Berdasarkan data diatas, dari 81 orang reponden yang diteliti 16% diantaranya merupakan dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, 14% responden merupakan Pegawai Negeri Sipil, 25% responden merupakan Pegawai Swasta, 32% responden merupakan Wiraswasta, dan 13% merupakan lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak pada penelitian ini adalah responden dengan pekerjaan Wiraswasta .

4.4.5 Kunjungan Pelanggan Dalam Kurun Waktu selama 3 bulan

Informasi mengenai Kunjungan Per 3 bulan responden melakukan *service* di Mega Motor Honda Bogor.

Tabel 4.13 Kunjungan Dalam Kurun Waktu 3 Bulan

Kunjungan Dalam Kurun Waktu 3 Bulan	Jumlah Responden	Persentase (%)
< 2	159	59
2 – 3	96	38
> 3	26	3
Jumlah	281	100

Sumber : Data Primer, Kunjungan Pelanggan Dalam Kurun Waktu 3 Bulan, 2020



Gambar 4.5 Kunjungan Dalam Kurun Waktu 3 Bulan

Berdasarkan data diatas, Tingkat Kunjungan dalam kurun waktu 3 bulan responden <2 sebanyak 59%, untuk 2-3 kali perminngu sebanyak 35%, dan untuk kunjungan perminngu >3 sebanyak 6%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berkunjung dalam kurun waktu 3 bulan yaitu < 2 yaitu dengan persentase 59%.

4.5. Pembahasan

Sebagai usaha dalam bidang jasa, kualitas pelayanan merupakan suatu faktor penting dalam menentukan kelangsungan dan keberhasilan usaha. Pelayanan digambarkan sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan Dealer Mega Motor Honda Bogor digunakan penilaian terhadap indikator kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty dengan kategori penilaian sebagai berikut : Sangat Baik, Baik, Tidak Baik, dan Sangat Tidak Baik. Adapun tingkat kinerja Kualitas Pelayanan dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Resoinden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Pelaksanaan dalam penerapan kinerja pelayanan adalah sebagai berikut :

Reability (Keandalan)

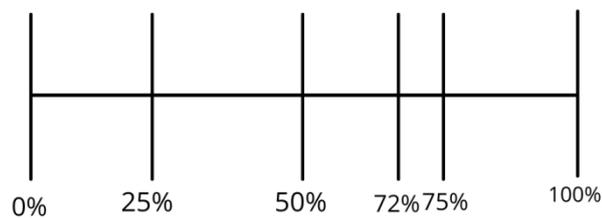
Atribut yang termasuk kedalam indikator produk fisik (Tangible) adalah sebagai berikut :

1. Ketelitian pengerjaan oleh mekanik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	48	4	192
Memuaskan	179	3	
Tidak Memuaskan	52	2	88
Sangat Tidak Memuaskan	2	1	0
Jumlah	281		1012

Sumber : Data Primer Kuesioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1012}{5(281)} = 72\%$$



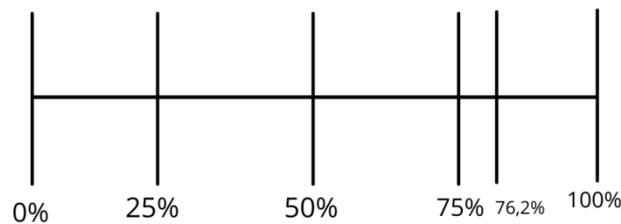
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja kepuasan ketelitian pengerjaan oleh mekanik terhadap 281 Responden yaitu sebesar 72% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan ketelitian pengerjaan oleh mekanik pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

2. kecekatan mekanik dalam melayani pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	59	4	236
Memuaskan	177	3	531
Tidak Memuaskan	45	2	90
Sangat Tidak Memuaskan	0	1	0
Jumlah	281		857

Sumber : Data Primer Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{857}{4(281)} = 76,2\%$$



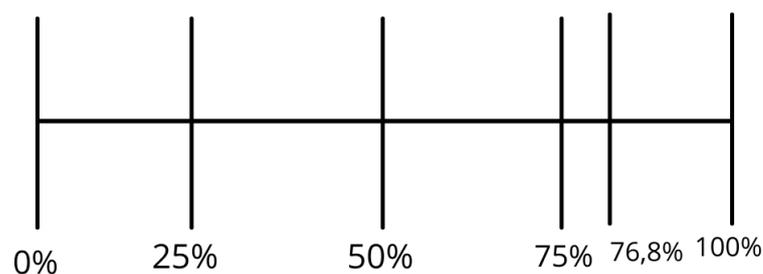
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan kecekatan mekanik dalam melayani pelanggan terhadap 281 Responden yaitu sebesar 76,2% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

3. Jumlah mekanik yang sebanding dengan kendaraan yang di-service?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	60	4	240
Memuaskan	183	3	549
Tidak Memuaskan	37	2	74
Sangat Tidak Memuaskan	1	1	1
Jumlah	281		864

Sumber : Data Primer Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{864}{4(281)} = 76,8\%$$



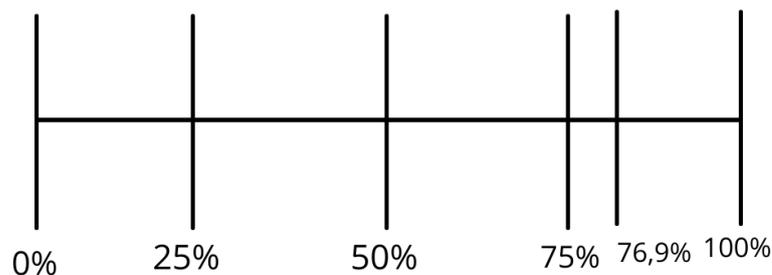
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan jumlah mekanik yang sebanding dengan kendaraan yang di-service terhadap 281 Responden yaitu sebesar 76,8% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan jumlah mekanik yang sebanding dengan kendaraan yang di-service pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Memuaskan**

4. Kecapatan pengerjaan oleh mekanik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	60	4	240
Memuaskan	184	3	552
Tidak Memuaskan	36	2	72
Sangat Tidak Memuaskan	1	1	1
Jumlah	281		865

Sumber : Data Primer Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{865}{4(281)} = 76,9\%$$



Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Kecapatan pengerjaan oleh mekanik terhadap 281 Responden yaitu sebesar 76,9% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Kecapatan pengerjaan oleh mekanik memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

Responsiveness (Daya tanggap)

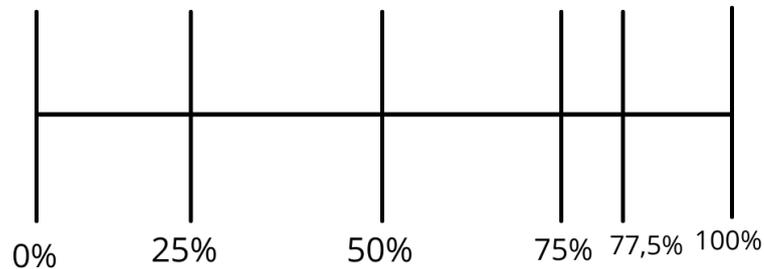
Atribut untuk menilai Responsiveness (Daya tanggap) terdiri atas :

1. Adanya penjelasan petugas tentang kualitas suku cadang asli dari pabrik dengan yang tidak asli dari pabrik ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	62	4	248
Memuaskan	187	3	561
Tidak Memuaskan	31	2	62
Sangat Tidak Memuaskan	1	1	1
Jumlah	281		872

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{872}{4(281)} = 77,5\%$$



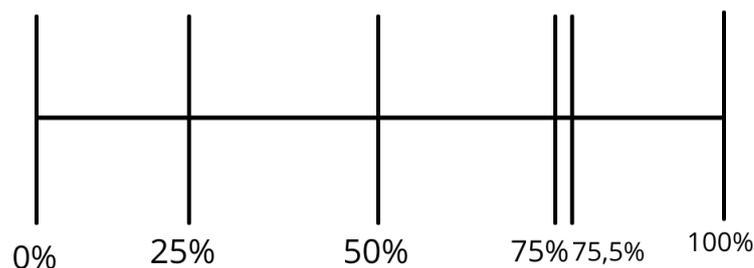
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Adanya penjelasan petugas tentang kualitas suku cadang asli dari pabrik dengan yang tidak asli dari pabrik terhadap 281 Responden yaitu sebesar 77,5% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Adanya penjelasan petugas tentang kualitas suku cadang asli dari pabrik dengan yang tidak asli dari pabrik memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

2. Adanya Petugas yang memberi kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	43	4	172
Memuaskan	202	3	606
Tidak Memuaskan	35	2	70
Sangat Tidak Memuaskan	1	1	1
Jumlah	281		849

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{849}{4(281)} = 75,5\%$$



Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Adanya Petugas yang memberi kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang terhadap 281 Responden yaitu sebesar 75,5% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Adanya Petugas yang memberi

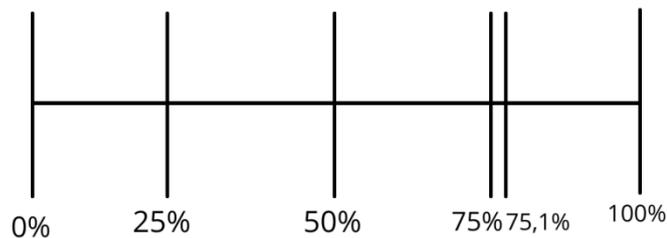
kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang memiliki penilaian yang **Memuaskan**

3. Harga *service* yang standar dan sistem pembayaran yang mudah dan cepat

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	48	4	192
Memuaskan	187	3	561
Tidak Memuaskan	46	2	92
Sangat Tidak Memuaskan	0	1	0
Jumlah	281		845

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{845}{4(281)} = 75,1\%$$



Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Harga *service* yang standar dan sistem pembayaran yang mudah dan cepat terhadap 281 Responden yaitu sebesar 75,1% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Harga *service* yang standar dan sistem pembayaran yang mudah dan cepat memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

Assurance (jaminan)

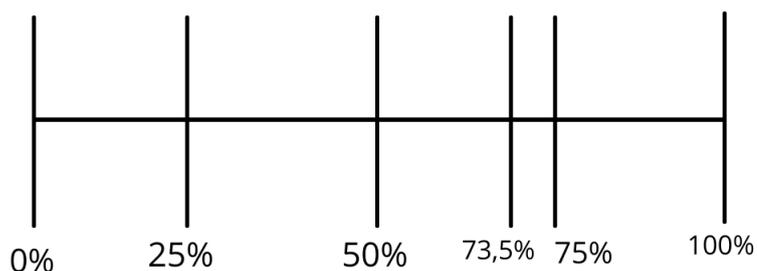
Atribut untuk menilai Assurance (jaminan) adalah sebagai berikut :

1. kualitas *service* yang diberikan yang diberikan oleh mekanik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	47	4	188
Memuaskan	177	3	531
Tidak Memuaskan	51	2	102
Sangat Tidak Memuaskan	6	1	6
Jumlah	281		827

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{827}{4(281)} = 73,5\%$$



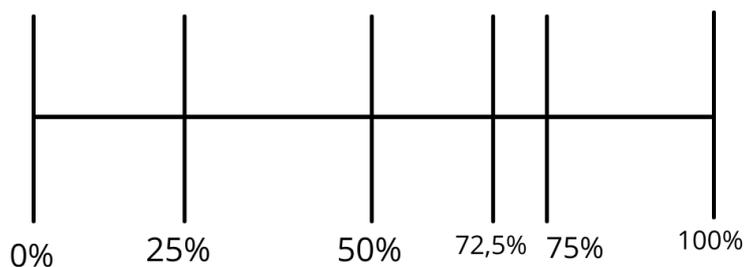
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan kualitas *service* yang diberikan yang diberikan oleh mekanik terhadap 281 Responden yaitu sebesar 73,5% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan kualitas *service* yang diberikan yang diberikan oleh mekanik memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

2. Kualitas spare part yang terjamin ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	41	4	164
Memuaskan	176	3	528
Tidak Memuaskan	59	2	118
Sangat Tidak Memuaskan	5	1	5
Jumlah	281		815

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{815}{4(281)} = 72,5\%$$



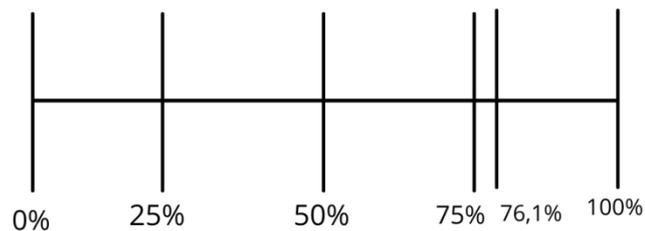
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Kualitas spare part yang terjamin terhadap 281 Responden yaitu sebesar 72,5% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Kualitas spare part yang terjamin memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

3. Kemudahan memperoleh *spare part* ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	52	4	208
Memuaskan	190	3	570
Tidak Memuaskan	39	2	78
Sangat Tidak Memuaskan	0	1	0
Jumlah	281		856

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{856}{4(281)} = 76,1\%$$



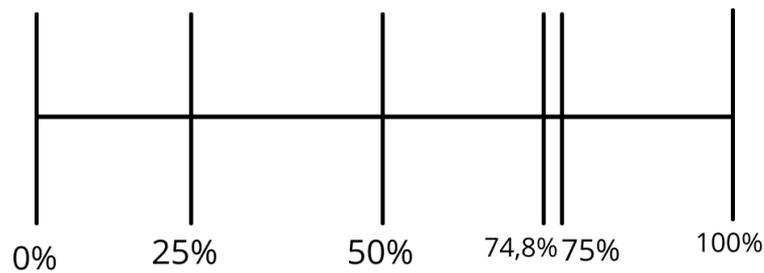
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Kemudahan memperoleh spare part terhadap 281 Responden yaitu sebesar 76,1% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Kemudahan memperoleh spare part memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

4. Merasa aman selama berurusan (*service*) dengan *dealer* ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	35	4	150
Memuaskan	200	3	600
Tidak Memuaskan	45	2	90
Sangat Tidak Memuaskan	1	1	1
Jumlah	281		841

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{841}{4(281)} = 74,8\%$$



Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Merasa aman selama berurusan (*service*) dengan *dealer* terhadap 281 Responden yaitu sebesar 74,8% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kMerasa aman selama berurusan (*service*) dengan *dealer* memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

Emphaty (Empati)

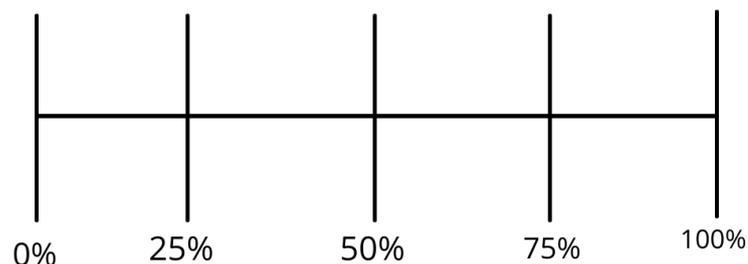
Atribut yang termasuk kedalam indikator Emphaty (Empati) sebagai berikut :

1. Adanya kemudahan pendaftaran ketika service ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	52	4	208
Memuaskan	182	3	546
Tidak Memuaskan	42	2	84
Sangat Tidak Memuaskan	5	1	5
Jumlah	281		843

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{843}{4(281)} = 75\%$$



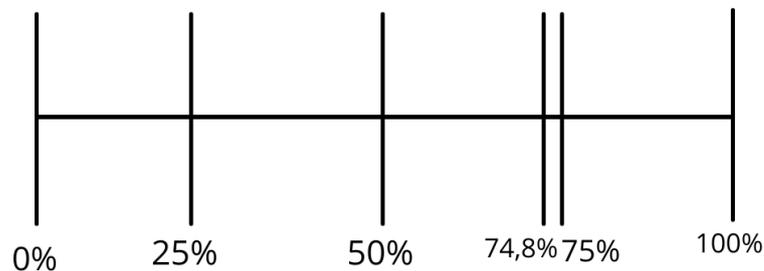
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Adanya kemudahan pendaftaran ketika service terhadap 281 Responden yaitu sebesar 75% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Adanya kemudahan pendaftaran ketika service memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

2. Pelayanan yang sopan dan ramah petugas tempat pendaftaran ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	47	4	188
Memuaskan	189	3	567
Tidak Memuaskan	41	2	82
Sangat Tidak Memuaskan	4	1	4
Jumlah	281		841

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{841}{4(281)} = 74,8\%$$



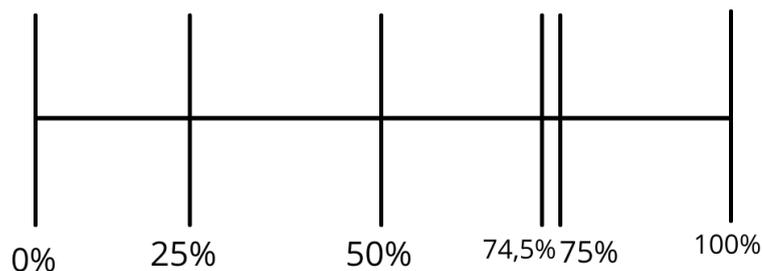
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Pelayanan yang sopan dan ramah petugas tempat pendaftaran terhadap 281 Responden yaitu sebesar 74,8% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Pelayanan yang sopan dan ramah petugas tempat pendaftaran memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

3. Pelayan yang sopan dan ramah dari para mekanik ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	45	4	180
Memuaskan	188	3	564
Tidak Memuaskan	46	2	92
Sangat Tidak Memuaskan	2	1	2
Jumlah	281		838

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{838}{4(281)} = 74,5\%$$



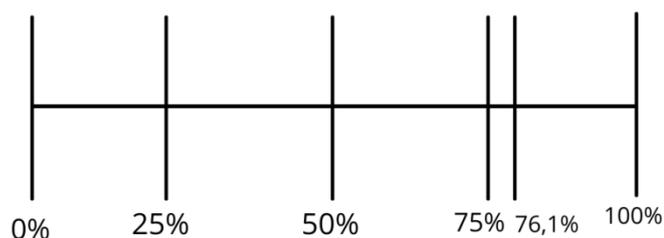
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Pelayan yang sopan dan ramah dari para mekanik terhadap 281 Responden yaitu sebesar 74,5% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Pelayan yang sopan dan ramah dari para mekanik memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

4. Merasa aman selama berurusan (*service*) dengan *dealer* ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	62	4	248
Memuaskan	171	3	513
Tidak Memuaskan	47	2	94
Sangat Tidak Memuaskan	1	1	1
Jumlah	281		856

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{856}{4(281)} = 76,1\%$$



Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan merasa aman selama berurusan (*service*) dengan dealer terhadap 281 Responden yaitu sebesar 76,1% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan merasa aman selama berurusan (*service*) dengan dealer memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

Tangible (Berwujud)

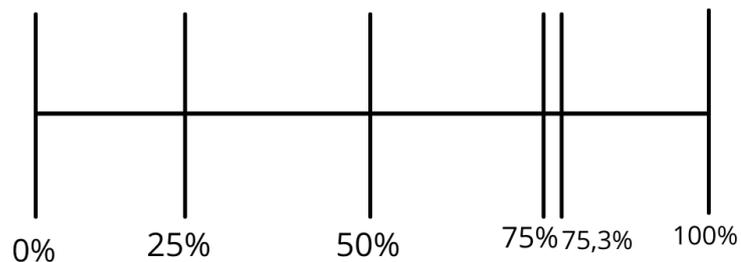
Atribut yang termasuk kedalam indikator *Tangible* (Berwujud) sebagai berikut:

1. Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV,majalah,koran,wifi,dll)?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	60	4	240
Memuaskan	167	3	501
Tidak Memuaskan	52	2	104
Sangat Tidak Memuaskan	2	1	2
Jumlah	281		847

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{847}{4(281)} = 75,3\%$$

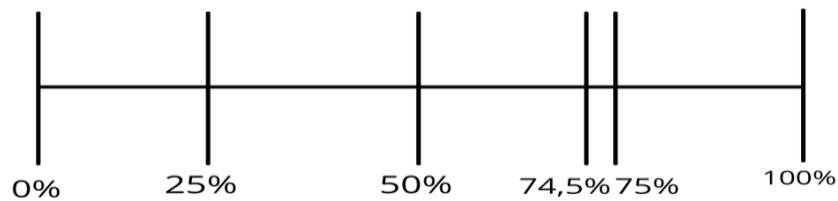


Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV,majalah,koran,wifi,dll) terhadap 281 Responden yaitu sebesar 75,3% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV,majalah,koran,wifi,dll) memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

2. Tingkat kebersihan ruangan tunggu

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	50	4	200
Memuaskan	180	3	540
Tidak Memuaskan	47	2	94
Sangat Tidak Memuaskan	4	1	4
Jumlah	281		838

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{758}{4(281)} = 74,5\%$$



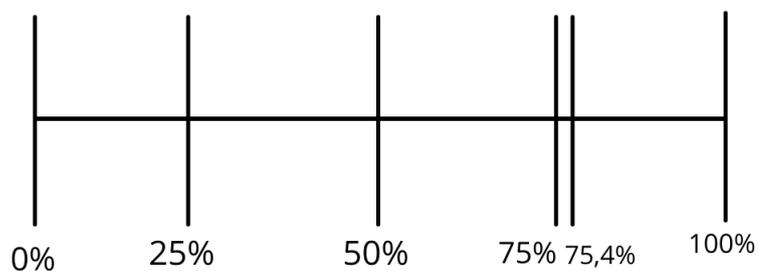
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Tingkat kebersihan ruangan tunggu terhadap 281 Responden yaitu sebesar 74,5 % penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Tingkat kebersihan ruangan tunggu memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

3. Apakah anda merasa puas dengan tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu,kebisiangan,dan pencahayaan) ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	66	4	264
Memuaskan	158	3	474
Tidak Memuaskan	53	2	106
Sangat Tidak Memuaskan	4	1	4
Jumlah	281		848

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{848}{4(281)} = 75,4\%$$



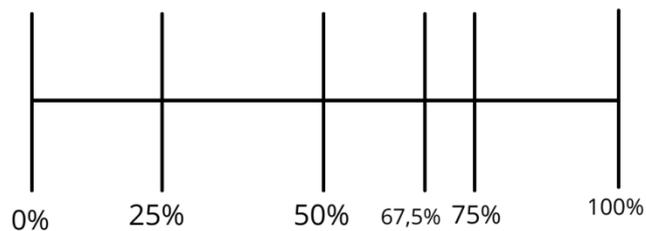
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Apakah anda merasa puas dengan tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu,kebisiangan,dan pencahayaan) terhadap 281 Responden yaitu sebesar 75,4% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Apakah anda merasa puas dengan tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu,kebisiangan,dan pencahayaan) memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

4. Keluasan area lahan parkir yang disediakan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Memuaskan	46	4	224
Memuaskan	107	3	321
Tidak Memuaskan	86	2	172
Sangat Tidak Memuaskan	42	1	42
Total	281		759

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{839}{4(281)} = 67,5\%$$



Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan keluasan area lahan parkir yang disediakan terhadap 281 Responden yaitu sebesar 67,5% penilaian pelanggan terhadap kinerja kepuasan dengan Keluasan area lahan parkir yang disediakan memiliki penilaian yang **Tidak Memuaskan**.

Tabel 4.14 Hasil Keseluruhan Penilaian Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kualitas Pelayanan Dealer Mega Motor Honda Bogor.

No.	Indikator	Pertanyaan	Nilai Tanggapan Responden	Kriteria
1.	<i>Reability</i> (Keandalan)	Apakah anda merasa puas dengan ketelitian pengerjaan oleh mekanik?	72,0%	Memuaskan
		Apakah anda merasa puas dengan kecekatan mekanik dalam melayani pelanggan?	76,2%	Memuaskan
		Apakah anda merasa puas dengan jumlah mekanik yang sebanding dengan kendaraan yang di-service ?	76,8%	Memuaskan
		Apakah anda merasa puas dengan kecepatan pengerjaan oleh mekanik?	76,9%	Memuaskan
Rata-rata			75,4%	
2.	<i>Responsiveness</i> (Daya	Apakah anda merasa puas dengan adanya penjelasan petugas tentang kualitas suku	77,5 %	Memuaskan

	tanggap)	cadang asli dari pabrik dengan yang tidak asli dari pabrik ?		
		Apakah anda merasa puas dengan petugas yang memberi kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang ?	75,5 %	Memuaskan
		Apakah anda merasa puas dengan harga service yang standar dan sistem pembayaran yang mudah dan cepat ?	75,1%	Memuaskan
Rata-rata			76,0%	
3.	<i>Assurance</i> (jaminan)	Apakah anda merasa puas dengan kualitas service yang diberikan?	73,5%	Memuaskan
		Apakah anda mersa puas dengan kualitas spare part yang terjamin ?	72,5%	Memuaskan
		Apakah anda merasa puas dengan kemudahan memperoleh spare part ?	76,1%	Memuaskan
		Apakah anda merasa aman selama berurusan (service) dengan dealer ?	74,8%	Memuaskan
Rata-rata			74,1%	
4.	<i>Emphaty</i> (Empati)	Apakah anda merasa puas dengan kualitas service yang diberikan?	75,0%	Memuaskan
		Apakah anda mersa puas dengan kualitas spare part yang terjamin ?	74,8%	Memuaskan
		Apakah anda merasa puas dengan kemudahan memperoleh spare part ?	74,5%	Memuaskan
		Apakah anda merasa aman selama berurusan (service) dengan dealer ?	76,1%	Memuaskan
Rata-rata			75,1%	
5.	<i>Tangible</i> (Berwujud)	Apakah anda merasa puas dengan kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV,majalah,koran,wifi,dll)?	75,3%	Memuaskan
		Apakah anda merasa puas dengan kebersihan ruangan ?	74,5%	Memuaskan
		Apakah anda merasa puas dengan tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu,kebisiangan,dan pencahayaan) ?	75,4%	Memuaskan
		Apakah anda merasa puas dengan area lahan	67,5%	Tidak

	parkir yang disediakan ?		Memuaskan
Rata-rata		73,1%	
Total rata-rata keseluruhan		373,7	
Rata-rata keseluruhan		74,7%	

Sumber : data diolah oleh peneliti tahun 2020

Hasil nilai skor rata-rata tersebut di uji dapat dilihat dengan nilai interval kualitas sebagai berikut :

Tabel 4.16 *Interval* Kualitas Pelayanan

Nilai Interval (%)	Kriteria	Presentase (%)
0- 24	Sangat tidak memuaskan	
25 - 49	Tidak memuaskan	
50 – 74	Memuaskan	75,2%
75 – 100	Sangat memuaskan	

Sumber : Data diolah oleh peneiliti tahun 2020

Berdasarkan hasil *interval* kualitas pelayanan di atas, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dengan total rata-rata sebesar 75,2% yaitu **memuaskan**

Adapun tingkat Harapan Kualitas Pelayanan dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Resoinden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Pelaksanaan dalam penerapan kinerja pelayanan adalah sebagai berikut :

A.Reability (Keandalan)

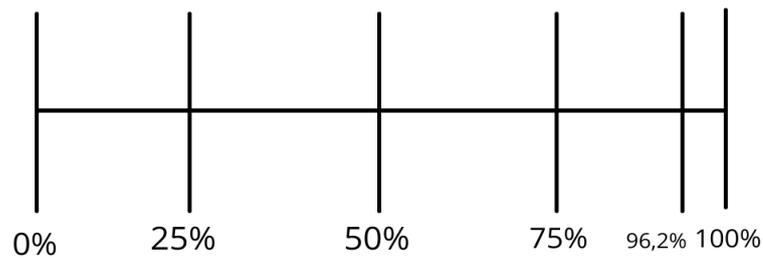
Atribut yang termasuk kedalam indikator produk fisik (*Tangible*) adalah sebagai berikut :

1. Ketelitian pengerjaan oleh mekanik?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	240	4	960
Penting	40	3	120
Tidak Penting	1	2	2
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1082

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{1082}{4(281)} = 96,2\%$$



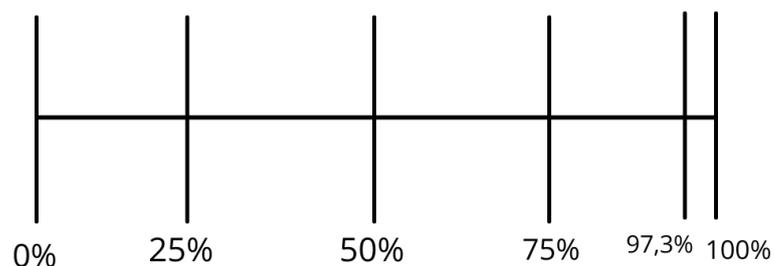
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja kepuasan ketelitian pengerjaan oleh mekanik terhadap 281 Responden yaitu sebesar 96,2% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan ketelitian pengerjaan oleh mekanik pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Memuaskan**.

2. Kecekatan mekanik dalam melayani pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	251	4	1004
Penting	30	3	90
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1094

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{1094}{4(281)} = 97,3\%$$



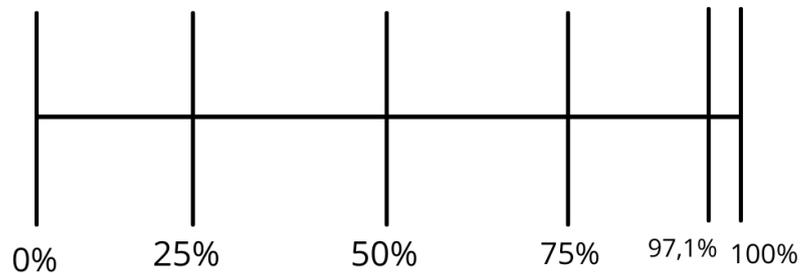
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Kecekatan mekanik dalam melayani pelanggan terhadap 281 Responden yaitu sebesar 97,3% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Kecekatan mekanik dalam melayani pelanggan pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

3. Jumlah mekanik yang sebanding dengan kendaraan yang di-service

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	249	4	996
Penting	32	3	96
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1092

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1092}{4(281)} = 97,1\%$$



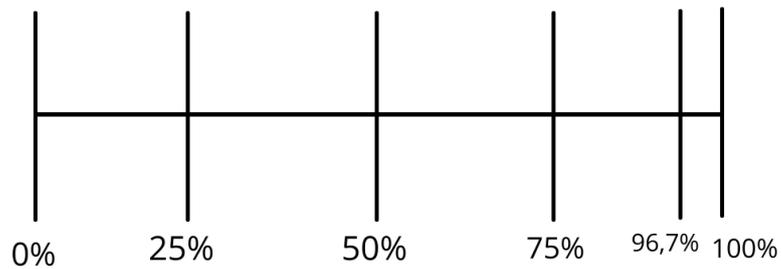
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Jumlah mekanik yang sebanding dengan kendaraan yang di-service terhadap 281 Responden yaitu sebesar 97,1% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Jumlah mekanik yang sebanding dengan kendaraan yang di-service pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

4. Kecapatan pengerjaan oleh mekanik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	245	4	980
Penting	35	3	105
Tidak Penting	1	2	2
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1087

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1087}{4(281)} = 96,7\%$$



Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Kecapatan pengerjaan oleh mekanik terhadap 281 Responden yaitu sebesar 96,7% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Kecapatan pengerjaan oleh mekanik memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

Responsiveness (Daya tanggap)

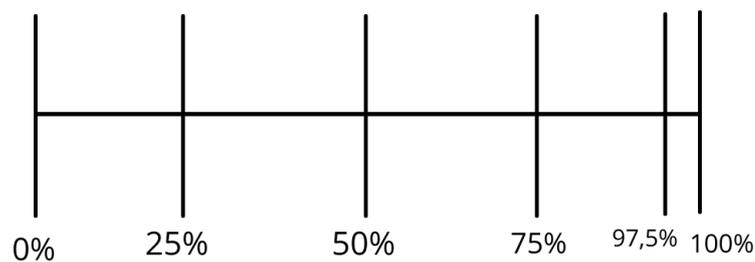
Atribut untuk menilai Responsiveness (Daya tanggap) terdiri atas :

1. Adanya penjelasan petugas tentang kualitas suku cadang asli dari pabrik dengan yang tidak asli dari pabrik ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	254	4	1016
Penting	27	3	81
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1097

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{1097}{4(281)} = 97,5\%$$



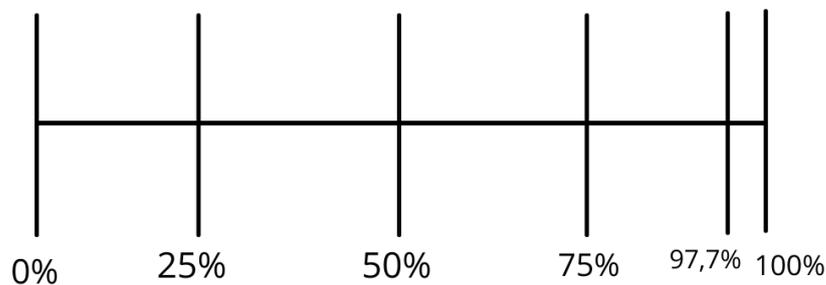
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Adanya penjelasan petugas tentang kualitas suku cadang asli dari pabrik dengan yang tidak asli dari pabrik terhadap 281 Responden yaitu sebesar 97,5% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Adanya penjelasan petugas tentang kualitas suku cadang asli dari pabrik dengan yang tidak asli dari pabrik pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

2. Petugas yang memberi kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	256	4	1024
Penting	25	3	75
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1099

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1099}{4(281)} = 97,7\%$$



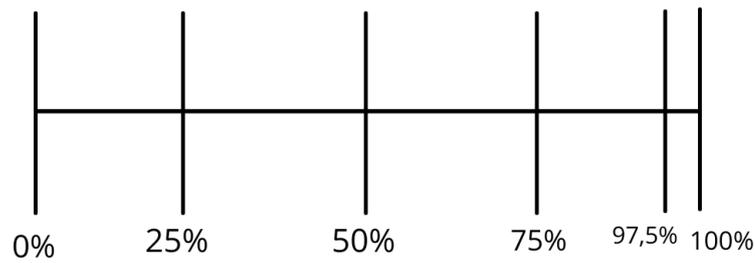
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan Petugas yang memberi kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang terhadap 281 Responden yaitu sebesar 97,1% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Petugas yang memberi kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

3. Harga service yang standar dan sistem pembayaran yang mudah dan cepat ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	254	4	1016
Penting	27	3	81
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1097

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1097}{4(281)} = 97,5\%$$



Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan harga service yang standar dan sistem pembayaran yang mudah dan cepat terhadap 281 Responden yaitu sebesar 97,5% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan harga service yang standar dan sistem pembayaran yang mudah dan cepat pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

Assurance (jaminan)

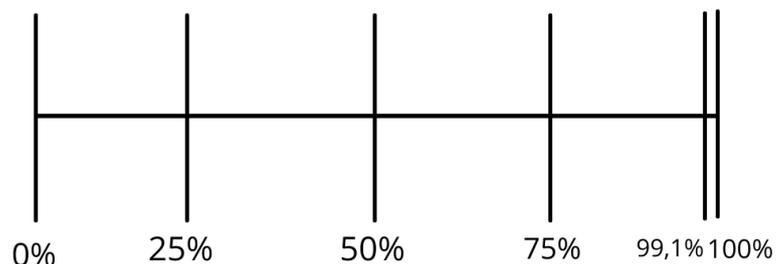
Atribut untuk menilai Assurance (jaminan) adalah sebagai berikut :

1. Apakah anda merasa puas dengan kualitas service yang diberikan?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	272	4	1088
Penting	9	3	27
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1115

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1115}{4(281)} = 99,1\%$$



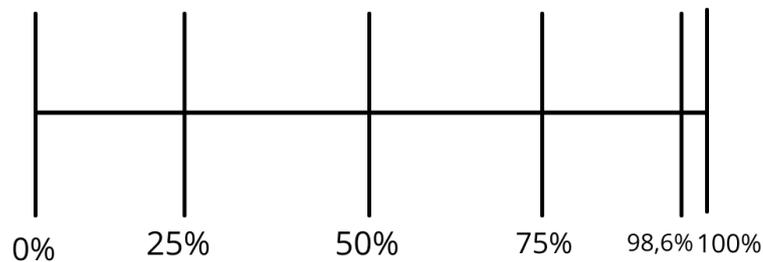
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Apakah anda merasa puas dengan kualitas service yang diberikan terhadap 281 Responden yaitu sebesar 99,1% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan apakah anda merasa puas dengan kualitas service yang diberikan pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

2. Kualitas spare part yang terjamin

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	266	4	1064
Penting	15	3	45
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1109

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1109}{4(281)} = 98,6\%$$



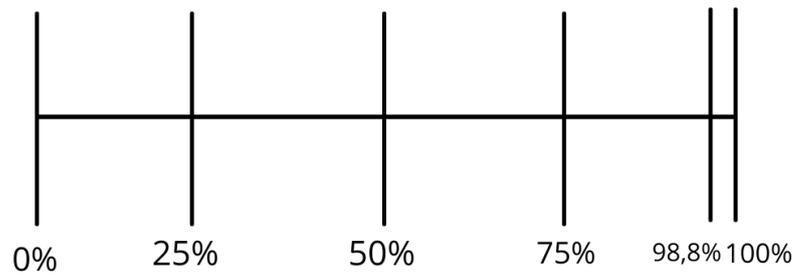
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Kualitas spare part yang terjamin terhadap 281 Responden yaitu sebesar 97,1% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Kualitas spare part yang terjamin dengan kendaraan yang di-service pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

3. Kemudahan memperoleh spare part ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	268	4	1072
Penting	13	3	39
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1111

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1111}{4(281)} = 98,8\%$$



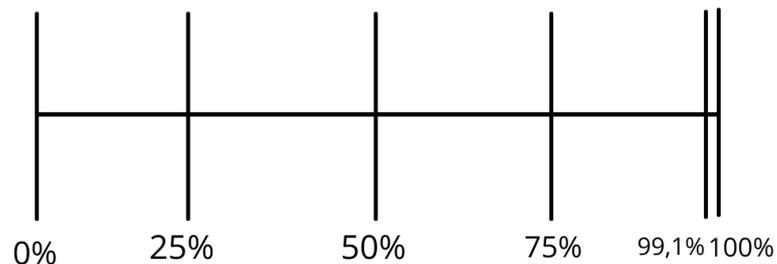
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan kemudahan memperoleh spare part terhadap 281 Responden yaitu sebesar 98,8% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan kemudahan memperoleh spare part pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

4. Merasa aman selama berurusan (*service*) dengan dealer

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	271	4	1084
Penting	10	3	30
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1084

Sumber : Data Kuisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{1114}{4(281)} = 99,1\%$$



Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Merasa aman selama berurusan (*service*) dengan dealer terhadap 281 Responden yaitu sebesar 99,1% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Merasa aman selama berurusan (*service*) dengan dealer pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

Emphaty (Empati)

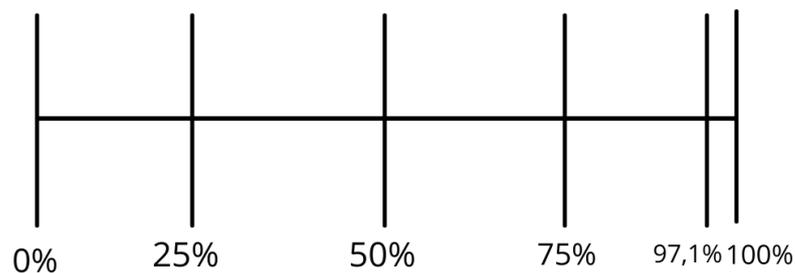
Atribut yang termasuk kedalam indikator Emphaty (Empati) sebagai berikut :

1. Adanya kemudahan pendaftaran ketika service ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	249	4	996
Penting	32	3	96
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1092

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1092}{4(281)} = 97,1\%$$



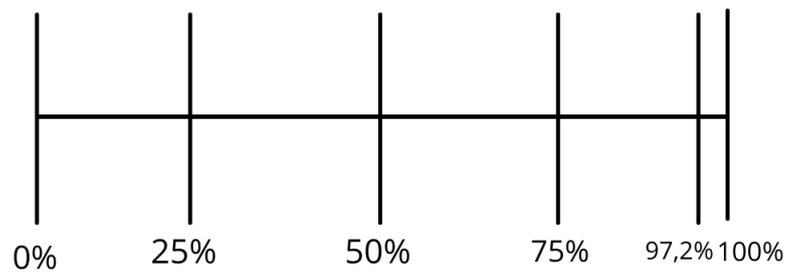
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada kinerja dengan kepuasan adanya kemudahan pendaftaran ketika service terhadap 281 Responden yaitu sebesar 97,1% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Adanya kemudahan pendaftaran ketika service pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

2. Pelayanan yang sopan dan ramah petugas tempat pendaftaran

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	250	4	1000
Penting	31	3	93
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1093

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1093}{4(281)} = 97,2\%$$



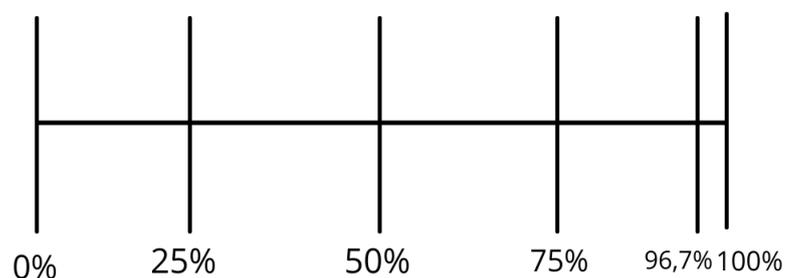
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Pelayanan yang sopan dan ramah petugas tempat pendaftaran terhadap 281 Responden yaitu sebesar 97,2% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Pelayanan yang sopan dan ramah petugas tempat pendaftaran pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

3. Pelayan yang sopan dan ramah dari para mekanik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	244	4	976
Penting	37	3	111
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1087

Sumber : Data Kuisiner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1087}{4(281)} = 96,7\%$$



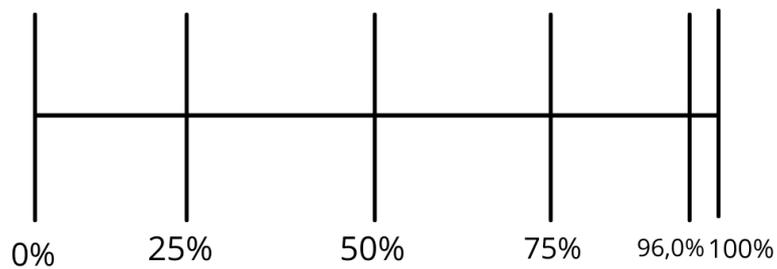
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Pelayan yang sopan dan ramah dari para mekanik terhadap 281 Responden yaitu sebesar 96,7% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Pelayan yang sopan dan ramah dari para mekanik pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

4. Karyawan peduli akan keluhan pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	260	4	1040
Penting	21	3	63
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		2080

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{1080}{4(281)} = 96,0\%$$



Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Karyawan peduli akan keluhan pelanggan terhadap 281 Responden yaitu sebesar 96,0% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Karyawan peduli akan keluhan pelanggan pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

Tangible (Berwujud)

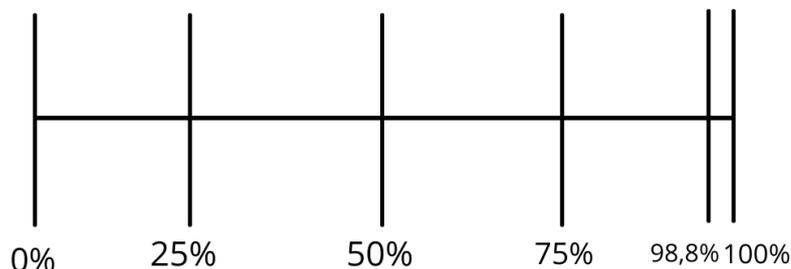
Atribut yang termasuk kedalam indikator Tangible (Berwujud) adalah sebagai berikut :

1. Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV, majalah, koran, wifi, dll)?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	268	4	1072
Penting	13	3	39
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1111

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1111}{4(281)} = 98,8\%$$



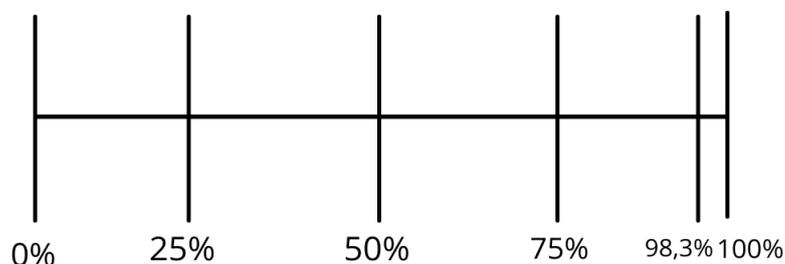
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV,majalah,koran,wifi,dll) terhadap 281 Responden yaitu sebesar 98,8% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV,majalah,koran,wifi,dll) pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

2. Kebersihan ruang tunggu

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	263	4	1052
Penting	18	3	54
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1106

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1106}{4(281)} = 98,3\%$$



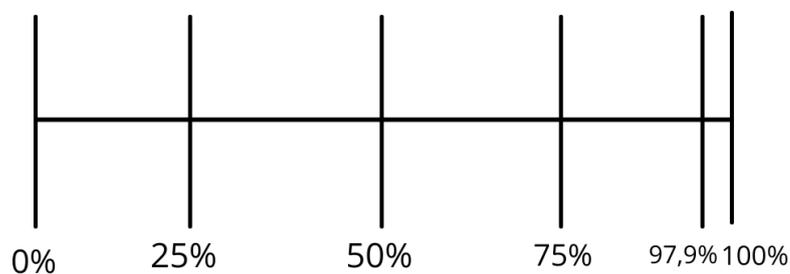
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Kebersihan ruang tunggu terhadap 281 Responden yaitu sebesar 98,3% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan kebersihan ruang tunggu pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

3. Tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu,kebisiangan,dan pencahayaan) ?

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	258	4	1032
Penting	23	3	69
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1101

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1101}{4(281)} = 97,9\%$$



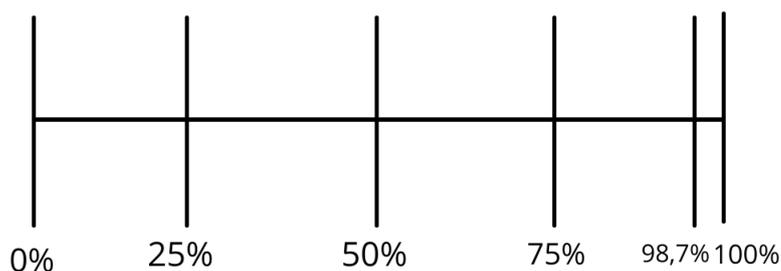
Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu,kebisiangan,dan pencahayaan) terhadap 281 Responden yaitu sebesar 97,9% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu,kebisiangan,dan pencahayaan) pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

4. Keluasan area lahan parkir yang disediakan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Penting	263	4	1056
Penting	18	3	54
Tidak Penting	0	2	0
Sangat Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	281		1110

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2020

$$Total\ tanggapan\ responden = \frac{1110}{4(281)} = 98,7\%$$



Dari perhitungan di atas diperoleh hasil penilaian pada Kinerja dengan kepuasan Keluasan area lahan parkir yang disediakan terhadap 281 Responden yaitu sebesar 98,7% penilaian pelanggan terhadap Kinerja kepuasan dengan Keluasan area lahan parkir yang disediakan pada dealer Mega Motor Honda Bogor memiliki penilaian yang **Sangat Penting**.

Tabel 4.17 Hasil Keseluruhan Penilaian Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kualitas Pelayanan Dealer Mega Motor Honda Bogor.

No	Indikator	Pertanyaan	Nilai Tanggapan Responden	Kriteria
1.	<i>Reability</i> (Keandalan)	Apakah anda merasa puas dengan ketelitian pengerjaan oleh mekanik?	96,2%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa puas dengan kecekatan mekanik dalam melayani pelanggan?	97,3%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa puas dengan jumlah mekanik yang sebanding dengan kendaraan yang diservice?	97,1%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa puas dengan kecepatan pengerjaan oleh mekanik?	97,5%	Sangat Penting
Rata-rata			97,0%	
2.	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	Apakah anda merasa puas dengan adanya penjelasan petugas tentang kualitas suku cadang asli dari pabrik dengan yang tidak asli dari pabrik ?	99,1%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa puas	98,6%	Sangat

		dengan petugas yang memberi kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang ?		Penting
		Apakah anda merasa puas dengan harga service yang standar dan sistem pembayaran yang mudah dan cepat ?	98,8%	Sangat Penting
Rata-rata			98,8%	
3.	<i>Assurance</i> (jaminan)	Apakah anda merasa puas dengan kualitas service yang diberikan?	99,1%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa puas dengan kualitas spare part yang terjamin ?	98,6%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa puas dengan kemudahan memperoleh spare part ?	98,8%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa aman selama berurusan (service) dengan dealer ?	99,1%	Sangat Penting
Rata-rata			98,9%	
4.	<i>Emphaty</i> (Empati)	Apakah anda merasa puas dengan kualitas service yang diberikan?	97,1%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa puas dengan kualitas spare part yang terjamin ?	97,2%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa puas dengan kemudahan memperoleh spare part ?	96,7%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa aman selama berurusan (service) dengan dealer ?	96,0%	Sangat Penting
Rata-rata			96,75%	
5.	<i>Tangible</i>	Apakah anda merasa puas	98,8%	Sangat

	(Berwujud)	dengan kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV,majalah,koran,wifi,dll)?		Penting
		Apakah anda merasa puas dengan kebersihan ruangan ?	98,3%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa puas dengan tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu, kebisiangan,dan pencahayaan) ?	97,9%	Sangat Penting
		Apakah anda merasa puas dengan area lahan parkir yang disediakan ?	98,7%	Sangat Penting
Rata-rata			98,4%	
Total rata-rata keseluruhan			489,8	
Rata-rata keseluruhan			97,9%	

Sumber : data diolah oleh peneliti tahun 2020

Hasil nilai skor rata-rata tersebut di uji dapat dilihat dengan nilai interval kualitas sebagai berikut :

Tabel 4.18 *Interval Kepuasan Pelanggan*

Nilai Interval (%)	Kriteria	Presentase (%)
0-39	Sangat tidak Penting	
40-59	Tidak Penting	
70-89	Penting	
90-100	Sangat Penting	97,9%

Sumber : Data diolah oleh peneiliti tahun 2020

Berdasarkan hasil interval kualitas pelayanan di atas, dapat diketahui bhawa kualitas pelayanan dengan total rata-rata sebesar **97,9%** yaitu **sangat penting**

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, bila asumis ini dilanggar maka uji statistik mejadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai Asynp si (2 tailed) hasil perhitungan kolmogrov-smirnov lebih besar dari $1/2\alpha$. Berikut tabel hasil output kolmogorov-Smirnov Test.

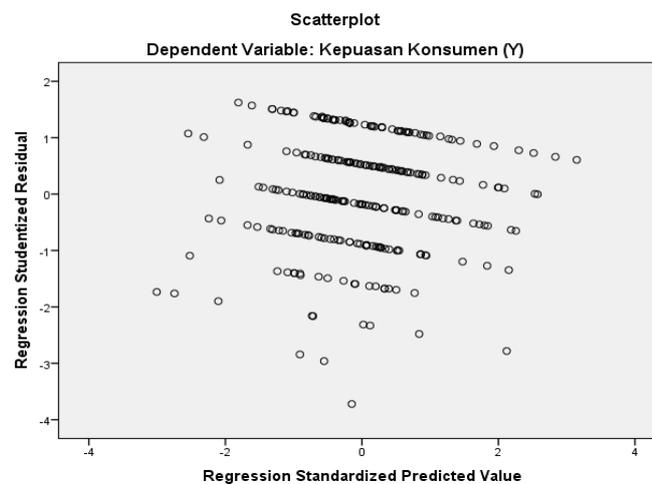
Tabel 4.19 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		281
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	0,62989561
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,052
	Negative	-,066
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,169 ^c

Sumber: Data diolah, SPSS 23 2020

Dari output diatas dapat diketahui nilai signifikansi (Asym Si. 2 tailed) melebihi 0,05 ($0,169 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

4.5.2 Uji Heterokedastisitas



Gambar 4.6 Scatterplot

Dari gambar di atas tampilan scatterplot terlihat bahwa plot menyebar secara acak di atas maupun di bawah nol pada sumbu *regression studentized residual*. Oleh karena itu, berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode analisis grafik, pada model yang terbentuk di atas tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.5.3 Uji Autokorelasi

Data yang digunakan untuk mengestimasi model regresi linier merupakan data *time series* maka diperlukan adanya uji asumsi terbebas dari autokorelasi.. Berikut ini adalah hasil Uji Autokorelasi dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel. 4.20 Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,137 ^a	,019	,001	,01829	2,069

a. Predictors: (Constant), Reliabilty, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai DW(durbin watson) sebesar 1,380 sedangkan berdasarkan tabel statistik Durbon Watson jumlah data dalam (n) sebesar 281 dan k sebanyak 5 (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai d_u sebesar 1,833 dan $(4-d_u) = 4 - 1,833 =$ sehingga $1,833 < 2,069 < 2,167$ yang hasilnya tidak terjadi autokolerasi.

4.5.4 Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolerasi, yaitu jika VIF yang dihasilkan diantara <10 dan nilai Tolerance > 0.1

Tabel 4.21 Coefficients^a

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	71,948	1,367		52,650	,000		
	Tangibles	,134	,062	,129	2,152	,032	,951	1,051
	Reliability	,023	,080	,017	,286	,775	,946	1,057
	Responsiveness	-,130	,057	-,135	-2,289	,023	,980	1,020
	Asurance	,053	,057	,056	,941	,348	,976	1,025
	Emphaty	,115	,057	,119	2,017	,045	,985	1,015

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

- Pada kolom tabel diatas uji multikolinieritas untuk Bukti Langsung (*Tangibles*) dapat dilihat nilai *tolerance* pada variabel tangibles sebesar $0,951 > 0,1$ dan nilai VIF $1,051 < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoleneritas.
- Pada kolom tabel diatas uji multikolinieritas Untuk Keandalan (*Reliability*) dapat dilihat nilai *tolerance* pada variabel tangibles sebesar $0,946 > 0,1$ dan nilai VIF $1,057 < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoleneritas.

- Pada kolom tabel diatas uji multikolinieritas Daya Tanggap (*Responsiveness*) dapat dilihat nilai *tolerance* pada variabel tangibles sebesar 0,980 > 0,1 dan nilai VIF 1,020 < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoleneritas.
- Pada kolom tabel diatas uji multikolinieritas Asuransi (*Assurance*) dapat dilihat nilai *tolerance* pada variabel tangibles sebesar 0,976 > 0,1 dan nilai VIF 1,025 < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoleneritas.
- Pada kolom tabel diatas uji multikolinieritas Empati (*Emphaty*) dapat dilihat nilai *tolerance* pada variabel tangibles sebesar 0,985 > 0,1 dan nilai VIF 1,015 < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoleneritas.

4.5.5 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.22 Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	71,948	1,367		52,650	,000		
	Tangibles	,134	,062	,129	2,152	,032	,951	,051
	Reliability	,023	,080	,017	,286	,775	,946	,057
	Responsiveness	-,130	,057	-,135	-2,289	,023	,980	,020
	Assurance	,053	,057	,056	,941	,348	,976	,025
	Emphaty	,115	,057	,119	2,017	,045	,985	,015

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5 + e$$

$$Y = 71,948 + 0,134X_1 + 0,023X_2 - 0,130X_3 + 0,053X_4 + 0,115X_5 + 1,367$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan apabila konstanta sebesar 71,948, artinya apabila variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy tidak ada atau nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen memiliki nilai sebesar 71,984.

Koefisien regresi tangibles sebesar 0,134 artinya terjadi peningkatan tangibles sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan peningkatan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,134 satuan. Koefisien bernilai positif yang berarti bahwa arah hubungan tangibles terhadap kepuasan pelanggan searah yang dimana apabila tangibles naik maka kepuasan konsumen naik.

Koefisien regresi reability sebesar 0,023 artinya terjadi peningkatan reability sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan peningkatan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,023 satuan. Koefisien bernilai positif yang berarti bahwa arah hubungan reability terhadap kepuasan konsumen searah yang dimana apabila reability naik maka kepuasan konsumen naik.

Koefisien regresi responsiveness sebesar -0,130 artinya terjadi penurunan responsiveness sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan penuruna terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,130 satuan. Koefisien bernilai negatif yang berarti

bahwa arah hubungan responsiveness terhadap kepuasan konsumen berlawanan yang dimana apabila responsiveness naik maka kepuasan konsumen turun.

Koefisien regresi assurance sebesar 0,053 artinya terjadi peningkatan assurance sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan peningkatan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,053 satuan. Koefisien bernilai positif yang berarti bahwa arah hubungan assurance terhadap kepuasan konsumen searah yang dimana apabila assurance naik maka kepuasan konsumen naik.

Koefisien regresi empathy sebesar 0,115 artinya terjadi peningkatan empathy sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan peningkatan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,115 satuan. Koefisien bernilai positif yang berarti bahwa arah hubungan empathy terhadap kepuasan konsumen searah yang dimana apabila empathy naik maka kepuasan konsumen naik.

4.5.6 Uji T

Tabel 4.23 Uji T

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	71,948	1,367				
	Tangibles	,134	,062	,129	2,152	,032	,951
	Reliability	,023	,080	,017	,286	,775	,946
	Responsiveness	-,130	,057	-,135	-2,289	,023	,980
	Assurance	,053	,057	,056	,941	,348	,976
	Empathy	,115	,057	,119	2,017	,045	,985

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

a. Tangible terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien Tangible sebesar 0,134 dengan nilai probabilitas dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,032 ($0,032 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Tangible (Bukti Fisik) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

b. Realibity terhadap kepuasan pelanggan

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien Tangible sebesar 0,023 dengan nilai probabilitas dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,775 ($0,775 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Realibity (Keandalan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

c. Responsiveness terhadap kepuasan pelanggan

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien Responsiveness sebesar -0,130 dengan nilai probabilitas dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,023 ($0,023 < 0,05$). Maka

dapat disimpulkan bahwa secara parsial Responsiveness (Ketanggapan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

d. Assurance terhadap kepuasan pelanggan

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien Tangible sebesar 0,115 dengan nilai probabilitas dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,348 ($0,348 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Assurance (Asuransi) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

e. Emphaty terhadap kepuasan pelanggan

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien Tangible sebesar 0,115 dengan nilai probabilitas dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,045 ($0,045 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Tangible (Bukti Fisik) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

4.5.7 Uji F

Tabel 4.24 ANOVA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33,674	5	6,735	3,393	,005 ^b
	Residual	545,878	275	1,985		
	Total	579,552	280			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Emphaty, Responsiveness, Tangibles, Assurance, Reliability

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ($3,393 > 3,19$), dengan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak H_a diterima yang artinya variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy jika diuji secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4.5.8 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.25 Model Summary^b

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,241 ^a	,058	,041	1,40890	1,393

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Responsiveness, Tangibles, Assurance, Reliability

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat ditentukan dan diinterpretasikan hasilnya sebagai berikut :

Koefisien Determinasi (*R Square*)

Nilai R^2 sebesar 0.058, artinya persentase sumbangan variable *Reability*, *Responsivenes*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangible* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 5,8% sedangkan sisanya 94,2% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 . Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, berikut ini kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian :

1. Penerapan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dealer Mega Motor Honda Bogor

Dalam penerapan kualitas pelayanan pada Dealer Mega Motor Honda Bogor dapat diketahui melalui indikator kualitas pelayanan yang meliputi : kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Berdasarkan hasil kuesioner dan pengolahn data SPSS yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan sebesar 74.7% dimana skor berada pada interval (50% - 75%) dan berada pada daerah yang memuaskan, artinya kualitas pelayanan *Dealer* Mega Motor Honda Bogor memuaskan.

2. Kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan pada *Dealer* Mega Motor Honda Bogor

Berdasarkan hasil kuesioner dan pengolahn data SPSS yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa rata-rata tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan sebesar 97,8% dimana skor berada pada interval (75% - 100%) dan berada pada daerah yang sangat penting , artinya kepuasan pelanggan pada *Dealer* Mega Motor Honda Bogor sangat penting.

3. Dengan menggunakan regresi linear berganda terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik (*tangible*), dan empati(*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari $< 0,05$, sedangkan keandalan (*reliability*), jaminan (*insurance*) dan daya tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai signifikansi lebih besar dari $> 0,05$. pengaruh kualitas pelayanan secara keseluruhan dapat dilihat melalui nilai F hitung $> F$ tabel ($3,393 > 3,19$) maka penelitian ini menolak hipotesis H_0 , dan menerima hipotesis alternatif H_a . Variabel kualitas pelayanan dengan indikator bukti langsung (*tangible*), keandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (asurance), dan empati (*emphaty*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan nilai R-Square 5,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan pada pembahasan tersebut, penulis memberikan saran sebagai berikut:

- 1 Bengkel Mega Motor Honda Bogor perlu mempertahankan kualitas pelayanan dari segi reability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tengible
- 2 Bengkel Mega Motor Honda Bogor perlu meningkatkan kualitas pengerjaan yang dilakukan oleh mekanik
- 3 Bengkel Mega Motor Honda Bogor perlu meningkatkan kecepatan dalam penyediaan sparepart agar pelanggan tidak perlu menunggu dalam jangka waktu yang cukup lama
- 4 Bengkel Mega Motor Honda Bogor perlu meningkatkan fasilitas dan kebersihan ruang tunggu. Dikarenakan proses service yang cukup lama, fasilitas ruang tunggu perlu di tingkatkan agar pelanggan merasa nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, dan Nana Herdiana 2015. *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Adisaputro Gunawan (2015), *Manajemen Pemasaran (Analisis Perancangan Strategi Pemasaran)*, Jakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta
- Alma, B. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta
- Arief . 2018. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Bayumedia
- Basu Swasta Dharmmasta dan T. Hani Handoko (2016), *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh, Yogyakarta, Penerbit BPFE.
- Gerson. F Richard. 2018. *Mengukur kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM
- Hasan, A. 2015. *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*. Cetakan 1. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Hadi, S. 2019. *Metodologi research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P dan Keller,K. 2016 *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P dan Keller,K. 2018 *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, R. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Komputer*. Edisi 3. Jakarta; Salemba Empat.
- Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan pertama. Bandung: Alfabeta.
- Rambat, L. 2018, *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis kompetensi*. Edisi 3. Jakarta : Salemba 4.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan,dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. 2018. *Manajemen jasa*. Yogyakarta: Andi
- Wiajaya, T. 2018 *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano* Edisi 2. Jakarta: Indeks Jakarta

Online:

Triatmono,R. 2012. Data penjualan sepeda motor di Indonesia 2016-2018.Tersedia di [/http://triatmono.info/data-penjualan-tahun-2012/data-penjualan-motor-tahun-2005/data-penjualan-motor-tahun-2016-2018](http://triatmono.info/data-penjualan-tahun-2012/data-penjualan-motor-tahun-2005/data-penjualan-motor-tahun-2016-2018)

Jurnal:

Armaniah., Sari,A,M., dan Yusuf,F., (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel AHASS Honda Tangerang. (online). Volume 2 (2). Tersedia di : <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/239600/Jurnal-Pertama.pdf> . (Diakses pada tahun 2019)

Nilasari, E., dan Istianti,. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sokoharjo. (Online). Volume 13(1). Tersedia di: <https://www.neliti.com/id/publications/115736/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-konsumen-pada-dealer-pt-ramayana-m>. (Diakses Pada Bulan Februari Tahun 2015)

Rahman,A. dan Winarno, S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv, Jaya Motor Bekasi. (online). Volume 13(1). Tersedia di: https://www.researchgate.net/publication/337763008_Pengaruh_Kualitas_Pelayanan_Terhadap_Kepuasan_Pelanggan_Pada_CV_Jaya_Motor_Bekasi/fulltext/5de8ff634585159aa46360cd/Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Terhadap-Kepuasan-Pelanggan-Pada-CV-Jaya-Motor-Bekasi.pdf (Diakses pada bulan oktober 2019).

Marsih,Y., (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda PT. Nusantara Surya Sakti Sekayu. (Online). Volume 5(1). Tersedia di: <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/239600/Jurnal-Pertama.pdf> . (Diakses Pada Bulan Januari Tahun 2019)

Sholeha, L., Djaja, S., dan Joko, W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. (online). Volume 12(1). Tersedia di: <http://jurnal.unej.ac.id>. (Diakses pada bulan januari tahun 2018).

Saputra,Y., dan Setyorini,R. (2015). Penagruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giti Motor. (Online). Volume 2(3). Tersedia di: https://publikasiilmiah.unwas.ac.id/index.php/PROSIDING_SNST_FT/article/viewFile/1848/1903.(Diakses Pada Bulan Desember 2015)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bela Dwi Rahayu
Tempat dan Tanggal lahir : Bogor, 30 Juni 1997
Umur : 23 Tahun
Agama : Islam
Pendidikan
SD : SD Negeri Sindang-Barang 2
SMP : SMP Negeri 14 Bogor
SMA : SMK Negeri 3 Bogor
Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan Bogor

Bogor, Desember 2020
Peneliti,

(Bela Dwi Rahayu)

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER KEPENTINGAN DAN KEPUASAN KONSUMEN

DI MEGA MOTOR HONDA BOGOR

I. IDENTITAS RESPONDEN

Alamat :

Usia :

Jenis Kelamin :

II. IDENTIFIKASI TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Berilah penilaian terhadap pelayanan *service* sepeda motor pada dealer Mega Motor Honda Bogor dan harapan Anda terhadap pelayanan *service* sepeda motor di dealer Mega Motor Honda Bogor.

Berilah tanda (X) pada salah satu angka yang ada pada skala sikap dibawah ini.

Keterangan :

1 : Sangat Tidak Memuaskan

2 : Tidak Memuaskan

3 : Memuaskan

4 : Sangat Memuaskan

III. IDENTIFIKASI TINGKAT KEPENTINGAN

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Berilah penilaian terhadap pelayanan *service* sepeda motor pada dealer Mega Motor Honda Bogor dan harapan Anda terhadap pelayanan *service* sepeda motor di dealer Mega Motor Honda Bogor.

Berilah tanda (X) pada salah satu angka yang ada pada skala sikap dibawah ini.

Keterangan :

7.	harga service yang standar dan sistem pembayaran yang mudah dan cepat ?								
C	Assurance (jaminan)								
8	kualitas <i>service</i> yang diberikan yang diberikan oleh mekanik								
9.	kualitas spare part yang terjamin ?								
10.	kemudahan memperoleh spare part ?								
11.	merasa aman selama berurusan (service) dengan dealer ?								
D	Emphaty (Empati)								
12.	adanya kemudahan pendaftaran ketika service ?								
13.	pelayanan yang sopan dan ramah petugas tempat pendaftaran ?								

14.	pelayan yang sopan dan ramah dari para mekanik ?								
15.	Karyawan peduli akan keluhan pelanggan								
E	Tangible (Berwujud)								
16.	kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (TV,majalah,koran,wifi, dll)?								
17.	Tingkat kebersihan ruangan tunggu								
18.	tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu,kebisiangan,dan pencahayaan) ?								
19.	area lahan parkir yang disediakan ?								

Lampiran 2

Hasil Kuesioner Kinerja

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4
1	4	4	3	3	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
6	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
7	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3
8	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	1	1	4	2	4	3	4	3
9	4	4	4	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2
10	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	1	1	3
11	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
13	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
15	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
26	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
27	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2
28	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2
29	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
31	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
32	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
33	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
36	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
38	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4
39	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3
40	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3

49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
51	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3
52	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	2	2	2	3	2	2	3
53	2	4	2	2	2	2	3	4	4	4	4	3	2	2	3	4	2	3	4
54	2	4	2	4	3	2	4	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
55	4	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	2	3	4	4	3	3	2
56	4	2	4	3	3	4	4	2	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2
57	4	2	3	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	4	4	4	3
58	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
59	3	4	3	2	4	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3
60	1	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	1	4	4
61	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3
62	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	2	4	2	2	3	3	1	3
63	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	4	2	2	3	4	2	3
64	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3
65	2	2	2	2	4	4	2	2	2	4	3	2	2	3	3	2	3	3	2
66	2	4	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	4	2	4	3	3
67	3	4	2	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	4	4
68	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	2	4	4	3	2	3	3
69	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3
70	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
71	2	2	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4
72	2	2	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	2	4	4	2	3
73	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	3	4	2	3
74	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3

75	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
77	2	3	3	4	4	3	3	2	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4
78	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2
79	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4
80	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2
81	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2
82	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3
83	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	4	3	4	4	3	3
84	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3
85	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4
86	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	4	3	2	3	3	4
87	3	3	2	2	2	3	4	3	4	3	4	4	2	1	2	3	3	3	2
88	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4
89	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4	3	3
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	3	3
91	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
92	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3
93	3	2	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4
94	3	2	2	3	3	3	2	1	2	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4
95	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4
96	3	2	2	4	3	4	3	3	4	4	3	2	2	3	4	3	3	4	4
97	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	2	4	2
98	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	2	4	2
99	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	2
100	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2

101	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	2	1
102	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
103	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
104	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
105	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2
106	4	3	4	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3
107	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3
108	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3
109	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	3
110	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
111	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3
112	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2
113	1	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
114	2	2	2	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
115	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
116	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
117	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	1	3
118	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4
119	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4
120	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4
121	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3
122	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
123	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	2
124	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	4	4	3
125	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	4	4
126	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3

127	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1	4	2
128	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3
129	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	2	4	4
130	3	3	4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3
131	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3
132	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4
133	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
134	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2
135	2	4	3	4	4	3	3	1	1	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
136	3	4	4	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4
137	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1
138	4	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2
139	3	3	4	3	3	4	4	3	2	2	3	1	3	3	3	2	3	3	4
140	2	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	4
141	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	4
142	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4
143	3	4	3	4	4	4	2	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
144	2	4	2	2	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3
145	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
146	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	4	3	3
147	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	4	3
148	3	3	3	3	2	3	4	2	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3
149	3	3	4	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	2	4	2	2	4	3
150	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	4	4	3	4	4	3	2	4	3
151	4	4	3	3	3	4	3	2	2	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3
152	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	3	3	3	3

153	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3
154	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3
155	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	2	3	
156	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	2	4	
157	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3
158	3	2	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
159	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3
160	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	3	3
161	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	2	2	3	2	3	2	3	4
162	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	3	3
163	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	1	3	2	3	3	3	2
164	2	2	3	2	4	2	3	4	4	2	2	2	3	3	2	3	4	3	2
165	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2
166	3	3	2	3	2	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	4	4	2
167	3	2	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3
168	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4
169	3	3	4	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3
170	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2
171	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
172	2	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	2
173	2	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3
174	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	3	4
175	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	3
176	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2
177	4	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
178	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2

179	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3
180	3	3	3	4	4	3	2	1	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3
181	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	1	4	4	3	3	4
182	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3
183	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4
184	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	3
185	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	1	4	4	2	3	3	4	4	3
186	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	2	3	4	2	4	3	4
187	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2
188	3	4	2	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4
189	3	3	2	3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2
190	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3
191	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3
192	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4
193	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3
194	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3
195	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3
196	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	4	2	2	4
197	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4
198	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3
199	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2
200	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
201	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
202	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3
203	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3
204	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3

205	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3
206	3	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3
207	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
208	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
209	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	2
210	3	2	3	4	3	2	2	2	2	3	3	4	4	4	2	4	3	2	2
211	2	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	2	3	3	3	3
212	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	4
213	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3
214	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3
215	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
216	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4
217	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	4	2	4	2
218	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	4	3
219	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	2	3	4	2
220	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3
221	3	4	3	3	3	3	3	1	1	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3
222	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
223	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3
224	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3
225	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3
226	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3
227	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
228	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4
229	2	2	3	3	3	4	2	2	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3
230	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2

257	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2
258	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2
259	3	2	4	4	2	3	4	4	2	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2
260	2	2	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4
261	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	1	4
262	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	2	3
263	3	3	4	4	4	1	3	3	4	3	3	4	3	2	2	4	2	2	3
264	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3
265	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
266	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
267	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
268	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3
269	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2
270	3	3	3	2	2	3	4	3	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3
271	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	2	4	4	3	2	4	4	3
272	4	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	4	3
273	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
274	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
275	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
276	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
277	3	2	2	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	4
278	3	3	2	4	2	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2	2	4
279	3	3	2	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4
280	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	4	3	4	3	4
281	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	4	2	2	3	2	4	3	3

Lampiran 3

Hasil Kuesioner Harapan

No.	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X4. 1	X4. 2	X4. 3	X4. 4	X5. 1	X5. 2	X5. 3	X5. 4
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
11	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
15	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
19	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4

48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
49	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
51	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
53	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
54	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
60	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
63	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
64	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
67	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
68	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
70	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
71	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
72	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
73	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4

74	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
78	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
79	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
81	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
85	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
86	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
87	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
88	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
89	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
93	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
94	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
95	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
96	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
97	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
98	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
99	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
104	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
105	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
108	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
111	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
112	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
113	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
114	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
115	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
116	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
118	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
119	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
120	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
121	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
122	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
123	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
124	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4

126	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
127	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
128	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
129	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
130	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
131	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
132	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
133	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
134	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
135	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
137	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
138	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
139	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
141	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
142	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
143	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
144	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
145	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
146	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
147	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
149	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
151	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4

152	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
153	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
154	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
157	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
158	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
159	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
160	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
161	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
162	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
163	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
164	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
165	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
166	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
168	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
169	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
170	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
171	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
172	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
173	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
174	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
175	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
176	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
177	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4

204	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
205	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
206	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
207	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
208	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
209	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
210	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
211	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
212	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
213	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
214	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
215	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
216	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
217	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
219	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
220	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
221	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
222	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
223	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
224	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
225	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
226	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
227	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
228	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
229	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4

230	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
231	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
232	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
233	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
234	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
235	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
236	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
237	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
238	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3
239	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
240	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
241	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
242	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
243	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
244	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
245	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
246	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
247	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
248	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
249	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
250	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
251	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
252	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
253	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
254	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
255	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 4

Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		281
Normal Parameters ^{a,d}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	0,62989561
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,052
	Negative	-,066
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,169 ^c

Lampiran 5

Uji Autokolerasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	,137 ^a	,019	,001		,01829	2,069

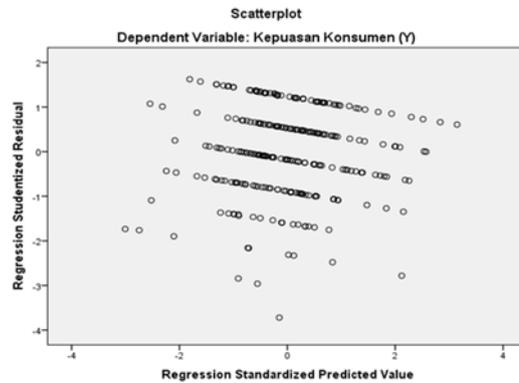
Lampiran 6

Uji Multikolenaritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	71,948	1,367		52,650	,000		
Tangibles	,134	,062	,129	2,152	,032	,951	1,051
Reliability	,023	,080	,017	,286	,775	,946	1,057
Responsiveness	-,130	,057	-,135	-2,289	,023	,980	1,020
Asurance	,053	,057	,056	,941	,348	,976	1,025
Empathy	,115	,057	,119	2,017	,045	,985	1,015

Lampiran 7

Uji Heterokedasitas



Lampiran 8

Analisis Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	71,948	1,367		52,650	,000		
Tangibles	,134	,062	,129	2,152	,032	,951	,051
Reliability	,023	,080	,017	,286	,775	,946	,057
Responsiveness	-,130	,057	-,135	-2,289	,023	,980	,020
Asurance	,053	,057	,056	,941	,348	,976	,025
Emphaty	,115	,057	,119	2,017	,045	,985	,015

Lampiran 9

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,241 ^a	,058	,041	1,40890	1,393

Lampiran 10

Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	71,948	1,367		52,650	,000		
Tangibles	,134	,062	,129	2,152	,032	,951	,051
Reliability	,023	,080	,017	,286	,775	,946	,057
Responsiveness	-,130	,057	-,135	-2,289	,023	,980	,020
Asurance	,053	,057	,056	,941	,348	,976	,025
Empathy	,115	,057	,119	2,017	,045	,985	,015

Lampiran 11

Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	33,674	5	6,735	3,393	,005 ^b
Residual	545,878	275	1,985		
Total	579,552	280			