



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA BENGKEL MOBIL AUTO SPEED**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Ema Nurhayati

021114281

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN**

BOGOR

2018

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA BENGKEL MOBIL AUTO SPEED**

SKRIPSI

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA.)

Ketua Program Studi

(Tutus Rully, SE., MM.)

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA BENGKEL MOBIL AUTO SPEED**

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada Hari : Selasa, Tanggal : 16/Oktober/2018

Ema Nurhayati

021114281

Menyetujui

Dosen Penilai,



(Hj. Dra. Sri Hartini, MM.)

Ketua Komisi Pembimbing



(Oktori Kiswati Zaini, SE., MM.)

Anggota Komisi Pembimbing



(Ir. Hj. Yuary Farradia, M,Sc.)

ABSTRAK

EMA NURHAYATI, 021114281. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Auto Speed. Dibawah bimbingan Ibu OKTORI KISWATI ZAINI dan Ibu YUARY FARRADIA. Tahun 2018.

Persaingan usaha bengkel mobil di kota Bogor semakin ketat, permasalahan yang dihadapi oleh Bengkel Mobil Auto Speed adalah jumlah pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed pada tahun 2014-2017 mengalami penurunan dan Meningkatnya jumlah keluhan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed pada tahun 2016-2017. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak keluhan pelanggan maka pelanggan semakin merasa tidak puas atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed

Penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 155 responden yaitu pada pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed. Metode analisis yang digunakan analisis deskriptif, korelasi rank spearman, dan koefisien determinasi (r^2) dan uji hipotesis untuk korelasi dengan menggunakan SPSS 23.

Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan pada Bengkel Mobil Auto Speed di nilai baik dengan nilai rata-rata sebesar 72,68 %, sedangkan untuk tanggapan responden kepuasan pelanggan nilai rata-ratanya sebesar 76,71% termasuk kedalam kriteria puas. Hasil analisis *korelasi rank spearman* diperoleh 0.454, artinya kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang sedang. Hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 20,61 %, artinya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 20,61% dan sisanya 79,39 %, dipengaruhi oleh factor lainnya setelah dilakukan uji hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif, antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan dan KepuasanPelanggan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan hidayah-Nya dan senantiasa mencurahkan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, shalawat beriring salam penulis persembahkan kepada nabi muhammad saw yang menjadi suritauladan bagi umat manusia disetiap penjuru bumi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna. Namun demikian penulis dengan segala keterbatasan berusaha semaksimal mungkin untuk menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
3. Ibu Yudhia Mulya, S.E., MM. Selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
4. Ibu Oktorikiswati Z, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Pertama.
5. Ibu Ir. Yuari Farradia, M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing Kedua.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh studi.
7. Kedua orang tua, adik, dan keluarga besar saya yang selalu senantiasa mendukung dan memberikan semangat serta kasih sayang mereka kepada penulis.
8. Teman-teman yang selalu membantu dan selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini yaitu: Dinny Imelda, Aldy Mahar, Emi Nuraini, Risda Oktaviani, Zilly Zaljillah, Hasna Nurdiana, Nuraini, Agung Azmi, Mella Anggraini, Ine Setiawati, Ajeng Sekar, Neve Rollint, Aris .

9. Teman-teman di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Angkatan 2014 khususnya kelas G Manajemen telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.
10. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan ini segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh darisempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan makalah skripsi ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bogor, Juli 2018

Ema Nurhayati

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Kontribusi Teoritis	6
1.4.2 Kontribusi Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2 Manajemen Pemasaran	8
2.2.1 Pengertian Manajemen pemasaran	8
2.2.2 Konsep pemasaran	9
2.3 Jasa	10
2.3.1 Pengertian Jasa	10
2.3.2 KarakteristikJ asa	11
2.3.3 Bauran pemasaran jasa	13
2.4 Kualitas pelayanan	15
2.4.1 Pengertian kualitas pelayanan	15
2.4.2 Dimensi kualitas pelayanan	16
2.4.3 Faktor-faktor kurangnya kualitas pelayanan	18
2.4.4 Strategi meningkatkan kualitas pelayanan	19
2.5 Kepuasan pelanggan	21
2.5.1 Konsep kepuasan pelanggan	23
2.5.2 Faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan	23
2.5.3 Indikator kepuasan pelanggan	24
2.5.4 Metode dan tehnik mengukur kepuasan pelanggan	25
2.6 Model Gap (Kesenjangan)	26
2.7 Hasil Penelitian Sebelumnya Dan Kerangka Pemikiran	28

2.7.1	Hasil Penelitian Sebelumnya	28
2.7.2	Kerangka Pemikiran.....	29
2.8	Kontelasi Penelitian	31
2.9	Hipotesis Penelitian	31
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Objek Penelitian, Unit Analisis, Lokasi penelitian.....	32
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	32
3.3.1	Jenis Data Penelitian	32
3.3.2	Sumber Data Penelitian.....	32
3.4	Operasionalisasi Variabel	33
3.5	Metode Penarikan Sampel	35
3.6	Metode Pengumpulan Data	36
3.6.1	Uji Validitas Dan Uji Reabilitas	37
3.7	Metode Pengolahan/Analisis Data	38
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	38
3.7.2	Korelasi Rank Spearman.....	38
3.7.3	Koefisien Determinasi	39
3.7.4	Uji Hipotesis	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
4.1	Profil & Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
4.1.1	Visi & Misi	41
4.1.2	Kegiatan Usaha	41
4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	42
4.1.4	Profil Responden.....	42
4.2	Pembahasan	48
4.2.1	Penerapan Kualitas Pelayanan pada Bengkel Mobil Auto Speed.....	48
4.2.2	Penerapan Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed.....	61
4.2.3	Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Auto Speed	69
4.2.4	Interprestasi Hasil Penelitian	70
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	71
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Penjualan Mobil Nasional.....	1
Tabel 2	Data Pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed.....	3
Tabel 3	Data Keluhan Bengkel Mobil Auto Speed.....	4
Tabel 4	Keluhan Pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed 2018.....	4
Tabel 5	Perbedaan antara Barang dan Jasa.....	12
Tabel 6	Penelitian Sebelumnya.....	28
Tabel 7	Operasionalisasi Variabel.....	33
Tabel 8	Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu.....	35
Tabel 9	Data Pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed.....	36
Tabel 10	Skala Likeart.....	37
Tabel 11	Interprestasi Koefisien Korelasi.....	39
Tabel 12	Jenis Kelamin.....	43
Tabel 13	Usia Responden.....	43
Tabel 14	Pendidikan Terakhir.....	44
Tabel 15	Jenis Pekerjaan Responden).....	45
Tabel 16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	47
Tabel 17	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	47
Tabel 18	Kriteria Tanggapan Responden.....	48
Tabel 19	Pernyataan Responden“Fasilitas fisik yang dimiliki bengkel bersih dan nyaman.....	48
Tabel 20	Pakaian yang dikenakan karyawan “berseragam“.....	49
Tabel 21	Karyawan Memberikan layanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan.....	50
Tabel 22	Kendaraan diperbaiki dengan benar.....	51
Tabel 23	Memberikan waktu tertentu untuk membantu pelanggan.....	52
Tabel 24	Bersedian menanggapi keluhan dan menjawab pertanyaan pelanggan.....	53
Tabel 25	Bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan pelanggan..	54
Tabel 26	Memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan.....	55
Tabel 27	Keramahan pegawai saat berkomunikasi dengan pelanggan.....	56
Tabel 28	Memberikan perhatian khusus kepada pelanggan.....	57
Tabel 29	Pegawai berperilaku sopan dan santun pada saat melayani pelanggan”.....	58
Tabel 30	Memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.....	59
Tabel 31	Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan Bengkel Mobil Auto Speed.....	60
Tabel 32	Mereka puas dengan pelayanan service pada Bengkel Mobil Auto Speed.....	61
Tabel 33	Kualitas pelayanan Bengkel Mobil Auto Speed sesuai dengan keinginan pelanggan.....	62

Tabel 34	Fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan	63
Tabel 35	Berminat untuk berkunjung kembali , karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukanservice di Bengkel Mobil Auto Speed	64
Tabel 36	Berminat untuk berkunjung kembali , karena kelengkapan peralatan dalam memberikan pelayanan	65
Tabel 37	Berminat Menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service mobil di Bengkel Mobil Auto Speed karena sesuai dengan standar operasional perusahaan.....	66
Tabel 38	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service Mobil di Bengkel Mobil Auto Speed, karena nilai dan manfaat yang didapat setelah menggunakan sebuah jasa.....	67
Tabel 39	Hasil Rata-Rata Kepuasan Pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed	68
Tabel 40	Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Auto Speed	69
Tabel 41	Interpretasi Koefisien Korelasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Grafik Jumlah Pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed.....	3
Gambar 2	Empat Sifat Jasa.....	11
Gambar 3	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	23
Gambar 4	Model Gap	27
Gambar 5	Konstelasi Penelitian.....	31
Gambar 6	Kurva Pengujian Hipotesis	40
Gambar 7	Struktur Organisasi	42
Gambar 8	Jenis Kelamin Responden.....	43
Gambar 9	Usia Responden	44
Gambar 10	Pendidikan Terakhi Responden	45
Gambar 11	Jenis Pekerjaan Responden.....	46
Gambar 12	Kurva Pengujian Hipotesis	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini semakin banyaknya masyarakat Indonesia yang mempunyai kendaraan pribadi seperti kendaraan roda empat maupun yang lainnya , hal ini terlihat dari mobilitas di jalan-jalan khususnya di kota-kota besar yang sekarang semakin dipadati oleh kendaraan roda empat ataupun kendaraan yang lainnya . hal ini dapat dilihat pada data berikut :

Tabel 1
Penjualan Mobil Nasional
Tahun 2015-2017

Tahun	Jumlah dalam (Unit)	Pertumbuhan
2015	1.013.291 Unit	-
2016	1.061.735 Unit	4,78 %
2017	1.079.534 Unit	1,68 %

Sumber : www.indonesia-investments.com Tahun 2018

Dilihat dari data diatas penjualan mobil secara nasional dalam 3 tahun terakhir mengalami kenaikan hal tersebut juga dapat dilihat dari persentase pertumbuhan pada tahun 2016 yaitu naik sebesar 4,78 % dan pada tahun 2017 naik sebesar 1,68 % dari jumlah tahun sebelumnya. diartikan bahwa kendaraan roda empat merupakan alat yang masih menjadi minat masyarakat untuk dapat digunakan dalam waktu panjang dan karena itu tidak perlu baru untuk dapat terus digunakan. Karena itu banyak orang yang lebih memilih melakukan pemeliharaan dan servis secara rutin terhadap kendaraan mereka, hal ini memberikan peluang para pengusaha untuk membuka usaha dalam bidang jasa yang menawarkan jasa servis kendaraan yaitu bengkel. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang ini adalah Bengkel Mobil Auto Speed .

Bengkel adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa atau pelayanan, faktor utama yang harus diperhatikan jasa ini adalah pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggannya, karena baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Persaingan usaha bengkel mobil di kota Bogor semakin ketat, pesaing bengkel mobil Auto Speed yaitu diantaranya Bengkel mobil Auto Sinar Makmur, Bengkel Mobil Center Eka Abadi dan Samudra Auto C. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan inti dari usaha dibidang jasa salah satunya bengkel, karena pelayanan yang prima akan membuat pelanggan merasa puas.

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing, hanya perusahaan yang berkualitas lah yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Menurut Tjipto dan Chandra (2011:172) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Oleh karena itu kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung kepada perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan feedback yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau repeat buyer. Sangat penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.

Menurut Philip Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:177) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Menurut Scharnaars dalam Tjiptono (2008:24) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas . oleh sebab itu perhatian besar terhadap kepuasan pelanggan sebagai alat bersaing sangatlah penting karena pelanggan yang terpuaskan akan cenderung setia terhadap perusahaan.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang atau datang kembali , dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan bagi perusahaan.

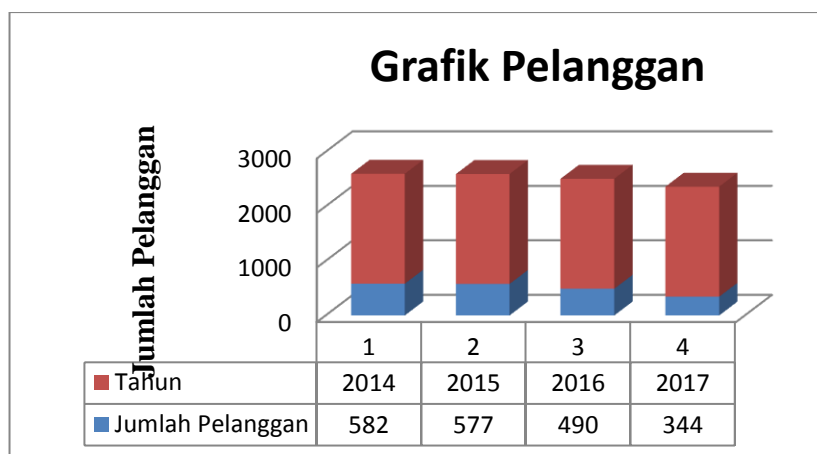
Kepuasan pelanggan merupakan faktor penentu dalam strategi pemasaran dan dipastikan sebagai cara yang jitu dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus berusaha untuk menjaga agar konsumen tetap setia kepada perusahaan salah satu perusahaan pelayanan jasa yang berusaha untuk memberikan pelayanan yang maksimal dan berkualitas adalah Bengkel Mobil Auto Speed salah satu bengkel yang menyediakan beberapa jasa servis seperti perawatan mobil, *tune up*, *body repair*, *spooring balancing*, *overhaul*, *spare parts*, *painting*, ganti oli, *AC service* , dan variasi lainnya.

Dalam Kondisi persaingan yang sangat kompetitif ini perusahaan jasa Bengkel Mobil Auto Speed menyadari betapa sentralnya peran pelanggan dalam bisnis mereka, bahwa pelangganlah yang jadi alasan keberadaan mereka. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertahankan pasar mereka melalui program pengembangan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Tabel 2
Data Pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed
Tahun 2014 – 2017

Tahun	Jumlah Pelanggan	Persentase Pertumbuhan (%)
2014	582	-
2015	577	-0,86
2016	490	-15,08
2017	344	-29,79

Sumber : Data Primer (diolah oleh peneliti) Tahun 2018



Gambar 1
Grafik Jumlah Pelanggan

Dalam periode 4 tahun terakhir Bengkel Mobil Auto Speed mengalami penurunan jumlah pelanggan, penyebab berkurangnya pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed mereka memiliki masalah pada pelayanan yang diberikan oleh bengkel tidak maksimal yang menyebabkan ketidakpuasan terhadap hasil dari kinerja yang diberikan.

Dengan kondisi tersebut perusahaan dapat mencari solusi dalam mengatasi ketidakpuasan pelanggan, mengenali kekecewaan atau keluhan pelanggan secara dini adalah suatu sikap yang harus dilakukan perusahaan, dengan demikian perusahaan segera dapat mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan yang dapat menjatuhkan bisnis yang tengah dijalankan perusahaan.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan keluhan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed.

Tabel 3
Data Keluhan Bengkel Mobil Auto Speed

Keluhan	Jumlah Keluhan	% keluhan
Tahun 2016	15	3,06
Tahun 2017	23	6,68

Sumber : Bengkel Mobil Auto Speed, 2017

Dari data diatas, keluhan pada tahun 2016 sebanyak 15 dengan jumlah persen sebesar 3,06% dan pada tahun 2017 naik menjadi 23 orang dengan pertumbuhan selama satu setahun yaitu meningkat menjadi 6,68 % . Banyaknya keluhan juga diperoleh dari peneliti awal terhadap 30 pelanggan ternyata masih banyak keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan banyaknya keluhan pelanggan dari penelitian awal terhadap 30 pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed.

Tabel 4
Keluhan Pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed 2018

Dimensi	Keluhan	Jumlah Keluhan	%
<i>Tangible</i>	Fasilitas yang diberikan bengkel kurang bersih dan tidak nyaman	4	0,13
<i>Assurance</i>	Terkadang suku cadang belum tersedia / tidak tersedia	3	0,1
<i>Reability</i>	penyelesaian service kurang tepat waktu	7	0,23
	Pelayanan yang diberikan kurang maksimal	4	0,13
	Jumlah montir kurang mencukupi	6	0,2
<i>Empathy</i>	Pelayanan yang kurang ramah pada saat melayani pelanggan	2	0,06
<i>Responsivness</i>	Karyawan kurang tanggap dalam melayani pelanggan	4	0,13

Sumber : Data Pra Penelitian diolah oleh peneliti pada tahun 2018

Berdasarkan hasil kuesioner data keluhan pada Bengkel Mobil Auto Speed terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan seperti indikator *Reability* yaitu penyelesaian service kurang tepat waktu dengan persentase sebesar 0,23 %,

sedangkan dalam indikator *Tangible* yaitu keluhan terhadap kebersihan bengkel yang kurang bersih dan nyaman dengan persentase sebesar 0,13% , dari indikator *Responsivness* yaitu keluhan terhadap laryawan yang kurang tanggap dalam melayani pelanggan dengan persentase sebesar 0,13%, untuk indikator *Emphaty* yaitu dengan keluhan pelayanan yang kurang ramah pada sat melayani pelanggan dengan persentase sebesar 0,06 % dan untuk indikator *Assurance* yaitu dengan keluhan terkadang suku cadang belum tersedrsedia / tidak tersedia dengan persentase 0,1 %.

Jika kondisi diatas tidak diperhatikan atau diperbaiki oleh pihak manajemen maka akan merugikan Bengkel Mobil Auto Speed karena keluhan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan hal yang harus diperhatikan dan diantisipasi dengan tepat. Karena pada dasarnya pelayanan yang baik dan maksimal dapat menciptakan rasa puas dari pelanggan dan kepuasan dari pelanggan tentunya akan diberikan maksimal sehingga tidak dapat membuat pelanggan merasa puas maka pelanggan akan beralih untuk menggunakan jasa service bengkel lainnya.

Dalam Keadaan yang seperti ini perusahaan harus lebih memfokuskan pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya hal ini erat kaitannya dengan kualitas pelayanan. Berkaitan dengan fenomena tersebut penting bagi perusahaan jasa melalui pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang unggul dan prima. Kualitas pelayanan menjadi salah satu keberhasilan perusahaan yang dapat dirasakan oleh para pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang berjudul ***“Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed”***

1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Jumlah pelangan Bengkel Mobil Auto Speed pada tahun 2014-2017 mengalami penurunan. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal.
2. Meningkatnya jumlah keluhanan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed pada tahun 2016-2017. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak keluhan pelanggan maka pelanggan semakin merasa tidak puas atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang di atas, maka penulis membatasi masalah pada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adapun masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

Apakah terdapat hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mendeteksi dan mengungkap keluhan pelanggan yang menimbulkan rasa ketidakpuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan, menganalisis ada atau tidaknya hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel. Sehingga pihak perusahaan dapat menentukan kebijakan dalam mengambil langkah-langkah meminimalisasi masalah yang ada yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed ?

1.4 Kegunaan Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Bagi peneliti, untuk menambah wawasan pengetahuan secara umum dan pemahaman sekaligus pengembangan teori dan ilmu pengetahuan yang diperoleh pada saat system perkuliahan khususnya mengenai bidang konsentrasi pemasaran.

1.4.2 Kontribusi Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak terkait dan dapat membantu memberikan informasi sebagai bahan penilaian terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan .

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa arah positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu pengetahuan dalam pemasaran kegiatan pemasaran semakin berkembang bagi kegiatan distribusi maupun penjualan yang kemudian menjadi salah satu penghubung antara perusahaan dengan pasarnya, ini menjadikan setiap perusahaan harus tanggap terhadap masalah-masalah dan peluang baru menyangkut strategi pemasaran yang akan dipakai oleh perusahaan.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen, maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Pemasaran mempunyai arti yang lebih luas, pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang harus dipenuhi, memasarkan produk dan melakukan pelayanan dengan berkualitas, kegiatan pemasaran harus dikelola dan dikoordinasikan dengan baik agar tujuan dari perusahaan dapat dicapai dan perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Menurut Philip Kotler dikutip oleh Danang Sunyoto (2012:216) menyatakan bahwa Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Menurut Jhon D Miller (2012:17) *“Management is the process of directing and facilitatin the work people organized in formal group to achieve a desire goal”*

Menurut Kotler dan Amstrong (2013:33) Pemasaran Adalah *“Marketing is the activity, set of institutions and processes for creating, communicating, delivering and exchanging offering that have value customers, clients partners and society at large”*

Lain halnya dengan definisi yang ditawarkan oleh *America Marketing Association (AMA)* yang dikutip oleh Kotler dan Keller(2016:27) mendefinisikan *“Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society atlarge”*.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan para ahli pemasaran, penulis sampai pada pemahaman bahwa pemasaran adalah suatu aktivitas social dan manajerial yang

dilakukan perusahaan secara terorganisir dalam proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberi nilai kepada konsumen, baik secara individu atau kelompok guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang bervariasi melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran nilai produk dengan yang lain serta memberikan keuntungan bagi perusahaan.

2.2 Manajemen Pemasaran

2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting dan diperlukan oleh perusahaan untuk menentukan pasar yang dituju dan membina hubungan dengan pelanggan yang berpotensi. Oleh karena itu, manajemen pemasaran memiliki peranan penting dalam perusahaan manajemen pemasaran pun menjadi pedoman dalam menjalankan kelangsungan hidup perusahaan dan menjadi peran yang tidak dapat dipisahkan sejak dimulainya proses produksi hingga pada tahap barang sampai pada konsumen.

Manajemen pemasaran berpengaruh pada aktivitas pemasaran maka dari itu Sebuah perusahaan akan sukses apabila didalamnya terdapat kegiatan manajemen pemasaran. Untuk lebih jelasnya, berikut ini adalah pengertian manajemen pemasaran yang peneliti kutip dari Menurut Kotler dan Armstrong (2014:30) mendefinisikan manajemen pemasaran adalah : *“Marketing management as the art and science of choosing target markets and building profitable relationship with them”* yang artinya “Manajemen pemasaran sebagai seni dan sains memilih pasar sasaran dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan mereka”

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2014:203) menyatakan bahwa Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*exchange*).

Dilengkapi oleh ungkapan Kotler dan Keller (2016:27) yang mengatakan bahwa manajemen pemasaran adalah : *“Marketing management as the art science choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value ”* yang artinya “Manajemen pemasaran sebagai ilmu pengetahuan memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan dan menumbuhkan beberapa ahli pemasaran :pelanggan melalui penciptaan, penyampaian dan komunikasi nilai pelanggan unggul.”

Definisi manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016:27) adalah sebagaiberikut *“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”*.

Definisi manajemen pemasaran selanjutnya menurut BenM.Enisdalam Buchari Alma (2014:130) *“Marketing management is the process of increasing the*

effectiveness and or efficiency by which marketing activities ar performed by individuals or organization”.

Menurut Djaslim dalam Nana Herdiana Abdurrahman (2015:2) mengemukakan bahwa “pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan”.

Menurut Sofjan Assauri (2013:12) Pengertian manajemen pemasraan adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan megendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan,pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran/ transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Menurut Buchari alma (2013:289) mengemukakan manajemen pemasaran sebagai berikut: “Manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisis, merencana mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan guna mencapai tingkat pemasaran sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan”.

Berdasarkan bebrapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan ilmu yang dapat diaplikasikan dalam suatu organisasi, perusahaan atau dapat pula secara individu dalam mempertahankan kelangsungan hidup organisasi melalui pertukaran yang menguntungkan dengan proses merencanakan melaksanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program yang meliatkan konsep pemasaran.

2.1.2 Konsep Pemasaran

Pada umumnya setiap perusahaan menganut salah satu konsep atau filosofi pemasaran, yaitu falsafah atau anggapan yang diyakini perusahaan sebagai dasar dari setiap kegiatannya dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Seiring dengan perjalanan waktu, konsep pemasaran mengalami perkembangan atau evaluasi pemikiran. Meskipundemikian, tidak berarti konsep pemasaran yang terakhir adalah yang terbaik.

Menurut Assauri (2010:77) Konsep Pemasaran merupakan orientasi manajemen yang menekankan bahwa kunci pencapaian tujuan organisasi terdiri dari kemampuan perusahaan atau organisasi menentukan kebutuhan dan keinginan pasar yang dituju (sasaran) dan kemampuan perusahaan atau organisasi tersebut dalam memenuhinya dengan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari pesaing.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:10) Konsep Pemasaran merupakan konsep dengan titik berat kepada kebutuhan konsumen, filosofi ini lebih memfokuskan kepada merasakan dan merespon terhadap apa yang dibutuhkan konsumen .

Dalam Konsep dasar pemasaran ada enam konsep yaitu :

1. Konsep Produksi
Yaitu suatu konsep dimana konsumen lebih menyukai produk yang dapat ditemukan dimana-mana dengan harga yang murah.
2. Konsep Produk
Menyatakan bahwa akan lebih menyukai produk yang menawarkan mutu, kualitas, performansi dan karakter terbaik.
3. Konsep Penjualan
Menyatakan bahwa konsumen dengan dibiarkan begitu saja atau apa adanya, organisasi harus berusaha melaksanakan promosi yang menarik para konsumen.
4. Konsep Pemasaran
Menyatakan bahwa kunci dalam mencapai tujuan sebuah organisasi bisnis meliputi penentuan kebutuhan & keinginan pasar sebagai sasaran serta memberi kepuasan yang sesuai secara efektif dan efisien dibandingkan dengan para pesaing.
5. Konsep Pemasaran Sosial
Dalam konsep ini tugas sebuah organisasi yaitu menentukan kebutuhan, kepentingan, keinginan pasar dan tetap memberi kepuasan serta tetap melestarikan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau konsumen.
6. Konsep Pemasaran Global
Dalam konsep ini manajer eksekutif harus berupaya memahami segala factor lingkungan yang dapat mempengaruhi pemasaran lewat manajemen yang strategis. Dimana tujuan akhirnya untuk memenuhi segala kebutuhan masyarakat dan memberikan yang terbaik dan bermanfaat kepada seluruh pihak yang terlibat didalam suatu perusahaan.

2.3 Jasa

2.3.1 Pengertian jasa

Jasa terkadang sulit dibedakan secara khusus dengan barang. Hal ini disebabkan pembelian suatu barang kerap kali disertai jasa-jasa tertentu dan begitu pula sebaliknya dengan pembelian jasa yang sering kali melibatkan barang-barang tertentu untuk melengkapinya.

Bisnis jasa sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari, misalnya jasa transportasi, telekomunikasi, pendidikan, salon, restoran, dll. Jasa dapat menawarkan manfaat dari satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud.

Berikut ini beberapa pengertian mengenai jasa, salah satunya menurut Fandy Tjiptono (2012:4) mendefinisikan pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office*

atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*).

Definisi lain jasa menurut Kotler dan Keller (2012:36) jasa atau layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik.

Banyak para ahli pemasaran jasa yang telah mendefinisikan pengertian jasa. adapun pengertian jasa menurut para ahli :

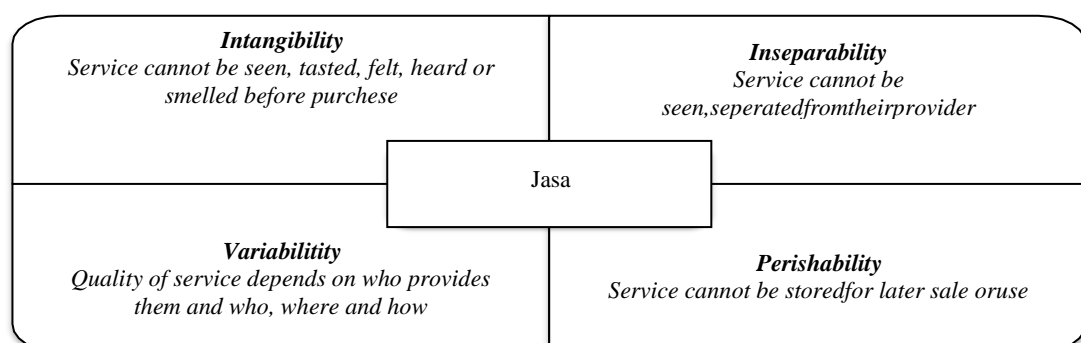
Menuru Kotler dalm lupiyoadi (2014:7) “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak”.

Menurut Gronroos dikutip oleh Rambat Lupiyoadi (2013:7) menyatakan bahwa *A service is an activity or series of activities of more or less intangible nature that normally, but not necessarily, take place in interactions between the customer and service employees and/or physical resources or good and/or system of the service provider. Which are provided as solutions to customer problems.*

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya : kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) bagi konsumen.

2.3.2 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki karakteristik yang membedakan dari barang atau produk-produk manufaktur. Khusus untuk produk jasa ia memiliki karakteristik tertentu yang membedakan dengan produk fisik. Berikut gambar mengenai empat sifat layanan/Jasa.



Sumber: Nembah F. Hartimbul (2011)

Gambar 2
Empat Sifat Jasa

Gambar 2 di atas menunjukkan bahwa ada empat sifat jasa menurut Kotler dan Amstrong dalam Nembah F. Hartimbul (2012: 129). Perusahaan harus mempertimbangkan empat sifat jasa ketika menyusun rencana pemasaran jasa yaitu sebagai berikut :

1. *Intangibility*
Jasa *Intangibility* berarti tak tampak, tak dapat dirasakan, tak dapat diraba, tak dapat didengar dan tak dapat dibaui sebelum orang beli.
2. *Inseparability*
Secara bebas artinya tidak terpisahkan. Kebanyakan jasa dijual lebih dahulu, lalu diproduksi dan dikomunikasikan pada waktu yang sama dan tidak bisa dipisahkan dengan penyediannya, apakah itu orang atau mesin karena konsumen juga ada ketika jasa itu dibuat maka interaksi penyedia-penyedia menjadi ciri pemasaran jasa.
3. *Variability*
Mutu dari jasa sangat bervariasi, bergantung siapa penyediannya, kapan, dimana dan bagaimana menyediakannya.
4. *Perishability*
Jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan dikemudian hari.

Terdapat perbedaan yang mendasar antara produk jasa dan produk barang dapat dilihat pada Tabel 5 yaitu :

Tabel 5
Perbedaan Antara Barang dan Jasa

BARANG	JASA
1) Nyata	1) Tidak nyata
2) Homogen	2) Heterogen
3) Produksi, distribusi, dan konsumsinya merupakan proses yang terpisah	3) Produksi, distribusi, dan konsumsi merupakan proses yang simultan
4) Berupa barang	4) Berupa proses atau aktivitas
5) Nilai intinya diproduksi dipabrik	5) Nilai intinya diproduksi pada saat interaksi antara pembeli dan penjual
6) Pelanggan (biasanya) tidak berpartisipasi dalam proses produksi	6) Pelanggan berpartisipasi dalam proses produksi
7) Dapat disimpan	7) Tidak dapat disimpan
8) Tidak dapat dipindahkan kepemilikan	8) Tidak dapat dipindahkan kepemilikan

Sumber : Muhtosim Arief (2012)

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa jasa adalah semua kegiatan yang memiliki manfaat bagi pihak lain yang tidak berwujud dan hanya dapat dirasakan oleh konsumen yang telah membeli produk yang ditawarkannya.

2.3.3 Bauran Pemasaran Jasa

Dalam pemasaran terdapat suatu strategi yang dinamakan bauran pemasaran (marketing mix) bauran pemasaran memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepasar. setelah perusahaan menentukan strategi pemasaran kompetitifnya dengan tepat, maka perusahaan tersebut sudah siap merencanakan rincian dari bauran pemasaran .

Menurut Zeithaml dan Bitner yang dialih bahasakan oleh Ratih Huriyati (2012:47) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai sekumpulan alat pemasaran (marketing mix) yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaannya dalam pasar sasaran.

Definisi lain bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:11) mendefinisikan Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya.

Selanjutnya definisi menurut Assauri (2013:75) bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, yaitu variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen”.

Definisi Bauran Pemasaran Menurut Buchari (2008:205) “*marketing mix* merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan”

Sedangkan menurut Buchari alma (2013:30) Bauran Pemasaran adalah strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing agar dicari kombinasi maksimal, sehingga mendatangkan hasil yang paling memuaskan.

Konsep Bauran pemasaran menurut Zeithalm dan bitner yang dialih bahasakan oleh Ratih Hurriyati (2011:48) Bauran pemasaran untuk produk barang memiliki 4 variabel atau dikenal dengan istilah 4P yaitu terdiri dari *Product*(produk), *place* (Tempat), *Price*(Harga) dan *promotion* (promosi), sementara itu untuk pemasaran jasa diperluas atau (*Expanded marketing mix for service*) biasa disebut 7P yaitu *Product* (produk) , *place* (Tempat) , *Price* (Harga) dan *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidance* (bukti fisik).

Adapun unsur konsep 7P Menurut Kotler dan Keller (2012:62) sebagai berikut:

1. *Product*

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan perusahaan untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

2. Price
Sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk harga yang sama terhadap semua pembeli.
3. Place
Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditunjukkan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan, dan sebagainya.
4. Promotion
Aspek ini berhubungan dengan berbagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk/jasa yang dijual, tempat dan waktunya selain itu, untuk membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan melalui iklan, penjualan pribadi promosi penjualan maupun publikasi.
5. People
Dalam hubungan dengan pemasaran jasa, maka orang yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam orang ini berarti berhubungan dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia.
6. Process
Proses merupakan gabungan semua aktifitas umumnya terdiri atas prosedur misalnya jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal hal rutin lainnya dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.
7. Physical evidence
Bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. Ada dua jenis bukti fisik, yaitu:
 - a. Bukti Penting (*essential evidence*)
Ialah keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan tata letak (*layout*) dari gedung, ruang, dan lain-lain.
 - b. Bukti Pendukung (*peripheral evidence*)
Merupakan nilai tambah yang bila berdiri sendiri tidak akan berarti apa-apa. Jadi berfungsi sebagai pelengkap, sekalipun peranannya sangat penting dalam proses produksi jasa

Dari beberapa pengertian diatas peneliti sampai pada pemahaman bahwa marketing mix merupakan kombinasi dari tujuh variabel yang merupakan inti dari system pemasaran perusahaan dapat dikendalikan oleh perusahaan seefektif mungkin.

2.4 Kualitas pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan seringkali di anggap sebagai ukuran relative kebaikan suatu produk atau jasa oleh pelanggan dalam memenuhi harapannya. Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Definisi Kualitas pelayanan menurut Tjipto dan Chandra (2011:164) dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian .kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian merupakan ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya. Maka dari itu yang dimaksud kualitas adalah apabila beberapa faktor dapat memenuhi harapan pelanggan. seperti pernyataan tentang kualitas :

Menurut Tjiptono dikutip oleh Danang sunyoto (2012:236) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaianya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2012:131) Mendefinisikan kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:172) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Definisi lain kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:270) merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk konsumsi, bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai) bersifat tidak berwujud dan apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik (*ideal*), dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan

konsumen, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan jelek (kurang ideal), sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen merasa belum terpenuhi.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi pelayanan jasa. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga pelayanan jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Upaya mempertahankan komitmen pelayanan jasa yang baik dan untuk meningkatkan mutu pelayanan yang berkualitas, maka suatu perusahaan harus melakukan pengukuran terhadap kinerja atas kualitas pelayanan tersebut mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen yang mengkonsumsinya.

Pada dasarnya, terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain, yaitu : persepsi pelanggan, produk (jasa), dan proses. Bagi yang berwujud barang, ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas, tetapi tidak untuk jasa. Sedangkan jasa, produk dan proses mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:198) terdapat 5 dimensi kualitas layanan yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)
Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Empati (*Emphaty*)
Bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
3. Keandalan (*Reliability*)
Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
4. Daya tanggap (*Responsiveness*)
Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
5. Jaminan (*Assurance*)
Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan

dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

Menurut Valarie Zeithaml, Leonard Berry dan A Parasuraman dikutip dalam Christopher Lovelock Jochen Wirtz dan Jacky Wirtz (2011:154) Telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas pelayanan. Dalam penelitian berikutnya mereka menemukan tingkat korelasi yang tinggi antara beberapa variabel dan akhirnya mengkonsolidasikannya kedalam 5 dimensi yang luas.

1. *Tangible* (Penampilan unsure fisik)
2. *Reliability* (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)
3. *Responsiveness* (Kecepatan dan kegunaan)
4. *Assurance* (Kredibilitas, keamanan, kompetensi dan kesopanan)
5. *Emphaty* (Akses mudah, komunikasi yang baik dan pemahaman pelanggan)

Menurut kotler (2012:284) terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan, diantaranya:

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
2. Empati (*Emphaty*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.
3. Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemampuan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen.
4. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten.
5. Jaminan (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Dimensi kualitas pelayanan menurut Rambat Lupiodi dan A.Hamdani (2013:182) dimensi kualitas pelayanan meliputi :

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu kemampuan untuk perusahaan menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal .penampilan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contohnya ; gedung , gudang dll) perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) , serta penampilan karyawannya.

2. Ketanggapan (Responsivness) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat , tepat , serta memberikan informasi yang jelas kepada konsumen.
3. Keandalan (Realiability) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya .kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen berarti ketepatan waktu , pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan , sikap yang simpatik dengan akurasi tinggi .
4. Jaminan dan Kepastian (Assurance) yaitu pengetahuan , kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan. hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi , kredibilitas, keamanan kompetensi , dan sopan santun .
5. Empati (Emphaty) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang memberikan kepada konsumen dengan memahami keinginan mereka.

2.4.3 Faktor-Faktor Kurangnya Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2012 : 178), terdapat beberapa faktor yang dapat mengurangi kualitas layanan pada sebuah perusahaan. Sehingga perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut, yaitu:

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan
Salah satu karakteristik unik jasa/layanan adalah *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan bisa saja terjadi. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi :
 - a. Tidak terampil dalam melayani pelanggan
 - b. Cara berpakaian karyawan yang kurang sesuai konteks
 - c. Tutur kata karyawan kurang sopan bahkan menyebalkan
 - d. Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan
 - e. Karyawan selalu cemberut atau pasang tampang “angker”
2. Intensitas kinerja yang tinggi
Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan dampak negatif pada kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan. Seperti, pelatihan kurang memadai atau pelatihan tidak sesuai dengan kebutuhan, tingkat *turnover* karyawan yang tinggi, motivasi kerja karyawan kurang diperhatikan, dan lain-lain.

3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai
Karyawan *front-line* adalah ujung tombak dalam sistem penyampaian layanan. Karyawan *front-line* dapat dikatakan sebagai citra perusahaan karena karyawan-karyawan tersebut memberikan kesan pertama kepada konsumen. Agar para karyawan *front-line* mampu memberikan pelayanan dengan efektif, diperlukan dukungan dari perusahaan seperti, dukungan informasi (prosedur operasi), peralatan (pakaian seragam, material), maupun pelatihan keterampilan.
4. Gap komunikasi
Bila terjadi Gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan. Gap-gap komunikasi bisa berupa :
 - a. Penyedia layanan memberikan janji berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya.
 - b. Penyedia layanan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan.
 - c. Pesan komunikasi penyedia layanan tidak dipahami pelanggan.
 - d. Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindak lanjuti keluhan atau saran pelanggan.
5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama
Dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam. Sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain. Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia layanan dalam hal kemampuan memahami kebutuhan spesifik pelanggan individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia layanan dan layanan spesifik yang mereka terima.
6. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan.
Bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan. Selain itu, pelanggan juga bias bingung membedakan variasi penawaran layanan, baik dari segi fitur, keunggulan, maupun tingkat kualitasnya.
7. Visi bisnis jangka pendek
Visi jangka pendek (misalnya orientasi pencapaian target penjualan dan laba tahunan, hematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dll), bias merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

2.4.4 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2012:182) terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan :

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan
Setiap penyedia layanan diwajibkan untuk menyampaikan layanan berkualitas terbaik kepada pelanggan. Beberapa faktor yang menjadi penilaian pelanggan seperti keamanan transaksi, ketepatan waktu dan lain-lain.
2. Mengelola ekspektasi pelanggan
Banyak perusahaan yang berusaha menarik perhatian pelanggan dengan berbagai cara sebagai salah satunya adalah melebih-lebihkan janji sehingga itu menjadi “bumerang” untuk perusahaan apabila tidak dapat memenuhi apa yang dijanjikan. Karena semakin banyak janji yang diberikan, semakin besar pula ekspektasi pelanggan. Ada baiknya untuk lebih bijak dalam memberikan “janji” kepada pelanggan.
3. Mengelola bukti kualitas pelayanan
Pengolahan ini bertujuan untuk memperkuat penilaian pelanggan selama dan sesudah pelayanan disampaikan. Berbeda dengan produk yang bersifat tangible, sedangkan layanan merupakan kinerja, maka pelanggan cenderung memperhatikan “seperti apa layanan yang akan diberikan” dan “seperti apa layanan yang telah diterima” sehingga dapat menciptakan persepsi tertentu terhadap penyediaan layanan di mata konsumen.
4. Mendidik pelanggan tentang layanan
Upaya mendidik pelanggan kepada pelanggan bertujuan untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian layanan secara efektif dan efisien. Pelanggan akan dapat mengambil keputusan pembelian secara lebih baik dan memahami perannya dalam proses penyampaian layanan sebagai berikut :
 - a. Penyedia layanan memberikan informasi kepada konsumen dalam melakukan sendiri layanan tertentu. Seperti mengisi formulir pendaftaran, menggunakan fasilitas teknologi seperti : ATM, internet banking dan sebagainya.
 - b. Penyedia layanan membantu konsumen dalam pemberitahuan kapan menggunakan suatu layanan secara lebih mudah dan murah, yaitu sebisa mungkin untuk menghindari periode waktu sibuk dan memanfaatkan periode dimana layanan tidak terlalu sibuk.
 - c. Penyediaan layanan menginformasikan mengenai prosedur atau cara penggunaan layanan penggunaan layanan melalui iklan, brosur, atau staff secara langsung mendampingi konsumen saat penggunaan layanan.
 - d. Penyedia layanan meningkatkan kualitas layanan dengan cara penjelasan kepada konsumen tentang beberapa hal kebijakan yang mungkin akan mengecewakan konsumen, misalkan kenaikan harga.

5. Menumbuhkan budaya kualitas

Budaya kualitas dapat dikembangkan dalam sebuah perusahaan dengan diadakannya komitmen menyeluruh dari semua anggota organisasi dari yang teratas hingga terendah. budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur dan harapan yang berkenaan dalam peningkatan kualitas. beberapa faktor yang dapat menghambat namun dapat pula memperlancar pengembangan kualitas layanan yaitu :

 - 3 Sumber daya manusia, sebagai contoh dalam hal penyeleksian karyawan, pelatihan karyawan, deskripsi job dll
 - 4 Organisasi / struktur, meliputi integrasi atau koordinasi antar fungsi dan struktur pelaporan
 - 5 Pengukuran yaitu melakukan evaluasi kinerja dan keluhan konsumen.
 - 6 Pendukung sistem, yaitu faktor teknologi seperti komputer, sistem, data base, dan teknis.
 - 7 Layanan, meliputi pengolahan keluhan konsumen, alat-alat manajemen, alat-alat promosi/penjualan.
 - 8 Komunikasi internal, terdiri dari prosedur dan kebijakan dalam operasional.
 - 9 Komunikasi eksternal, yakni edukasi pelanggan, manajemen ekspektasi pelanggan, dan pembentukan citra positif perusahaan.
6. Menciptakan *Automating Quality*.

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah dalam hal kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Namun dibutuhkan perhatian dalam aspek-aspek sentuhan manusia (*high touch*) dan elemen-elemen yang memerlukan otomatisasi (*high tech*). Keseimbangan antara kedua hal tersebut sangat dibutuhkan untuk menghasilkan kesuksesan penyampaian layanan secara efektif dan efisien. Contoh, *internet banking*, *phone banking*, dan sejenisnya.
7. Menindak lanjuti layanan

Penindaklanjutan layanan diperlukan untuk memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan dan mempertahankan yang sudah baik. Dalam rangka ini, perusahaan perlu melakukan *survey* terhadap sebagian atau seluruh konsumen mengenai layanan yang telah diterima. Sehingga perusahaan dapat mengetahui tingkat kualitas layanan perusahaan di mata konsumen.
8. Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

Service quality information system adalah sistem yang digunakan oleh perusahaan dengan cara melakukan riset data. Data dapat berupa hasil dari masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan, pelanggan, dan pesaing. Bertujuan untuk memahami suara konsumen (*consumer's voice*) mengenai ekspektasi dan persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Sehingga

perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan berdasarkan sudut pandang konsumen.

2.5 Kepuasan Pelanggan

Dalam era globalisasi saat ini yang ditandai revolusi teknologi komunikasi dan teknologi informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Dengan adanya kemudahan dan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetensi yang semakin ketat yang mengakibatkan pelanggan (*customer*) semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkatkan menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Perhatian terhadap kepuasan pelanggan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan ataupun ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, dan meneliti perilaku konsumen.

Menurut Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:177) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Menurut Philip Kotler dan Keller (2009:54) *Customer satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product perceived performance (or outcome) from their expectations*

Menurut Fandy Tjiptono (2012:24) kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja hasil yang dirasakan dengan kinerja aktual jasa atau produk maka konsumen berada pada diskonfirmasi.

Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Fandy Tjiptono (2011 : 312) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

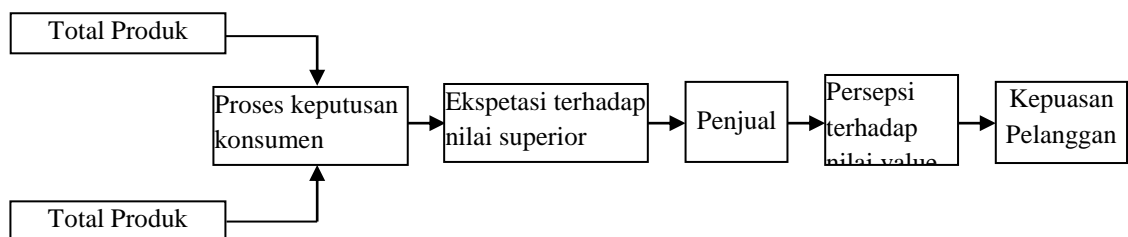
Oxford Advanced Learner's Dictionary (Tjiptono dan Chandra, 2011 : 292) mendeskripsikan kepuasan sebagai *"the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen"* and *"the act of fulfilling a need or desire"*.

Apabila dijabarkan kepuasan konsumen menurut Julianto (2011:34) merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan realisasi yang diberikan perusahaan dalam usaha memenuhi harapan konsumen (nilai persepsi) apabila :

Nilai harapan = nilai persepsi \longrightarrow pelanggan puas
 Nilai harapan < nilai persepsi \longrightarrow pelanggan sangat puas

Dari beberapa pengertian di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen atas pengalaman yang didapat dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

2.5.1 Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber : Fandy Tjiptono (2015:76)

Gambar 3
Konsep Kepuasan Pelanggan

Gambar di atas memperlihatkan kepuasan pelanggan dibentuk harapan dan persepsi konsumen terhadap suatu produk yang memiliki nilai unggul. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dasar sejumlah *value* produk (kinerja) yang dipersepsikan oleh pelanggan dibanding dengan harapan pelanggan sebelum menggunakan .maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kepuasan pelanggan adalah kinerja dan harapan.

2.5.2 Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan

Menurut Daryanto dan Ismanto Setyobudi (2014:53) berdasarkan studi literature terdapat lima driver utama kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kualitas Produk
Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.
2. Harga
Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relative tidak penting bagi mereka.

3. **Kualitas Layanan**
 Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu system, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70% tidak mengherankan. Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru, pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses recruitment, pelatihan, budaya kerja dan hasilnya biasanya baru terlihat setelah 3 tahun.
4. **Faktor Emosional**
 Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan, rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.
5. **Biaya dan Kemudahan**
 Pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Peran driver pendorong kepuasan pelanggan tentunya tidak sama antara driver memiliki bobotnya masing-masing sesuai dengan industri perusahaan dan kebutuhan dari para pelanggan yang dimilikinya.

2.5.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2010:101) 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
2. **Minat Berkunjung Kembali**
 Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :
 - a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan
 - b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk
 - c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai

3. Kesiediaan Merekomendasikan

Merupakan kesiediaan 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 karena 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.

Dimensi Kepuasan Pelanggan , hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan menurut Kotler & Keller (2012:112).

1. Membeli lagi.
2. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.
3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan

2.5.4 Metode dan Teknik Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2008:34) metode untuk mengukur kepuasan pelanggan.

1. Sistem keluhan dan saran
Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer – oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bias berupa kotak saran yang diletakkan ditempat tempat strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa.
2. *Ghost Shopping*
Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkejakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.
3. *Lost Customer Analysis*
Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan dan penyempurnaan selanjutnya.

4. *Survei Kepuasan Pelanggan*

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga member tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Kotler dalam Zulian Yamit (2013:80) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, metode tersebut antara lain:

1. Sistem Pengaduan

Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. Setiap saran dan keluhan itu pada umumnya dilandasi oleh pengalaman mereka dan hasil ini sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap produk maupun terhadap perusahaan.

2. Survey Pelanggan

Survey pelanggan merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan misalnya , melalui surat pos , telepon atau wawancara secara langsung.

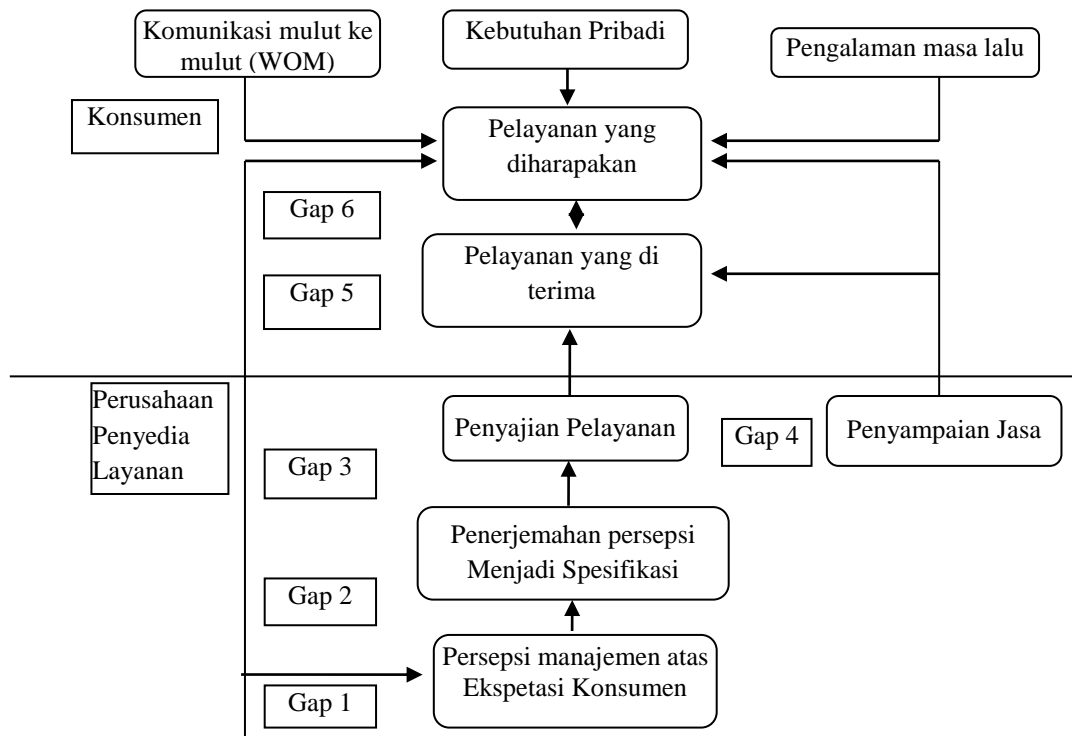
3. Panel Pelanggan

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi pelanggan perusahaan lain. Dari pelanggan setia akan diperoleh informasi tingkat kepuasan yang mereka rasakan dan dari pelanggan yang telah berhenti. Apabila pelanggan yang berhenti membeli (*customer loss rate*) ini meningkat hal ini menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

2.6 Model Gap (Kesenjangan)

Menurut Zeithaml, Leonard Berry, dan A parasuratman dikutip dalam Christopher Lovelock Jochen Wirtz dan Jacky Wirtz (2011:154) mengidentifikasi empat kesenjangan potensial dalam perusahaan jasa yang dapat mengakibatkan unsure kelima dan paling serius. Perbedaan kesenjangan antara apa yang diharapkan pelanggan dan apa yang mereka anggap telah disampaikan pada mereka.

Gambar dibawah ini memberikan gambaran dan menyempurnakan pemahaman kerangka kinerja untuk mengidentifikasi total enam jenis kesenjangan yang dapat terjadi pada titik- titik yang berbeda selama mendesain dan menyajikan kinerja pelayanan.



Sumber : Christopher Lovelock , Jochen Wirtz and Jacky Writz (2011:156)

Gambar 4
Model GAP

1. *The Knowledge Gap* (Kesenjangan Pengetahuan) adalah perbedaan antara apa yang menurut manajemen senior diharapkan oleh pelanggan dengan kebutuhan actual dan harapan konsumen.
2. *The Policy Gap* (Kesenjangan kebijakan) adalah perbedaan antara pemahaman manajemen terhadap ekspektasi pelanggan, dan standar kualitas yang ditetapkan untuk penyajian pelayanan.
3. *The Delivery Gap* (Kesenjangan Penyajian) adalah perbedaan antara standar pelayanan yang ditetapkan dan kenyataan kinerja tim penyajian serta pelayanan operasional dilapangan.
4. *The Communications Gap* (Kesenjangan Komunikasi) adalah perbedaan antara apa yang dikomunikasikan perusahaan dan apa yang diterima oleh para pelanggannya.
5. *The Perceptions Gap* (Kesenjangan Persepsi) adalah perbedaan antara apa yang disampaikan kepada pelanggan dan apa yang pelanggan rasa telah mereka terima (karena mereka terkadang tidak dapat mengevaluasi kualitas pelayanan dengan akurat).
6. *The Service Quality Gap* (Kesenjangan kualitas pelayanan) adalah perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan untuk mereka terima dan persepsi mereka terhadap pelayanan yang sebenarnya disampaikan.

2.7 Hasil Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.7.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu dapat digunakan untuk hipotesis atau jawaban sementara dalam penelitian ini, selain itu penelitian terdahulu dapat dipakai sebagai sumber pembandingan dengan penelitian yang sedang penulis lakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang di dapat dari jurnal sebagai perbandingan agar diketahui persamaan dan perbedaannya. Penelitian terdahulu dapat dilihat pada.

Tabel 6
Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	susena (2013)	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Candra Motor	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel Candra Motor dikaur utara. Metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi spearman Dan pengujian kebenaran data dengan uji t. hasil penelitian korelasi rank spearman memiliki korelasi sebesar 0,701 artinya antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Bengkel Cender Motor memiliki hubungan yang kuat , ini berarti bahwa semakin tinggi pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan dari para pelanggan bengkel. hasil membuktikan bahwa pengujian hipotesis membuktikan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{table} ($7,482 > 1,672$). Dengan demikian hasil hipotesis adalah H_0 ditolak dan H_a diterima artinya pelayanan mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan bengkel candra motor .

2	Septiani (2017)	Hubungan Kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel Hond Harika Motor Bogor	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualita pelayanan yang diberikan, menganalisis kepuasan pelanggan, serta menganalisis hubungan kualitas pelayanan dengan kepuaan pelanggan pada Bengkel Honda Harika Motor Bogor. sampel pada penelitian ini sebanyak 105 orang metode penarikan sampel menggunakan teknik non-probabability sampling, metode analisis menggunakan korelas product moment dengan program SPSS 19, dan uji hipotesis koefisien korelasi, Hasil penelitian ini mengungkapkan kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan Bengkel Honda Harika Bogor.
3	Gunawan (2017)	Hubungan Kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada bengkel Honda bintang motor cibinong	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Honda bintang motor cibinong. penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 120 orang pelanggan Bengkel Honda bintang motor cibinong,yang diperoleh dengan menggunakan metode penarikan sampel menggunakan teknik non-probabability sampling.hasil penelitian menunjukkan bahwa Z_{hitung} diperoleh nilai 4,9525, yang menyatakan bahwa $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

2.7.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:172) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Menurut Kotler&Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:177) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Menurut Valarie Zeithaml, Leonard Berry dan A Parasuraman dikutip dalam Christopher Lovelock Jochen Wirtz dan Jacky Wirtz (2011:154) Telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas pelayanan.

Dari hasil penelitian sebelumnya yang di teliti oleh Susena (2013) menyatakan hasil penelitian korelasi rank spearman memiliki korelasi sebesar 0,701 artinya antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Bengkel Cender Motor memiliki hubungan yang kuat , ini berarti bahwa semakin tinggi pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan dari para pelanggan bengkel.

Dari hasil penelitian sebelumnya yang di teliti oleh Septiani (2017) menyatakan Hasil penelitian ini mengungkapkan kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan Bengkel Honda Harika Bogor.

Dari hasil penelitian sebelumnya yang di teliti oleh Gunawan pada tahun (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan , daya tanggap, jmainan dan empati dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat dan positif, kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan terlihat pada saat bagaimana keunggulan layanan yang diberikan oleh perusahaan memberikan hasil yang kurang, sama atau lebih dengan apa yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan.

Dari ketiga hasil penelitian diatas hasil yang sesuai dengan hipotesis yaitu hasil penelitian dari Gunawan pada tahun (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan , daya tanggap, jmainan dan empati dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat dan positif, kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan terlihat pada saat bagaimana keunggulan layanan yang diberikan oleh perusahaan memberikan hasil yang kurang, sama atau lebih dengan apa yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan.

Dalam penelitian berikutnya mereka menemukan tingkat korelasi yang tinggi antara beberapa variabel dan akhirnya mengkonsolidasikannya kedalam 5 dimensi yang luas.

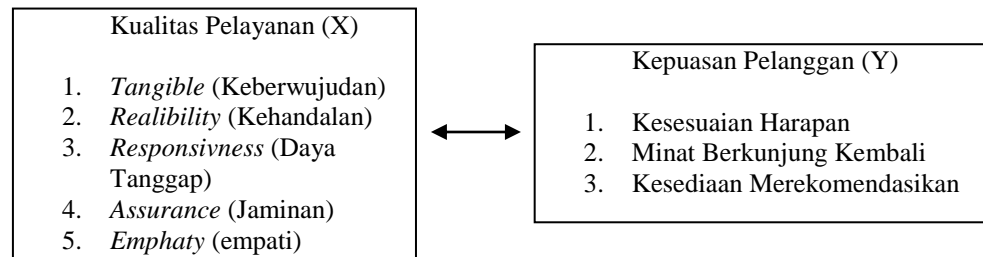
1. *Tangible* (Penampilan unsure fisik)
2. *Reliability* (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)
3. *Responsiveness* (Kecepatan dan kegunaan)
4. *Assurance* (Kredibilitas, keamanan, kompetensi dan kesopanan)
5. *Emphaty* (Akses mudah, komunikasi yang baik dan pemahaman pelanggan)

Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Untuk mengukur kepuasan pelanggan terdapat tiga indikator yaitu Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2010:101)

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan.

2.8 Kontelasi Penelitian

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan



Gambar 5
Kontelasi Penelitian

2.9 Hipotesis Penelitian

Terdapat hubungan yang positif dan kuat pada kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian korelasional yang bertujuan mencari hubungan antara dua variabel yakni kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed metode penelitian dalam penelitian ini adalah studi kasus dalam teknik penelitian yang digunakan adalah stastistik observasi , wawancara dan kuesioner.

3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (independent variabel) dengan indikator *tangible* (keberwujudan), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *Emphaty* (Empati). Serta kepuasan pelanggan dalam variable terkait (dependent variable) sebagai variable Yang dipengaruhi oleh keberadaan variabel bebas, dengan indikator kesesuaian harapan , minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Unit analisis yang digunakan adalah dyads yaitu responden Dan perusahaan karena data dalam penelitian ini berasal dari tanggapan dari setiap responden Dan data-data yang diperoleh dari perusahaan yang berkaitan dengan variable yang diteliti.

Lokasi penelitian dilakukan pada Bengkel Mobil Auto Speed Yang berada dilokasi Jl. Taman Cimanggu Tengah ,Kedung Waringin , Bogor Barat , Kota Bogor , Jawa Barat

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1 Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang merupakan data primer dan sekunder. Dimana sumber data penelitian berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed dan data yang diperoleh dari manajemen perusahaan. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung yaitu internet dan perpustakaan.

3.3.2 Sumber Data Penelitian

1. Data primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh yaitu kuesioner dan pengamatan atau observasi. Observasi dan kuesioner yang diisi oleh responden secara langsung kepada pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed.

2. Data sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data ini diperoleh dari beberapa sumber yaitu catatan atau dokumentasi Bengkel Mobil Auto Speed, internet dan lain-lain.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah penentuan construc sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.

Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas pelayanan.
2. Variabel dependent merupakan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.

Adapun operasional variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 7
Operasional Variabel
Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan
Pada Bengkel Mobil Auto Speed

Varibel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan	Tangible (Bukti langsung)	2 Penampilan fasilitas fisik 3 Peralatan 4 Pegawai	1. Tingkat kebersihan dan nyaman. 2. Kelengkapan peralatan service dan modern 3. Penampilan karyawan “berseragam”	Ordinal
	Reability (Kehandalan)	3 Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan 4 Dapat diandalkan 5 Akurat dan memuaskan	1. Memeberikan layanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan 2. Karyawan cepat dalam menyelesaikan perbaikan 3. Kendaraan diperbaiki dengan benar	Ordinal
	Responsiveness (Daya tanggap)	1. Kesiediaan membantu pelanggan 2. Kesiediaan membantu pelanggan 3. Menyediakan tempat pelayanan	5.2.1.1 Ketanggapan pegawai dalam mengetahui dan menangani dengan cepat 5.2.1.2 Memberikan waktu tertentu untuk membantu pelanggan 5.2.1.3 Bersedian menanggapi keluhan dan menjawab pertanyaan pelanggan	Ordinal

Varibel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	Assurance (Jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Kompetensi 3. Kesopanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan 2. Bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan konsumen 3. Keramahan pegawai saat berkomunikasi dengan pelanggan 	Ordinal
	Empathy (empati)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian Khusus 2. Perhatian pribadi 3. Memahami kebutuhan pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan perhatian khusus kepada pelanggan 2. Pegawai berperilaku sopan dan santun pada saat melayani pelanggan 3. Memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik 	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (Y)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian Harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mereka puas dengan pelayanan service pada Bengkel Mobil Auto Speed 2. Kualitas pelayanan Bengkel Mobil Auto Speed sesuai dengan keinginan pelanggan. 3. Fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan <ol style="list-style-type: none"> 1. Berminat untuk berkunjung kembali , karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukan service di Bengkel Mobil Auto Speed. 2. Berminat untuk berkunjung kembali , karena karyawan memiliki bukti fisik , kahandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang baik 3. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service mobil di Bengkel Mobil Auto Speed . karena sesuai dengan standar operasional perusahaan. 2. Menyarankan teman atau kerabat karena pelayanan fasilitas penunjang yang memadai. 	Ordinal

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
			3. Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service Mobil di Bengkel Mobil Auto Speed, karena nilai dan manfaat yang didapat setelah menggunakan sebuah jasa	

3.5 Metode Penarikan Sample

Penelitian ini menggunakan metode penarikan sample dengan tehnik sampling nonprobabilitas (*non probability sampling*) dimana semua elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sample. untuk menentukan sample peneliti menggunakan rumus issac dan michael sebagai berikut :

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan :

s = Jumlah sample

N = Jumlah populasi

λ^2 = Chi Kuadrat, dengan dk = 1, taraf kesalahan 1%, 5% dan 10%

d = 0,1

P = Q = 0,1

Tabel 8
Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu
Dengan Taraf Kesalahan, 1, 5, dan 10 %

N	1%	5%	10%	N	1%	5%	10%	N	1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	266
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	663	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Tabel 9
Data Pelanggan Bengkel Auto Speed
Tahun 2014 – 2017

Tahun	Jumlah Pelanggan
2014	582
2015	577
2016	490
2017	344
Jumlah	1993

Sumber : Bengkel Mobil Auto Speed (diolah oleh peneliti) Tahun 2018

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu populasi dari pelanggan pada tahun 2017 yaitu populasi sebanyak 344 dengan tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10%, maka jumlah sampel yang di diperoleh berdasarkan table sebanyak 155 sampel. adapun sample yang akan di ambil berupa orang yang sudah mengunjungi bengkel lebih dari 2 kali .

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara berikut uraiannya :

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara penelitian lapangan atau langsung , dimana penulis melakukan pengamatan langsung kelokasi dimana peneliti akan dilakukan yaitu Bengkel Mobil Auto Speed. Adapun cara yang dilakukan dalam pengumpulan data primer ini adalah :

a. Wawancara

Cara pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya dan mendengarkan jawaban yang langsung diberikan responden

b. Kuesioner

Merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diisi dan dijawab. pengumpulan data dengan kombinasi pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka, yang diberikan kepada responden secara langsung sehingga didapatkan keobjektifan data yang tepat. Data yang dikumpulkan meliputi identitas responden serta tanggapan pelanggan mengenai kualitas dan kepuasan.

Pertanyaan-pertanyaan pada angket tertutup dibuat dengan skala Likert dengan skor 1-4 skor 1- 4 digunakan peneliti karena lebih sederhana dan memiliki nilai tengah yang digunakan untuk menjelaskan keraguan-keraguan atau netral dalam memilih jawaban. Oleh karena itu skla Likert ini biasa digunakan di Indonesia untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Untuk analisis

kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor yang ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 10
Skala likert

Kriteria Jawaban	Inisial	Skala atau Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono, (2011:107)

2. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara manual yaitu dengan membaca hingga memfotocopy buku-buku dan media masa cetak lainnya, Literatur-Literatur, jurnal dan dari perusahaan yang terkait, dan mengumpulkan data dengan mendownload dari media online (internet).

3.6.1 Uji Validitas Dan Uji Reabilitas

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami. Analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi komputer Excel dan Statistical Program For Social Science (SPSS) 23.

1. Uji Validitas

Analisis ini dilakukan dengan tujuan menguji apakah data atau tiap pertanyaan yang didapat sesuai dengan kondisi populasinya. Wijaya (2011:85).

Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n})(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n})}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

X = Variabel bebas kualitas pelayanan

Y = Variabel terikat kepuasan pelanggan

n = Periode Waktu

Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Atau dengan kata lain item pertanyaannya valid apabila skor item pertanyaan yang dimiliki korelasi positif dan signifikan.

2. Uji Reabilitas

Untuk menguji reabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis formula *Alpha Cronbach's*. Rumus alpha digunakan untuk alternative jawaban yang lebih dari dua rumus berikut ini:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana :

r_{11} = Reabilitas Instrument

k = Banyaknya Butir Pertanyaan

σ_t^2 = Varian Total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Deviasi Standar Butiran

Suatu angket penelitian dinyatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pernyataan atau konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki Cronbach alpha > 0,6.

3.7 Metode Pengolahan / Analisis Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah berkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

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



3.7.2 Korelasi Rank Spearman

Korelasi *Rank Spearman* digunakan untuk mencari hubungan atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan sumber data variabel tidak harus sama. Adapun rumus Korelasi *Rank Spearman* sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana :

r_s = koefisien korelasi spearman

d_i = perbedaan ranking antara pasangan data

\sum = notasi jumlah

N = banyaknya pasangan data

Setelah dihitung koefisien korelasi, maka dilakukan interpretasi koefisien korelasi tersebut.

Tabel 11
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,19	Sangat rendah
0,20 - 0,39	Rendah
0,40 - 0,59	Sedang
0,60 - 0,79	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono, 2017

3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi atau nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan presentase pengaruh semua variabel diferensiasi produk terhadap variabel keputusan pembelian. Menjelaskan besarnya kontribusi yang diberikan variabel biaya promosi terhadap variabel volume penjualan. Rumus koefisien determinasi dapat ditunjukkan sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KP = Koefisien penentu atau koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

3.7.4 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah nyata atau tidak kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan maka dilakukan uji hipotesis koefisien korelasi sebagai berikut :

- Hipotesis Statistik
 Ho : $\rho \leq 0$ Tidak ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan
 Ha : $\rho > 0$ ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan
- Mencari Z_{tabel}
- Mencari Z_{hitung} dengan rumus :

$$Z_{hitung} = \frac{R_s}{\sqrt{\frac{1}{n} - 1}}$$

Dimana :

r_s = Koefisien korelasi rank spearman

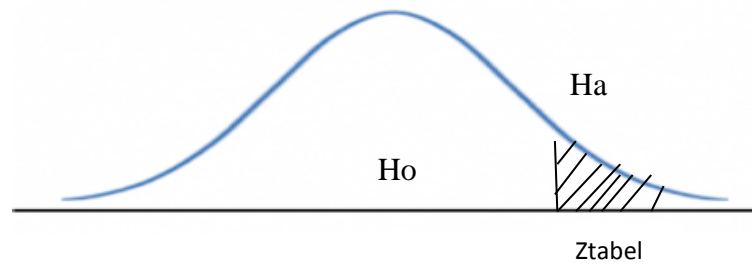
n = Jumlah sampel

Menentukan Ho diterima atau Ho ditolak berdasarkan hasil pengujian dengan kriteria :

- Jika $Z_{hitung} \leq Z_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak

artinya tidak hubungan positif dengan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

5. Jika $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
Artinya ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.



Gambar 6
Kurva Pengujian Hipotesis

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Profil & Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Bengkel Mobil Auto Speed ini dipimpin oleh Bapak Hari Rahmadi Bengkel Mobil Auto Speed ini sudah berdiri sejak tahun 2005 , yang berlokasi Jln Taman Cimanggu Tengah, Kedung Waringin, Bogor Barat , Kota Bogor.

4.1.1 Visi & Misi

Visi :

Menjadi perusahaan jasa bengkel mobil yang terpercaya dan berkualitas , serta memberikan pelayanan terbaik kepada customer dan menjadi jasa servis yang unggul.

Misi :

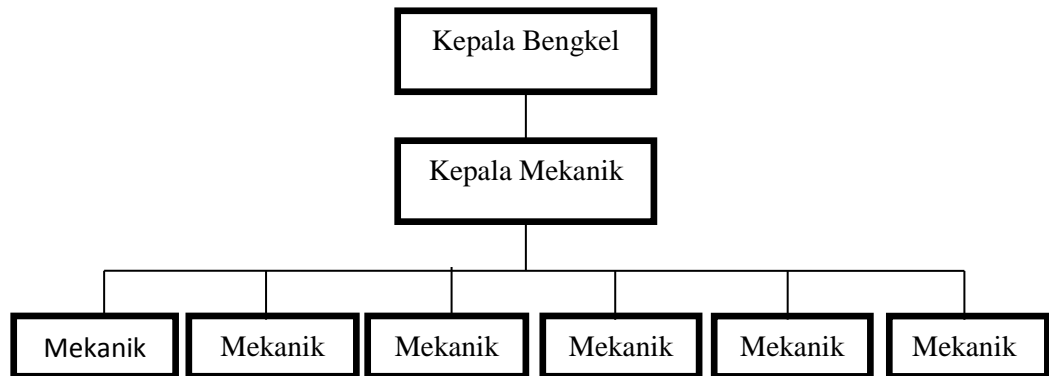
1. Memberikan pelayanan yang ramah , sopan , dan terpercaya
2. Memberikan servis yang terbaik kepada para customer
3. Tercapainya kepuasan pelanggan, dan selalu berinovasi untuk mewujudkan pelayanan servis yang profesional.

4.1.2 Kegiatan Usaha

Kegiatan usaha di Bengkel Mobil Auto Speed . Adapun jenis service yang diberikan antara lain .

1. Layanan Servis
 - tune up
 - body repair
 - spooringbalancing
 - overhaul
 - spare parts
 - painting
 - ganti oli
 - AC service

4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas



Gambar 7
Struktur Organisasi

Kegiatan Usaha di Bengkel Mobil Auto Speed dilakukan secara bersama atasan dan para karyawan secara keseluruhan.

Uraian tugas dari struktur organisasi Bengkel Mobil Auto Speed sebagai berikut :

1. Kepala Bengkel
Bertugas mengontrol dan mengawasi serta bertanggung jawab atas kegiatan kegiatan yang ada di bengkel secara langsung .
2. Kepala Mekanik
Bertugas membagi tugas kepada mekanik , mengawas jalannya bengkel baik dari segi manajemen maupun dari segi kualitas mekanik , mengawasi bagaimana cara kerja mekanik dan memberi intruksi mengenai lembar kerja , serta memantau dan bertanggung jawab atas sarana dan prasarana yang berada dibengkel .
3. Mekanik
Bertugas melakukan atau melayani service mobil sesuai yang ada pada lembar kerja atau sesuai dengan keinginan konsumen .

4.1.4 Profil Responden

Unit analisis pada penelitian ini adalah pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed, pelanggan disini adalah orang yang sudah pernah melakukan servis di Bengkel Mobil Auto Speed setidaknya minimal 2 kali atau lebih , Jumlah pelanggan yang dipilih sebagai responden sebanyak 155 orang dengan identitas sebagai berikut:

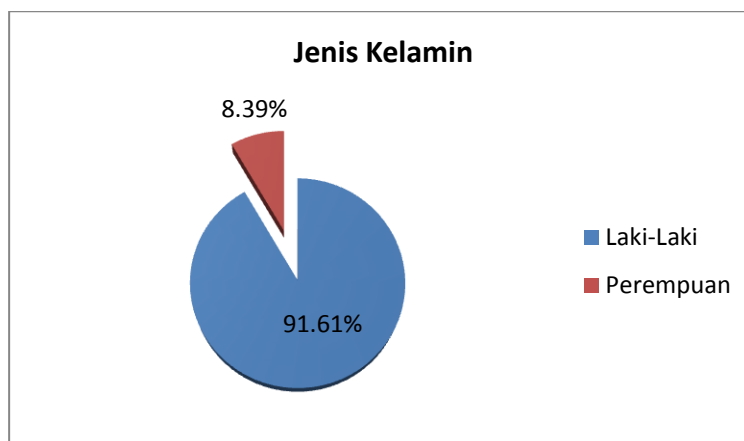
1. Jenis Kelamin Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan Jenis Kelamin :

Tabel 12
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	142	91,61
Perempuan	13	8,39
Jumlah	155	100

Sumber : Data diolah peneliti (2018)



Gambar 8
Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa 142 responden adalah berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 91,61 %, dan 13 responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase 8,39 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan jumlah responden laki-laki.

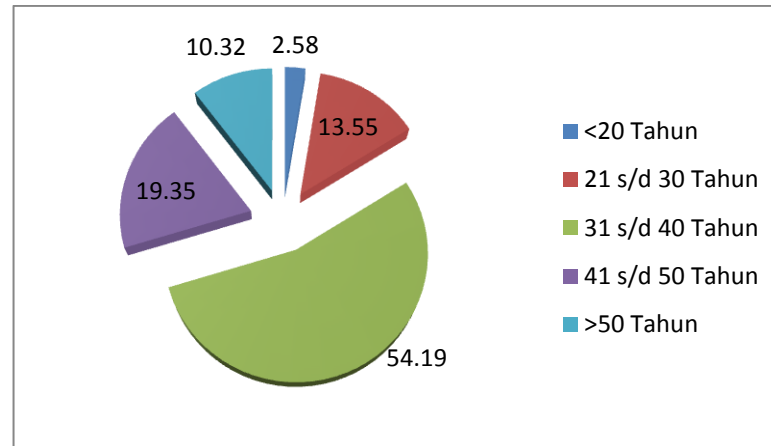
2. Usia Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan usia :

Tabel 13
Usia Responden

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	<20 Tahun	4	2,58
2.	21 s/d 30 Tahun	21	13,55
3.	31 s/d 40 Tahun	84	54,19
4.	41 s/d 50 Tahun	30	19,35
5.	>50 Tahun	16	10,32
Total		155	100

Sumber : Data diolah peneliti (2018)



Gambar 9
Usia Responden

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang berusia 31 s/d 40 tahun yaitu sebanyak 84 responden dengan presentase 54,19 %, kemudian diikuti responden yang berusia 41 s/d 50 tahun yaitu sebanyak 30 responden dengan presentase 19,35 %, setelah itu responden yang berusia 21 s/d 30 tahun yaitu sebanyak 21 responden dengan presentase 13,55 %, lalu responden yang berusia > 50 yaitu sebanyak 19 responden dengan presentase 5,28%, dan terakhir jumlah responden terkecil yaitu usia < 20 tahun sebanyak 4 responden dengan presentase 2,58%. Hal ini menunjukkan bahwa usia responden terbesar dalam penelitian ini adalah responden yang berusia 31 s/d 40 tahun yaitu sebesar 54,19 % atau sebanyak 84 responden.

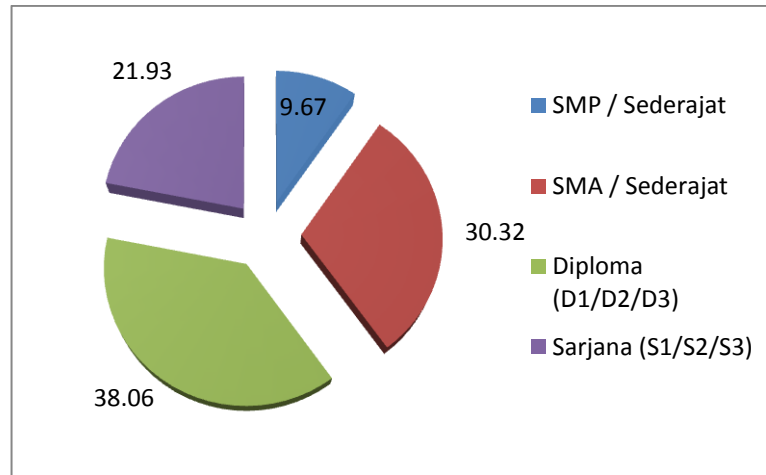
3. Pendidikan Terakhir

Tabel 14

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan pendidikan terakhir :

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	SMP / Sederajat	15	9,67
2.	SMA / Sederajat	47	30,32
3.	Diploma (D1/D2/D3)	59	38,06
4.	Sarjana (S1/S2/S3)	34	21,93
Total		155	100

Sumber : Data diolah, 2018



Gambar 10
Pendidikan Terakhir Responden

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang memiliki pendidikan terakhir Diploma (D1/D2/D3) sebanyak 59 responden dengan presentase 38,06 % setelah itu responden yang berpendidikan SMA / Sederajat yaitu sebanyak 47 responden dengan presentase 30,32 %, setelah itu responden yang pendidikan terakhir Sarjana (S1/S2/S3) yaitu sebanyak 34 responden dengan presentase 21,93 %, dan terakhir jumlah responden terkecil yaitu pendidikan terakhir SMP/Sederajat sebanyak 15 responden dengan presentase 9,67 %. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden terbesar dalam penelitian ini adalah responden yang pendidikan terakhir Diploma (D1/D2/D3) sebanyak 59 responden dengan presentase 38,06 %.

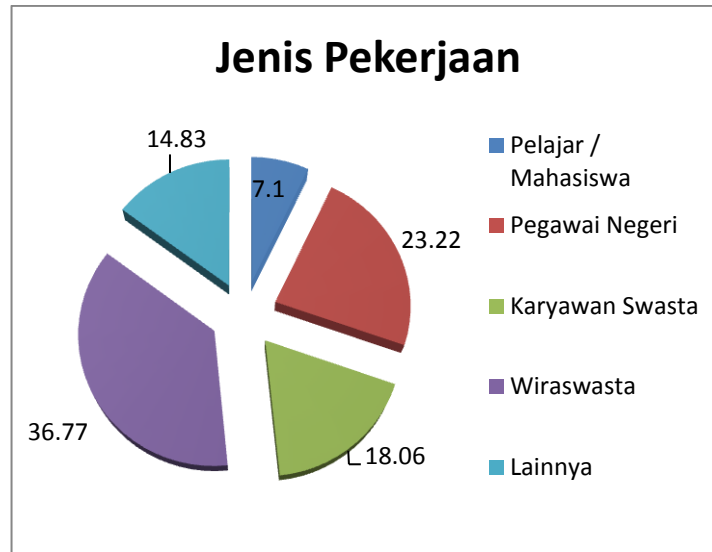
4. Jenis Pekerjaan Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan Jenis Pekerjaan :

Tabel 15
Jenis Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar / Mahasiswa	11	7,10
Pegawai Negeri	36	23,22
Karyawan Swasta	28	18,06
Wiraswasta	57	36,77
Lainnya	23	14,83
Jumlah	155	100

Sumber : Data diolah peneliti (2018)



Gambar 11
Jenis Pekerjaan Responden

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan 155 responden bervariasi. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang memiliki pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 57 responden dengan presentase 36,77 %, kemudian diikuti responden yang memiliki pekerjaan pegawai negeri yaitu sebanyak 36 responden dengan presentase 23,22%, setelah itu responden yang memiliki pekerjaan karyawan swasta yaitu sebanyak 28 responden dengan presentase 18,06 %, setelah itu responden yang memiliki pekerjaan lainnya yaitu sebanyak 23 responden dengan presentase 14,83 % yang terakhir jumlah responden terkecil memiliki pekerjaan pelajar/ mahasiswa yaitu sebanyak 11 responden dengan presentase 7,10%. Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan responden terbesar dalam penelitian ini adalah responden yang pekerjaannya sebagai wiraswasta yaitu sebesar 36,77 % atau sebanyak 57 responden.

5. Analisis Data

Untuk mengetahui hubungan yang terbatas dari masalah statistik perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas menggunakan SPSS 23. Data tersebut didapat dari hasil pertanyaan kuesioner responden mengenai Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) pada Bengkel Mobil Auto Speed dengan sampel yang ditentukan sebanyak 30 responden. Berikut ini hasil uji validitas dan reabilitas variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

a. Uji Validitas Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

Uji validitas kualitas pelayanan digunakan untuk melihat banyaknya jumlah pernyataan yang valid atau tidak valid. Dengan menggunakan aplikasi SPSS 23, output yang dihasilkan dari uji validitas sebagai berikut :

Uji validitas kualitas pelayanan digunakan untuk melihat banyaknya jumlah pernyataan yang valid atau tidak valid. Dengan menggunakan aplikasi SPSS 23, output yang dihasilkan dari uji validitas sebagai berikut :

- 1) Dari hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS 23, variabel kualitas pelayanan dengan sampel 30 dan 15 pertanyaan, r tabel = 0,361 dan α = 0,05 maka hasil pengujian validitas pada tabel diatas menunjukkan 12 pertanyaan kualitas pelayanan telah mencapai kriteria valid karena koefisien validitas lebih tinggi dari nilai kritis r tabel 0,361 sedangkan 3 pertanyaan kualitas pelayanan tidak valid karena koefisien validitas lebih rendah dari nilai kritis r tabel 0,361. Hal ini dibuktikan dari hasil uji validitas SPSS 23 yang dapat dilihat pada lembar lampiran.
- 2) Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan SPSS 23, variabel kepuasan pelanggan dengan sampel 30 dan 9 pertanyaan, r tabel = 0,361 dan α = 0,05 maka hasil pengujian validitas pada tabel diatas menunjukkan 8 pertanyaan kepuasan pelanggan telah mencapai kriteria valid karena koefisien validitas lebih tinggi dari nilai kritis r tabel 0,361 sedangkan 2 pertanyaan kepuasan pelanggan tidak valid karena koefisien validitas lebih rendah dari nilai kritis r tabel 0,361. Hal ini dibuktikan dari hasil uji validitas SPSS 23 yang dapat dilihat pada lembar lampiran.

b. Uji Reliabilitas

Suatu angket penelitian dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pernyataan atau konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu reliable jika memiliki Cronbach alpha $>0,6$.

Tabel 16
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.766	15

Sumber : output SPSS 23, 2018

Hasil uji reliabilitas kualitas pelayanan (X) melalui SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 15 pertanyaan dengan Cronbach's alpha sebanyak 0.766, maka pertanyaan tersebut dapat diterima.

Tabel 17
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.726	9

Sumber : output SPSS 23, 2018

Hasil uji reliabilitas kepuasan pelanggan (Y) melalui SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 9 pertanyaan dengan Cronbach's alpha sebanyak 0.726, maka pertanyaan tersebut dapat diterima.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Penerapan Kualitas Pelayanan pada Bengkel Mobil Auto Speed

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu : *Tangible* (Bukti Nyata) , *Reliability* (Kehandalan), *Responsvness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) , dan *Emphaty* (Empati) dapat menggunakan perhitungan dengan rumus sebagai berikut:

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

Sehingga kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan pada tabel berikut :

Tabel 18
Kriteria Tanggapan Responden

Interval	Kriteria
0-20	Sangat Tidak Baik
21-40	Tidak Baik
41-60	Cukup Baik
61-80	Baik
81-100	Sangat Baik

Sumber :Data diolah peneliti (2018)

A. Bukti Nyata (*Tangible*)

1. Pendapat responden mengenai bukti nyata dengan pernyataan Bengkel Mobil AutoSpeedyaitu Bersih dan Nyaman dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 19
Pernyataan Responden
"Fasilitas fisik yang dimiliki bengkel bersih dan nyaman"

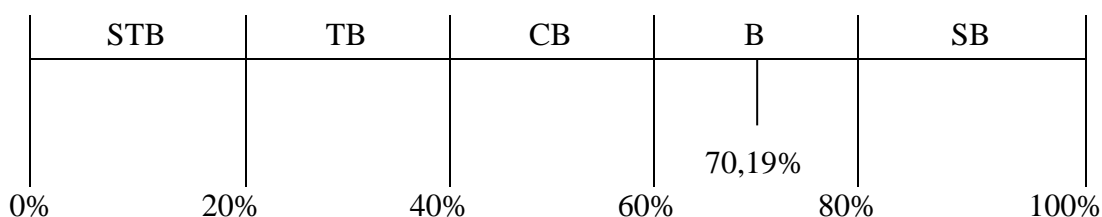
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	51	30,90	255
Tidak Baik	4	38	24,51	136
Cukup Baik	3	49	31,61	147
Baik	2	3	1,93	6
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	544

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 51 responden dengan presentase 30,90%, menjawab setuju berjumlah 38 orang dengan presentase 24,51%, menjawab cukup setuju berjumlah 49 responden dengan presentase 31,61%, menjawab tidak setuju berjumlah 3 responden dengan presentase 1,93% dengan nilai skor 544.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{544}{775} \times 100\% = 70,19\%$$



Dari hasil perhitungan diatas , didapatkan hasil penilaian kinerja pada fasilitas fisik yang dimiliki bengkel bersih dan nyaman tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 70,19 % . Hal tersebut menyatakan bahwa kebersihan dan kenyamanan fasilitas yang dimiliki oleh Bengkel Mobil Auto Speed “baik” .

2. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu penampilan karyawan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 20
Pernyataan Responden
“ Pakaian yang dikenakan karyawan “berseragam“

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	35	22,58	175
Tidak Baik	4	28	18,06	112
Cukup Baik	3	59	38,06	177
Baik	2	41	26,45	82
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	546

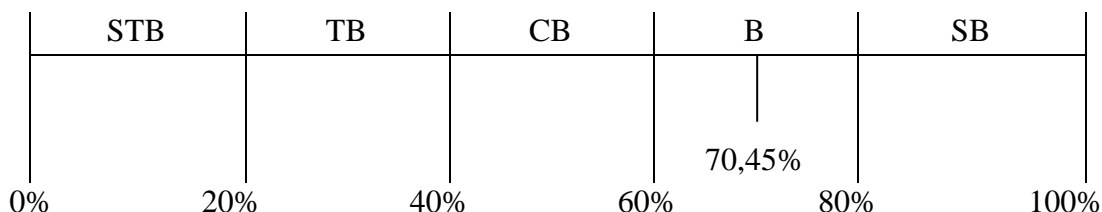
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 35 responden dengan presentase 22,58%, menjawab setuju berjumlah 28

orang dengan presentase 18,06 %, menjawab cukup setuju berjumlah 59 responden dengan presentase 38,06 %, menjawab tidak setuju berjumlah 41 responden dengan presentase 26,45% dengan nilai skor 546.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{546}{775} \times 100\% = 70,45\%$$



Dari hasil perhitungan diatas , didapatkan hasil penilaian kinerja pada fasilitas fisik pada penampilan karyawan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 70,45 % . Hal tersebut menyatakan bahwa kebersihan dan kenyamanan fasilitas yang dimiliki oleh Bengkel Mobil Auto Speed “baik”

B. *Reability* (Kehandalan)

1. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu penampilan karyawan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 21

Pernyataan Responden

“Karyawan Memberikan layanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan”

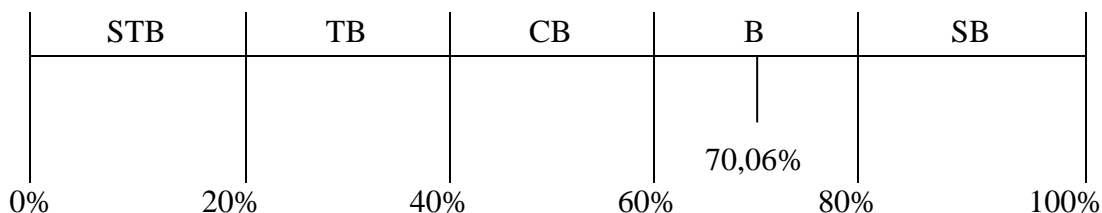
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	21	13,5	105
Tidak Baik	4	40	25,8	160
Cukup Baik	3	90	58,1	270
Baik	2	4	2,6	8
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	543

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 responden dengan presentase 13,5 %, menjawab setuju berjumlah 40 responden dengan presentase 25,8 %, menjawab cukup setuju berjumlah 90 responden dengan presentase 58,1 %, dengan nilai skor 543.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{543}{775} \times 100\% = 70,06\%$$



Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil penilaian pada Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 70,06 % . Hal tersebut menyatakan bahwa Memeberikan layanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan oleh Bengkel Mobil Auto Speed “baik”

2. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu akurat dan memuaskan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 22

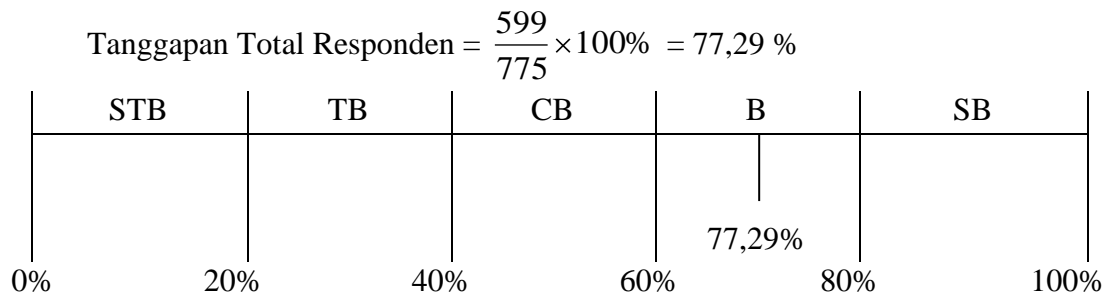
Pernyataan Responden
“ Kendaraan diperbaiki dengan benar”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	45	29,03	225
Tidak Baik	4	58	37,41	232
Cukup Baik	3	38	24,51	114
Baik	2	14	9,03	28
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	599

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 45 responden dengan presentase 29,03 %, menjawab setuju berjumlah 58 orang dengan presentase 37,41 %, menjawab cukup setuju berjumlah 38 responden dengan presentase 24,51 %, menjawab tidak setuju berjumlah 14 responden dengan presentase 9,03 % dengan nilai skor 599.

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



Dari hasil perhitungan diatas , didapatkan hasil penilaian pada Akurat dan memuaskantanggapan responden diperoleh hasil sebesar 77,29 % . Hal tersebut menyatakan bahwa Kendaraan diperbaiki dengan benar oleh Bengkel Mobil Auto Speed “baik”

C. *Responsiveness* (Daya tanggap)

1. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu Kesiediaan membantu pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 23
Pernyataan Responden

“ Memberikan waktu tertentu untuk membantu pelanggan”

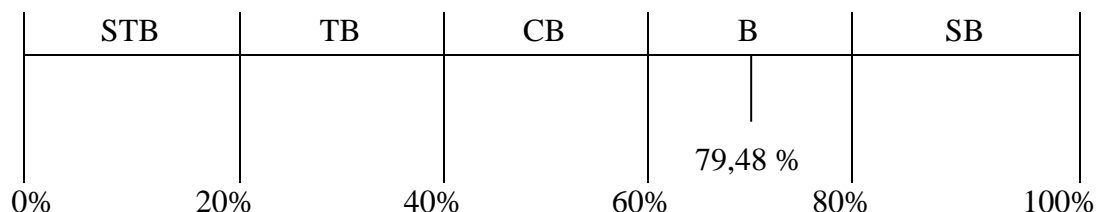
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	57	36,77	285
Tidak Baik	4	49	31,61	196
Cukup Baik	3	37	23,87	111
Baik	2	12	7,74	24
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	616

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 57responden dengan presentase 36,77%, menjawab setuju berjumlah 49 orang dengan presentase31,61%, menjawab cukup setuju berjumlah 37responden dengan presentase 23,87%, menjawab tidak setuju berjumlah 12 responden dengan presentase 7,74% dengan nilai skor 616.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{616}{775} \times 100\% = 79,48\%$$



Dari hasil perhitungan diatas , didapatkan hasil penilaian pada Kesediaan membantu pelanggan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 79,48% . Hal tersebut menyatakan bahwa Memberikan waktu tertentu untuk membantu pelanggan oleh Bengkel Mobil Auto Speed “baik”

2. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu Menyediakan tempat pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 24

Pernyataan Responden

“ Bersedian menanggapi keluhan dan menjawab pertanyaan pelanggan”

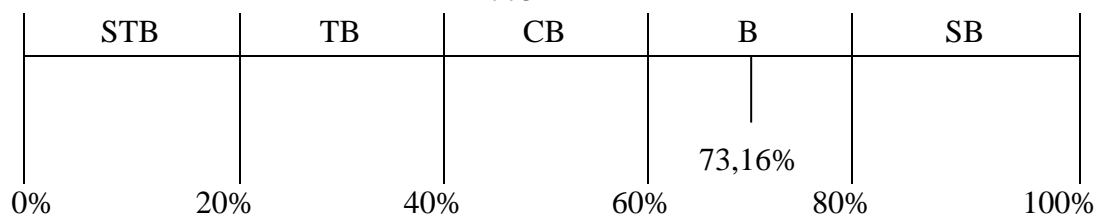
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	14	9,0	70
Tidak Baik	4	56	36,1	224
Cukup Baik	3	82	52,9	246
Baik	2	3	1,9	6
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	546

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 14 responden dengan presentase 9,0 %, menjawab setuju berjumlah 56 orang dengan presentase 36,1%, menjawab cukup setuju berjumlah 82 responden dengan presentase 52,9 %, menjawab tidak setuju berjumlah 3 responden dengan presentase 1,9 % dengan nilai skor 546.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{546}{775} \times 100\% = 73,16$$



Dari hasil perhitungan diatas , didapatkan hasil penilaian Menyediakan tempat pelayanan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 73,16 % . Hal tersebut menyatakan bahwa Bersedian menanggapi keluhan dan menjawab pertanyaan pelanggan oleh Bengkel Mobil Auto Speed “baik”.

D. Assurance (Jaminan)

1. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speedyaitu pada Pengetahuandapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 25

Pernyataan Responden

“ Bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan pelanggan”

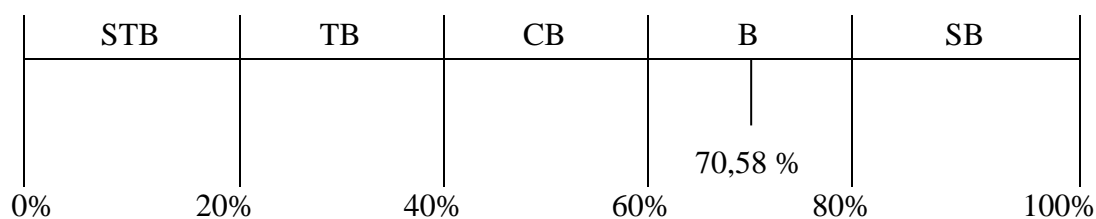
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	25	16,1	125
Tidak Baik	4	36	23,2	144
Cukup Baik	3	90	58,1	270
Baik	2	4	2,6	8
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	547

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 25responden dengan presentase 16,1 %, menjawab setuju berjumlah 36 orang dengan presentase 23,2 %, menjawab cukup setuju berjumlah 90responden dengan presentase 58,1 %, menjawab tidak setuju berjumlah 4 responden dengan presentase 2,6 % dengan nilai skor 547.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{547}{775} \times 100\% = 70,58\%$$



Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil penilaian pada Pengetahuan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 70,58 % . Hal

tersebut menyatakan bahwa Bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan konsumen pada Bengkel Mobil Auto Speed “baik”

2. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada Pengetahuandapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 26
Pernyataan Responden
“Memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan”

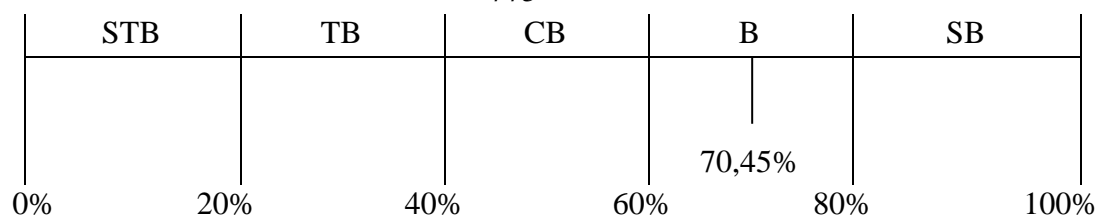
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	21	13,58	105
Tidak Baik	4	47	30,32	188
Cukup Baik	3	79	50,96	237
Baik	2	8	5,16	16
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	546

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 responden dengan presentase 13,58 %, menjawab setuju berjumlah 47 orang dengan presentase 30,32%, menjawab cukup setuju berjumlah 79 responden dengan presentase 50,96%, menjawab tidak setuju berjumlah 8 responden dengan presentase 5,16 % dengan nilai skor 546.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{546}{775} \times 100\% = 70,45\%$$



Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil penilaian pada Kompetensi tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 70,45 %. Hal tersebut menyatakan bahwa Bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan konsumen pada Bengkel Mobil Auto Speed “baik”

3. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada Kesopanan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 27
Pernyataan Responden

“Keramahan pegawai saat berkomunikasi dengan pelanggan”

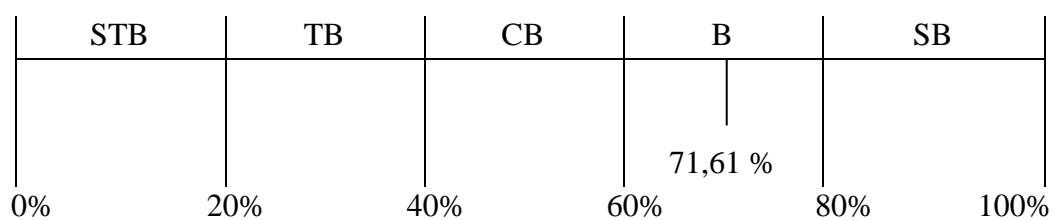
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	25	16,1	125
Tidak Baik	4	43	27,7	172
Cukup Baik	3	84	54,2	252
Baik	2	3	1,9	6
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	555

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 25 responden dengan presentase 16,1 %, menjawab setuju berjumlah 43 orang dengan presentase 27,7 %, menjawab cukup setuju berjumlah 84 responden dengan presentase 54,2 %, menjawab tidak setuju berjumlah 3 responden dengan presentase 1,9 % dengan nilai skor 1287.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{555}{775} \times 100\% = 71,61\%$$



Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil penilaian pada Memahami kebutuhan pelanggan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 71,61 % . Hal tersebut menyatakan bahwa Keramahan pegawai saat berkomunikasi dengan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed “baik”.

E. Empathy (empati)

1. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada Perhatian Khusus dapat dilihat pada tabel berikut .

Tabel 28
Pernyataan Responden
“Memberikan perhatian khusus kepada pelanggan”

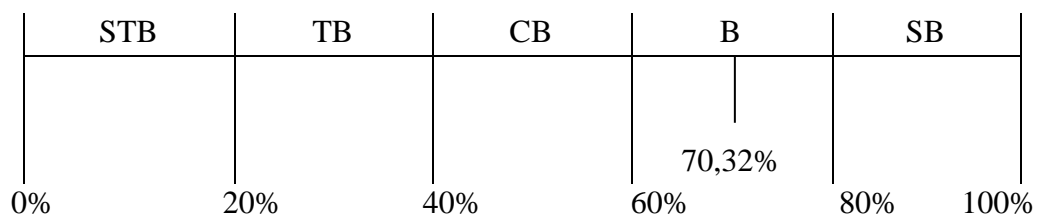
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	22	14,19	110
Tidak Baik	4	43	27,74	172
Cukup Baik	3	83	53,54	249
Baik	2	7	4,5	14
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	545

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 22 responden dengan presentase 14,19 %, menjawab setuju berjumlah 43 orang dengan presentase 27,74%, menjawab cukup setuju berjumlah 83 responden dengan presentase 53,54%, menjawab tidak setuju berjumlah 7 responden dengan presentase 4,5% dengan nilai skor 545.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{545}{775} \times 100\% = 70,32\%$$



Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil penilaian pada Memberikan perhatian khusus kepada pelanggan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 70,32%. Hal tersebut menyatakan bahwa Memberikan perhatian khusus kepada pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed “baik”.

2. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada Perhatian pribadi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 29
Pernyataan Responden
“Pegawai berperilaku sopan dan santun pada saat melayani pelanggan”

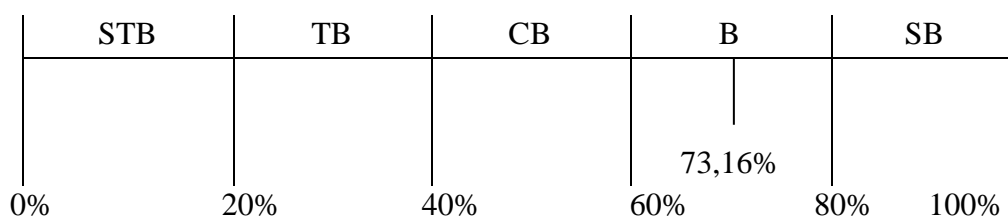
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	30	19,35	150
Tidak Baik	4	47	30,3	188
Cukup Baik	3	73	47,09	219
Baik	2	5	3,2	10
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	567

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 30 responden dengan presentase 19,35%, menjawab setuju berjumlah 47 orang dengan presentase 30,03 %, menjawab cukup setuju berjumlah 73 responden dengan presentase 47,09 %, menjawab tidak setuju berjumlah 5 responden dengan presentase 3,2 % dengan nilai skor 567.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{567}{775} \times 100\% = 73,16\%$$



Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil penilaian pada perhatian pribadi tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 73,16 % . Hal tersebut menyatakan bahwa Pegawai berperilaku sopan dan santun pada saat melayani pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed “baik”.

3. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada Memahami kebutuhan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 30
Pernyataan Responden
“Memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik”

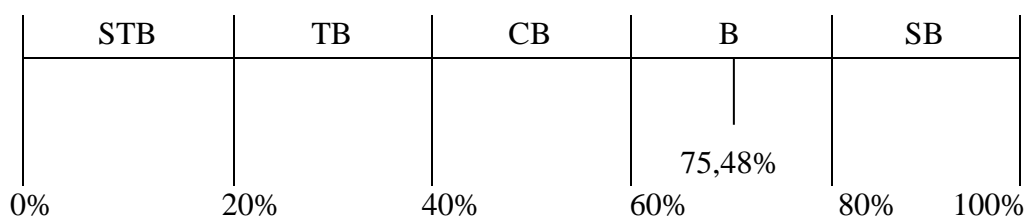
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Tidak Baik	5	43	8,4	215
Tidak Baik	4	41	26,5	164
Cukup Baik	3	64	60,6	192
Baik	2	7	4,5	14
Sangat Baik	1	0	0	0
Total		155	100	585

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 43responden dengan presentase 8,4 %, menjawab setuju berjumlah 41 orang dengan presentase 26,5 %, menjawab cukup setuju berjumlah 64 responden dengan presentase 60,6 %, menjawab tidak setuju berjumlah 7 responden dengan presentase 4,5 % dengan nilai skor 585.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{585}{775} \times 100\% = 75,48\%$$



Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil penilaian pada Memahami kebutuhan pelanggan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 75,48 % . Hal tersebut menyatakan bahwa Memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik pada Bengkel Mobil Auto Speed “baik”.

Tabel 31
Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan Bengkel Mobil Auto Speed

No	Indikator Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan
----	------------------------------	--------------------

		(Tanggapan Responden) (%)
1	1. Fasilitas fisik yang dimiliki bengkel bersih dan nyaman.	70,19%
	2. Pakaian yang dikenakan karyawan “berseragam“	70,45 %
2	1. Karyawan memberikan layanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan	70,06%
	2. Kendaraan diperbaiki dengan benar.	77,29 %
3	1. Memberikan waktu tertentu untuk membantu pelanggan	79,48%
	2. Bersedian menanggapi keluhan dan menjawab pertanyaan pelanggan	73,16%
4	1. Bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan pelanggan	70,58%
	2. Memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan	70,45%
	3. Keramahan pegawai saat berkomunikasi dengan pelanggan	71,61 %
5	1. Memberikan perhatian khusus kepada pelanggan	70,32%
	2. berperilaku sopan dan santun pada saat melayani pelanggan	73,16%
	3. Memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik	75,48%
Total		872,23%
N		12
Rata-rata		72,68%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai yang paling tinggi yaitu mengenai Memberikan waktu tertentu untuk membantu pelanggan 79,48 % dan yang terendah Karyawan memberikan layanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan dengan persentase 70,06 % pada rata-rata dari tanggapan responden

mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Mobil Auto Speed adalah 67,09% Dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa setuju terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Mobil Auto Speed.

4.2.2 Penerapan Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed

A. Kesesuaian Harapan

1. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada kesesuaian harapan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 32

Pernyataan Responden

“Mereka puas dengan pelayanan service pada Bengkel Mobil Auto Speed”

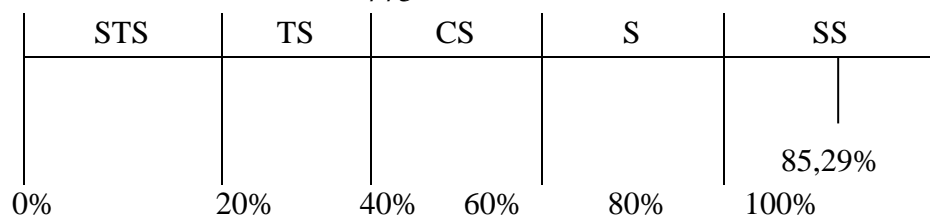
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	41	26,45	205
Puas	4	35	22,58	140
Cukup Puas	3	58	37,41	294
Tidak Puas	2	11	7,09	22
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		155	100	661

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat Puas berjumlah 41responden dengan presentase 26,45%, menjawab Puas berjumlah 35respondendengan presentase 22,58%, menjawab cukup Puas berjumlah58responden dengan presentase 37,41%, menjawab tidak Puas berjumlah 11 responden dengan presentase 7,09% dengan nilai skor 661.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{661}{775} \times 100\% = 85,29\%$$



Dari hasil perhitungan diatas , didapatkan hasil penilaian pada kesesuaian harapanpelanggan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 85,29 %.Hal tersebut menyatakan bahwa Mereka puas dengan pelayanan

service pada Bengkel Mobil Auto Speed pada Bengkel Mobil Auto Speed “sangat puas”

2. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada kesesuaian harapan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 33
Pernyataan Responden
“Kualitas pelayanan Bengkel Mobil Auto Speed sesuai dengan keinginan pelanggan”

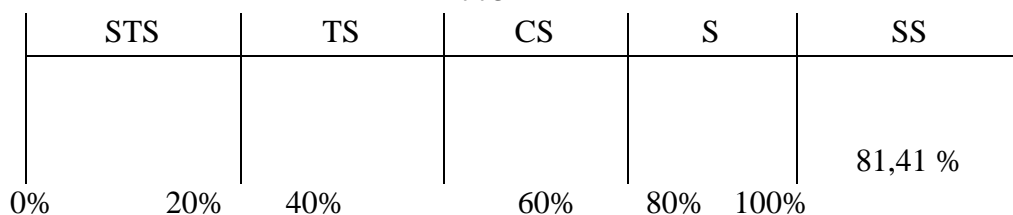
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	66	42,58	330
Puas	4	42	27,09	168
Cukup Puas	3	39	25,16	117
Tidak Puas	2	8	5,16	16
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		155	100	631

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat Puas berjumlah 66 responden dengan presentase 42,58%, menjawab Puas berjumlah 42 responden dengan presentase 27,09 %, menjawab cukup Puas berjumlah 39 responden dengan presentase 25,16%, menjawab tidak Puas berjumlah 8 responden dengan presentase 5,16% dengan nilai skor 63

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{631}{775} \times 100\% = 81,41\%$$



Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil penilaian pada kesesuaian harapanpelanggan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 81,41%. Hal tersebut menyatakan bahwa . Kualitas pelayanan Bengkel Mobil Auto Speed sesuai dengan keinginan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed pada Bengkel Mobil Auto Speed “sangat puas”

3. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada kesesuaian harapan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 34
Pernyataan Responden
“Fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan”

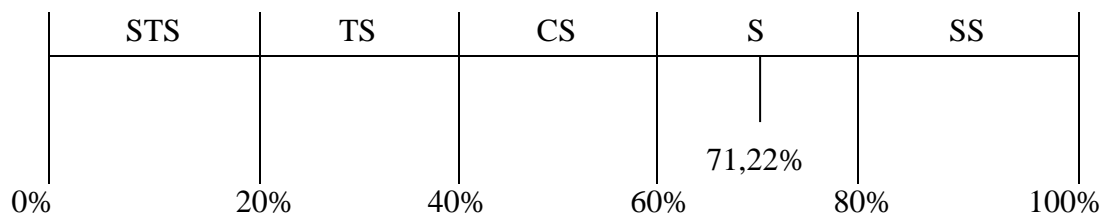
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	35	22,58	175
Puas	4	42	27,1	168
Cukup Puas	3	53	34,20	159
Tidak Puas	2	25	16,12	50
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		155	100	552

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat Puas berjumlah 35 responden dengan presentase 22,58 %, menjawab Puas berjumlah 42 responden dengan presentase 27,1 %, menjawab cukup Puas berjumlah 53 responden dengan presentase 34,20 %, menjawab tidak Puas berjumlah 25 responden dengan presentase 16,12 % dengan nilai skor 552.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{552}{775} \times 100\% = 71,22\%$$



Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil penilaian pada kesesuaian harapan pelanggan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 71,22 % . Hal tersebut menyatakan bahwa. Fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan pada Bengkel Mobil Auto Speed pada Bengkel Mobil Auto Speed “puas”

B. Minat berkunjung kembali

1. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada kesesuaian harapan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 35

Pernyataan Responden

“ Berminat untuk berkunjung kembali , karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukanservice di Bengkel Mobil Auto Speed”

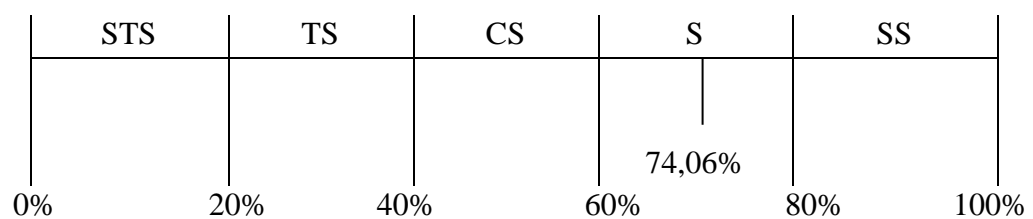
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	45	29,03	225
Puas	4	38	24,51	152
Cukup Puas	3	53	34,19	159
Tidak Puas	2	19	12,26	38
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		155	100	574

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat Puas berjumlah 45 responden dengan presentase 29,03%, menjawab Puas berjumlah 38 responden dengan presentase 24,51 %, menjawab cukup Puas berjumlah 53 responden dengan presentase 34,19 %, menjawab tidak Puas berjumlah 19 responden dengan presentase 12,26 % dengan nilai skor 574.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{574}{775} \times 100\% = 74,06\%$$



Dari hasil perhitungan diatas , didapatkan hasil penilaian pada kesesuaian harapan pelanggan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 74,06 % . Hal tersebut menyatakan bahwa Berminat untuk berkunjung kembali , karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukan service di Bengkel Mobil Auto Speed“puas”.

2. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada berminat berkunjung kembali dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 36
Pernyataan Responden

“Berminat untuk berkunjung kembali , karena kelengkapan peralatan dalam memberikan pelayanan”

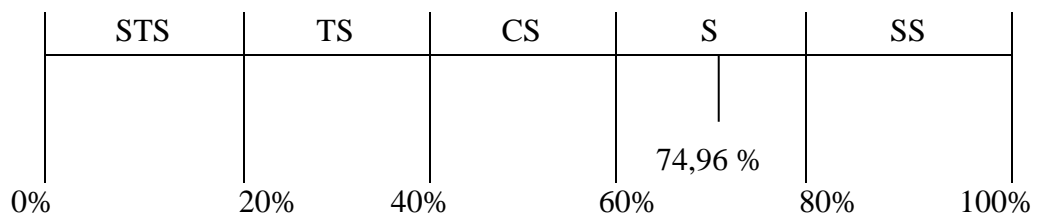
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	53	34,19	265
Puas	4	48	30,96	192
Cukup Puas	3	36	23,22	108
Tidak Puas	2	18	11,61	16
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		155	100	581

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 responden, responden yang menjawab sangat Puas berjumlah 53 responden dengan presentase 34,19%, menjawab Puas berjumlah 48 responden dengan presentase 30,96%, menjawab cukup Puas berjumlah 36 responden dengan presentase 23,22%, menjawab tidak Puas berjumlah 18 responden dengan presentase 11,61 % dengan nilai skor 581.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{581}{775} \times 100\% = 74,96\%$$



Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil penilaian pada berminat berkunjung kembali tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 74,96%. Hal tersebut menyatakan bahwa Berminat untuk berkunjung kembali, karena kelengkapan peralatan dalam memberikan pelayanan di Bengkel Mobil Auto Speed “puas”

C. Ketersediaan merekomendasikan

1. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada berminat berkunjung kembali dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 37

Pernyataan Responden

“Berminat Menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service mobil di Bengkel Mobil Auto Speed karena sesuai dengan standar operasional perusahaan.”

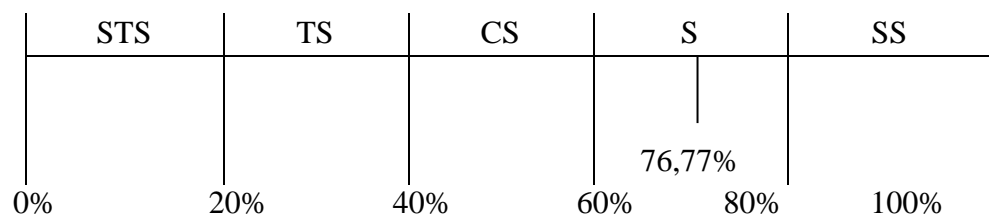
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	55	35,48	275
Puas	4	38	24,51	152
Cukup Puas	3	44	28,38	132
Tidak Puas	2	18	11,61	36
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		155	100	595

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat puas berjumlah 55 responden dengan presentase 35,48%, menjawab puas berjumlah 38 orang dengan presentase 24,51%, menjawab cukup puas berjumlah 44 responden dengan presentase 28,38%, menjawab tidak puas berjumlah 18 responden dengan presentase 11,61 % dengan nilai skor 595.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{595}{775} \times 100\% = 76,77\%$$



Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan hasil penilaian pada Kesiediaan merekomendasikan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 76,77 % . Hal tersebut menyatakan bahwa Menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service mobil di Bengkel Mobil Auto Speed karena sesuai dengan standar operasional perusahaan di Bengkel Mobil Auto Speed “puas”

2. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai di Bengkel Mobil Auto Speed yaitu pada berminat berkunjung kembali dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 38
Pernyataan Responden

“Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service Mobil di Bengkel Mobil Auto Speed, karena nilai dan manfaat yang didapat setelah menggunakan sebuah jasa”

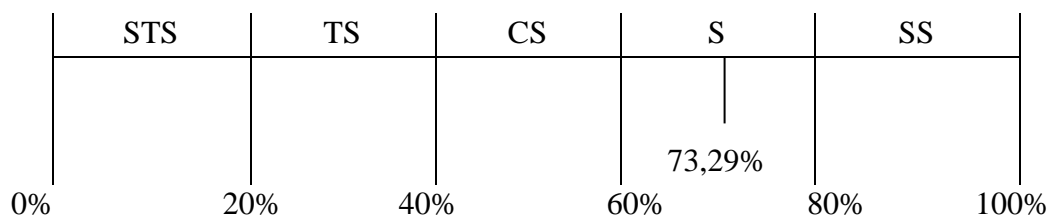
Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase (%)	Skor
Sangat puas	5	53	34,19	265
Puas	4	41	26,45	164
Cukup puas	3	37	23,87	111
Tidak puas	2	14	9,03	28
Sangat Tidak puas	1	0	0	0
Total		155	100	568

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 155 orang, responden yang menjawab sangat puas berjumlah 53 responden dengan presentase 34,19%, menjawab puas berjumlah 41 responden dengan presentase 26,45%, menjawab cukup puas berjumlah 37 responden dengan presentase 23,87 %, menjawab tidak puas berjumlah 14 responden dengan presentase 9,03 % dengan nilai skor 568.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{568}{775} \times 100\% = 73,29\%$$



Dari hasil perhitungan diatas , didapatkan hasil penilaian pada Kesiediaan merekomendasikan tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 73,29% . Hal tersebut menyatakan bahwa Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service Mobil di Bengkel Mobil Auto Speed, karena nilai dan manfaat yang didapat setelah menggunakan sebuah jasa di Bengkel Mobil Auto Speed “baik”

Selanjutnya nilai-nilai dari tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Mobil Auto Speed diringkas dalam hasil rata-rata kepuasan pelanggan berikut ini:

Tabel 39
Hasil Rata-Rata Kepuasan Pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed

No	Dimensi	Kepuasan Pelanggan	(Tanggapan Responden) (%)
1	Kesesuaian Harapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan puas dengan pelayanan service pada Bengkel Mobil Auto Speed 2. Kualitas pelayanan Bengkel Mobil Auto Speed sesuai dengan keinginan pelanggan. 3. Fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan 	<p>85,29</p> <p>81,41</p> <p>71,22</p>
2	Minat Berkunjung Kembali\	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berminat untuk berkunjung kembali , karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukan service di Bengkel Mobil Auto Speed. 2. Berminat untuk berkunjung kembali , karena kelengkapan peralatan dalam memberikan pelayanan. 	<p>74,06</p> <p>74,96</p>
3	Kesediaan Merekomendasikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service mobil di Bengkel Mobil Auto Speed karena sesuai dengan standar operasional perusahaan. 2. Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service Mobil di Bengkel Mobil Auto Speed, karena nilai 	<p>76,77</p> <p>73,29</p>

		dan manfaat yang didapat setelah menggunakan sebuah jasa	
Total			537 %
N			7
		Rata-rata	76,71%

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai yang paling tingndah yaitu gi yaitu Pelanggan puas dengan pelayanan service pada Bengkel Mobil Auto Speed dengan persentase 85,29% dan nilai yang paling rendah yaitu Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service Mobil di Bengkel Mobil Auto Speed, karena nilai dan manfaat yang didapat setelah menggunakan sebuah jasa dengan presentase 73,29 dan rata-rata dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Bengkel Mobil Auto Speed adalah 76,71 % Dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa “puas” terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Mobil Auto Speed.

4.2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Auto Speed

Berikut adalah tabel hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan :

a. Korelasi Rank Spearman

Tabel 40

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Auto Speed

Correlations			VAR00001	VAR00002
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	,454**
		Sig. (1-tailed)	.	000
		N	155	155
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	,454**	1,000
		Sig. (1-tailed)	000	.
		N	155	155

Sumber : output SPSS 23, 2018

Hasil perhitungan korelasi menjelaskan tentang nilai koefisien korelasi dan nilai signifikansi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Dari output SPSS diatas dapat diketahui dari korelasi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan didapat nilai koefisien sebesar 0,454.

Tabel 41
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

Karena nilai koefisien berada pada rentang 0,40 – 0,599 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah sedang.

b. Koefisien Determinasi

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,454^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,206116 \times 100\% = 20,61\%$$

Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan sebesar 20,61%, sedangkan sisanya sebesar 79,39% dipengaruhi oleh factor lain di luar kualitas pelayanan.

C. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak dan adakah hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, maka dilakukan uji hipotesis koefisien korelasi :

$$Z_{tabel} = 1,658 \text{ (menggunakan taraf nyata 10\%)}$$

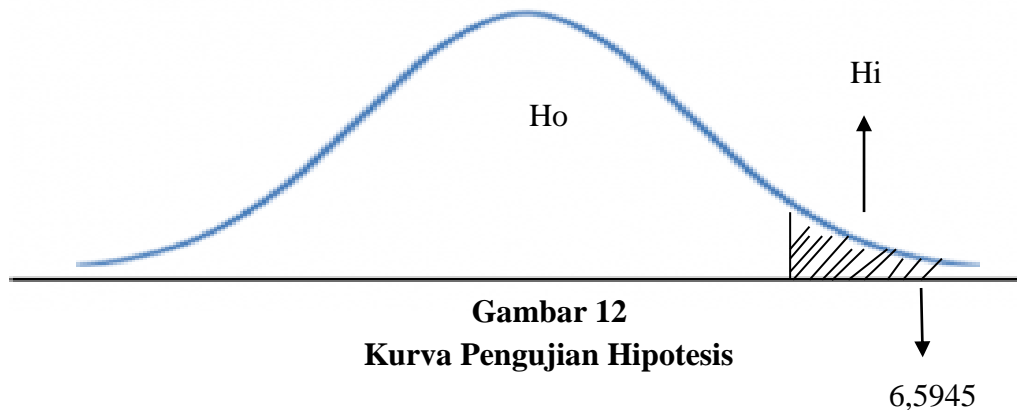
Nilai Zhitung :

$$Z_{\text{hitung}} = r\sqrt{n-1} = 0,545\sqrt{155-1} = 0,545 \times 12,410 = 6,5945$$

Nilai Ztabel :

Ho : $\rho = 0$ Tidak ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

Hi : $\rho > 0$ Ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.



Berdasarkan perhitungan Z_{hitung} diperoleh nilai 6,5945 yang menyatakan bahwa $Z_{\text{hitung}} > Z_{\text{tabel}}$ maka Ho ditolak dan Hi diterima, artinya ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

4.2.4 Interpretasi Hasil Penelitian

1. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah sedang, kontribusi kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) dengan kepuasan pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed sebesar 20,61 % dan sisanya sebesar 79,39% dipengaruhi oleh faktor lainnya setelah dilakukan uji hipotesis ternyata memang terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Gunawan pada tahun (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat dan positif, kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan terlihat pada saat bagaimana keunggulan layanan yang diberikan oleh perusahaan memberikan hasil yang kurang, sama atau lebih dengan apa yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan , untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed.

1. Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan yang ada pada Bengkel Mobil Auto Speed tergolong baik dibuktikan dengan tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Bengkel berada dalam kriteria puas. Dimana semakin baik kualitas yang diberikan oleh perusahaan maka pelanggan akan semakin merasa puas dengan apa yang diperoleh.
2. Dari hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan terdapat nilai yang paling rendah yaitu pada sub variabel Realibility dengan indikator Karyawan memberikan layanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan . adapun mengenai kepuasan pelanggan terdapat nilai yang paling rendah yaitu pada indikator kesediaan merekomendasikan yaitu Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service Mobil di Bengkel Mobil Auto Speed, karena nilai dan manfaat yang didapat setelah menggunakan sebuah jasa.
3. Adapun hasil pengujian statistik koefisien korelasi rank spearman sebesar 0,454 dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat hubungan yang positif dan sedang antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dengan . Hubungan yang positif menandakan semakin baik kualitas pelayanan semakin baik pula kepuasan yang diterima pelanggan / pelanggan semakin puas . karena kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan terdapat hubungan maka demikian sesuai dengan hipotesis hasil penelitian atau hipotesis dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada pelanggan Bengkel Mobil Auto Speed, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut :

1. Untuk indikator kualitas pelayanan nilai yang paling rendah yaitu pada indikator realibility yaitu sebesar 70,06% sebaiknya para karyawan Bengkel Mobil Auto Speed selalu menepati janjinya untuk segera menyelesaikan tugasnya sesuai dengan waktu yang telah disepakati dan yang telah dijanjikan agar pelanggan tidak merasa kecewa . jika terdapat karyawan yang tidak pernah menyelesaikan pekerjaan tidak tepat pada waktunya maka karyawan akan mendapatkan teguran atau pemotongan gaji dan melakukan pelatihan ulang agar dapat beretika dengan baik dan untuk pelanggan misalnya perusahaan berani memberikan kompensasi terhadap pelanggan dengan memberikan diskon jika pengerjaan diselesaikan

terlambat atau tidak sesuai waktu agar para pelanggan pun tetap setia untuk memperbaiki mobil mereka di Bengkel Mobil Auto Speed.

2. Untuk indikator kepuasan pelanggan nilai yang paling rendah yaitu pada indikator tangible yaitu sebesar 71,22 % yang menyatakan kesesuaian harapan apabila fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan, seharusnya bengkel mobil auto speed memberikan fasilitas agar pelanggan merasa nyaman selama berada di Bengkel seperti menyediakan tempat yang nyaman disertai tv agar para pelanggan tidak bosan selama proses perbaikan. dan sebesar 85% yang menyatakan kesesuaian harapan, karena pelanggan puas dengan pelayanan service pada Bengkel Mobil Auto Speed .

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari . 2014. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* . Edisi Revisi . Bandung : Alfabeta
- Christopher Lovelock Jochen Wirtz , Jacky Wirtz. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*.
Jakarta : PT Indeks
- Daryanto dan Ismantoo Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima* , Yogyakarta, Penerbit GAVA MEDIA
- Djaslim , Nana Herdiana Abdurrahman. 2015. *Manajemen Stratejik Pemasaran*. Bandung : CV Pustaka Setia
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran* , Edisi 4 , Yogyakarta, Penerbit ANDI
- Kotler , Keller. 2016. *Marketing Management. 15th Edition , Global Edition*
- Kotler , Philip and Garry Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing 15th Edition* New Jersey : Person Prentice Hall
- Lovelock , Christopher , Jochen Writz and Jacky Writz. 2011. *Service Marketing People , Technology , Strategy* , New Jersey USA person
- Mamang, Etta Sangadji & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset
- Philip Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. Jilid 1, Jakarta : Erlangga
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3, Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono , Fandy dan Gregorius Chandra. 2011 . *Service, Quality & Satisfaction* .Edisi 3. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Tjiptono , Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* . Edisi 2 . Yogyakarta : CV Andy Offset
- Zulian Yamit. 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*, Yogyakarta, Penerbit EKONISIA
- Website :
- <http://repository.unpas.ac.id/15856/4/SKRIPSI%20BAB%202.pdf>
- <http://repository.unpas.ac.id/126354/4/BAB%20II.docx>
- www.indonesia-investments.com

LAMPIRAN

Surat keterangan riset

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hari Ramdani

Jabatan : Manager

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ema Nurhayati

Npm : 021114281


Program Studi : Manajemen Pemasaran

Universitas : Universitas Pakuan

Yang bersangkutan telah melakukan riset penelitian sejak bulan Februari 2018 sampai dengan Juni 2018 pada Bengkel Mobil Auto Speed yang berlokasi di Jalan Taman Cimanggu Tengah, Kedung Waringin Bogor Barat Kota Bogor.

Demikian surat keterangan ini dibuat, semoga dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Bogor, 20 September 2018


PAIR - ENGINE SERVICE
PAINTING - AC SERVICE
JL. HAR UTAMANG 11B BOGOR
Telp. (0251) 8328518
(Hari Ramdani)

LAMPIRAN : HASIL UJI VALIDITAS

Hasil uji validitas hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel Mobil Auto Speed dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Tangible (Bukti Fisik)				
1	Fasilitas fisik yang dimiliki bengkel bersih dan nyaman	0.362	0.361	Valid
2	Peralatan servis yang dimiliki lengkap dan modern	0.326	0.361	Tidak Valid
3	Pakaian yang dikenakan karyawan "berseragam"	0.445	0.361	Valid
Reliability (Kehandalan)				
4	Karyawan memberikan layanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan	0.381	0.361	Valid
5	Karyawan cepat dalam menyelesaikan perbaikan	0.321	0.361	Tidak Valid
6	Kendaraan diperbaiki dengan benar	0.437	0.361	Valid
Responsiveness (Daya Tanggap)				
7	Ketanggapan pegawai dalam mengetahui dan menangani dengan cepat	0.284	0.361	Tidak Valid
8	Memberikan waktu tertentu untuk membantu pelanggan	0.436	0.361	Valid
9	Bersedian menanggapi keluhan dan menjawab pertanyaan pelanggan	0.372	0.361	Valid
Assurance (Jaminan)				
10	Bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan pelanggan	0.377	0.361	Valid
11	Memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan	0.474	0.361	Valid
12	Keramahan pegawai saat berkomunikasi dengan pelanggan	0.390	0.361	Valid

Empati				
No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
13	Memberikan perhatian khusus kepada pelanggan	0.374	0.361	Valid
14	berperilaku sopan dan santun pada saat melayani pelanggan	0.440	0.361	Valid
15	Memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik	0.395	0.361	Valid

Sumber : Data diolah, 2018

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Kesesuaian Harapan				
1	Pelanggan puas dengan pelayanan service pada Bengkel Mobil Auto Speed	0.511	0.361	Valid
2	Kualitas pelayanan Bengkel Mobil Auto Speed sesuai dengan keinginan pelanggan	0.437	0.361	Valid
3	Fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan	0.416	0.361	Valid
Minat Berkunjung Kembali				
4	Berminat untuk berkunjung kembali , karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukan service di Bengkel Mobil Auto Speed	0.472	0.361	Valid
5	Berminat untuk berkunjung kembali, karena kelengkapan peralatan dalam memberikan pelayanan.	0.392	0.361	Valid
6	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan	0.271	0.361	Tidak Valid
Kesediaan Merekomendasikan				
7	Menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service mobil di Bengkel Mobil Auto Speed karena sesuai dengan standar operasional perusahaan.	0.644	0.361	Valid
8	Menyarankan teman atau kerabat karena pelayanan fasilitas penunjang yang	0.240	0.361	Tidak Valid

	memadai			
9	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service Mobil di Bengkel Mobil Auto Speed, karena nilai dan manfaat yang didapat setelah menggunakan sebuah jasa	0.378	0.361	Valid

Sumber : Data diolah, 2018

KUESIONER PENELITIAN

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA BENGKEL MOBIL AUTO SPEED

Tanggal :

Saya Ema Nurhayati , Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor. Saya sedang melakukan penelitian tugas akhir (skripsi) dalam rangka memenuhi syarat strata satu (S1) yang berjudul **“Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Auto Speed ”**.

Partisipasi anda sangat diharapkan dalam mengisi kuesioner , saya harap informasi yang anda berikan adalah sesuai dengan keyakinan anda

Terimakasih atas bantuan dan kesediaan dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Petunjuk pengisian kuesioner:

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda (X) pada pilihan yang tersedia

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita
3. Usia :
 - a. <20 Tahun
 - b. 21 s/d 30 Tahun
 - c. 31/40 Tahun
 - d. 41/50 Tahun
 - e. >50
4. Pendidikan Terakhir :
 - a. SMP / sederajat
 - b. SMA / sederajat
 - c. Diploma (D1/D2/D3)
 - d. Sarjana (S1/S2/S3)
 - e. Lainnya
5. Pekerjaan :
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri Sipil (PNS)

- c. Pegawai Swasta
- d. Wiraswasta
- e. Lainnya

II TANGGAPAN RESPONDEN

Petunjuk Pengisian:

Isilah pertanyaan berikut ini sesuai dengan jawaban yang tersedia dan beri tanda silang (X) pada kolom yang tersedia. Anda dapat memilih salah satu jawaban yang paling sesuai menurut anda dengan keterangan berikut:

Tingkat kinerja	Tingkat kepuasan
Keterangan:	Keterangan:
SS : Sangat Setuju = 5	SP : Sangat Puas = 5
S : Setuju = 4	P : Puas = 4
KS : Cukup Setuju = 3	KP : Cukup Puas = 3
TS : Tidak Setuju = 2	TP : Tidak Puas = 2
STS : Sangat Tidak Setuju = 1	STP : Sangat Tidak Puas = 1

Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
Tangible (Bukti Fisik)						
1.	Fasilitas fisik yang dimiliki bengkel bersih dan nyaman					
2.	Peralatan servis yang dimiliki lengkap dan modern					
3.	Pakaian yang dikenakan karyawan "berseragam"					
Reliability (Kehandalan)						
4.	Karyawan memberikan layanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan					
5.	Karyawan cepat dalam menyelesaikan perbaikan					
6.	Kendaraan diperbaiki dengan benar					
Responsiveness (Daya Tanggap)						
7.	Ketanggapan pegawai dalam mengetahui dan menangani dengan cepat					
8.	Memberikan waktu tertentu untuk membantu pelanggan					
9.	Bersedia menanggapi keluhan dan menjawab pertanyaan pelanggan					
Assurance (Jaminan)						
10.	Bertanggungjawab terhadap kenyamanan dan keamanan pelanggan					

11.	Memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan					
12.	Keramahan pegawai saat berkomunikasi dengan pelanggan					
Empati						
13.	Memberikan perhatian khusus kepada pelanggan					
No	Pertanyaan	Penilaian				
14.	Berperilaku sopan dan santun pada saat melayani pelanggan					
15.	Memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik					

Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
Kesesuaian Harapan						
1.	Pelanggan puas dengan pelayanan service pada Bengkel Mobil Auto Speed					
2.	Kualitas pelayanan Bengkel Mobil Auto Speed sesuai dengan keinginan pelanggan					
3.	Fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan					
Minat Berkunjung Kembali						
4.	Berminat untuk berkunjung kembali ,karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukan service di Bengkel Mobil Auto Speed.					
5.	Berminat untuk berkunjung kembali , karena karyawan memiliki bukti fisik , kahandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang baik.					
6.	Berminat untuk berkunjung kembali , karena kelengkapan peralatan dalam memberikan pelayanan					
Kesediaan Merekomendasikan						
7.	Menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service mobil di Bengkel Mobil Auto Speed karena sesuai dengan standar operasional perusahaan					
8.	Menyarankan teman atau kerabat karena pelayanan fasilitas penunjang yang memadai					
9.	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service Mobil di Bengkel Mobil Auto Speed, karena nilai dan manfaat yang didapat setelah menggunakan sebuah jasa					

No	Kualitas Pelayanan															TOTAL
	Tangible			Reliability			Responsiveness			Assurance			Empati			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
1	2	4	5	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	45
2	4	3	3	4	3	3	4	2	4	5	3	5	3	3	4	53
3	5	4	3	3	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	51
4	4	3	3	5	3	3	5	2	3	2	3	3	4	3	3	49
5	3	5	3	3	4	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	52
6	4	4	4	5	3	4	4	3	5	3	3	5	3	3	3	56
7	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	5	3	50
8	3	5	4	5	5	4	4	3	3	5	3	4	4	3	5	60
9	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3	2	5	5	3	3	54
10	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	49
11	5	4	5	3	5	5	4	4	3	4	4	3	5	3	4	61
12	3	4	3	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	5	52
13	3	5	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	51
14	5	4	4	5	3	3	4	3	5	3	4	4	4	4	2	57
15	4	4	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
16	2	5	4	4	3	3	5	3	4	3	3	4	4	3	3	53
17	4	4	4	4	3	4	3	3	5	2	4	4	3	4	4	55
18	3	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	50
19	5	5	5	3	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	62
20	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	64
21	5	4	4	3	5	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	52
22	4	5	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	54
23	3	3	5	4	3	4	4	3	5	2	4	5	3	4	4	56
24	5	4	4	5	4	5	5	3	3	4	3	4	3	4	4	60
25	4	3	4	3	3	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	52
26	3	3	3	3	4	4	4	3	3	5	3	3	3	3	3	50
27	4	5	5	5	3	3	4	4	4	3	3	4	5	4	3	59
28	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	48
29	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	43
30	4	5	5	4	2	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	66
31	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	49
32	3	4	3	3	4	3	3	4	3	5	3	3	3	4	4	52
33	4	5	4	5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5	58
34	3	4	3	3	4	3	2	5	3	5	4	2	4	3	3	51
35	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	3	3	3	4	50
36	3	4	3	5	3	3	5	3	4	3	3	4	3	3	3	52
37	5	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	4	3	5	56
38	3	3	3	3	4	3	5	2	4	3	3	3	4	3	4	50

39	3	5	3	4	3	4	4	5	3	5	4	4	3	3	3	56
40	3	4	3	3	4	3	3	2	4	5	3	4	5	3	3	52
41	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	4	3	54
42	3	3	3	3	4	4	3	3	3	5	3	3	3	3	5	51
43	3	5	3	3	1	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	52
44	3	4	3	3	5	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4	52
45	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	47
46	3	3	3	3	2	3	5	2	3	4	4	3	3	3	3	47
47	4	3	3	5	3	2	3	4	5	3	3	3	4	3	3	51
48	3	3	3	3	5	5	4	3	4	4	3	3	3	4	2	52
49	4	4	3	5	4	3	3	4	4	3	4	5	2	3	3	54
50	3	5	3	4	4	4	2	3	4	5	3	4	4	3	4	55
51	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	51
52	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	48
53	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	5	2	4	3	50
54	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	49
55	3	3	5	3	5	3	3	4	4	3	5	4	3	3	4	55
56	3	3	5	3	5	4	3	4	4	3	3	4	5	3	3	55
57	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	50
58	3	5	3	3	3	3	5	3	5	3	4	3	3	5	3	54
59	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	49
60	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	5	3	48
61	3	4	5	3	5	4	4	4	3	5	3	3	4	4	3	57
62	5	5	3	4	3	3	5	3	4	4	4	3	5	3	4	58
63	3	4	4	5	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	5	52
64	3	2	4	2	3	4	3	3	5	3	4	3	4	3	3	49
65	2	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	53
66	3	3	3	3	4	3	5	4	3	3	4	3	5	3	3	52
67	3	4	5	3	3	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	54
68	3	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	5	3	4	3	54
69	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	54
70	3	5	3	4	2	3	3	3	4	3	4	5	5	3	3	53
71	5	4	4	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	53
72	3	3	5	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3	3	5	53
73	4	4	5	4	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	57
74	3	4	3	3	3	5	4	4	4	3	3	5	3	4	4	55
75	4	3	3	3	4	3	3	5	2	4	3	4	4	3	3	51
76	3	3	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	5	5	4	57
77	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	48
78	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	51
79	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3	3	5	4	3	3	54

80	3	5	3	4	3	5	3	5	4	4	3	4	3	4	2	55
81	3	4	5	3	3	3	4	3	3	3	5	5	2	3	3	52
82	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	52
83	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	3	56
84	3	3	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	49
85	4	4	5	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	51
86	4	3	5	3	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	3	55
87	3	5	5	3	4	4	3	5	3	3	3	3	3	4	3	54
88	4	4	3	3	5	3	3	3	4	3	5	5	4	3	3	55
89	3	3	3	4	5	4	5	3	4	3	4	5	3	5	3	57
90	3	3	3	4	4	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	50
91	3	3	3	3	5	4	4	3	3	5	3	4	3	3	3	52
92	4	5	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	4	4	3	54
93	5	4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3	55
94	3	4	5	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	53
95	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	3	3	3	3	57
96	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	3	3	3	4	3	51
97	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	5	3	3	3	50
98	3	2	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	3	2	2	49
99	3	3	4	4	5	3	4	4	3	3	3	3	2	4	3	51
100	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	48
101	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	3	49
102	3	3	3	3	4	5	2	4	3	3	3	3	3	2	3	47
103	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	46
104	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	4	3	3	3	49
105	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
107	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
108	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
110	5	3	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	54
111	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	5	3	50
112	3	4	3	5	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	50
113	5	5	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	56
114	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	55
115	5	4	3	4	5	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	55
116	4	3	3	3	3	4	4	5	3	4	3	5	4	5	3	56
117	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	48
118	5	3	3	3	3	3	4	3	4	5	3	3	3	3	3	51
119	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	5	3	51
120	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	52

121	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
122	3	5	3	5	5	3	5	3	3	4	3	3	3	4	3	55
123	5	3	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	52
124	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	3	4	3	50
125	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	4	3	3	5	3	52
126	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	54
127	3	3	3	3	5	3	3	3	4	5	3	3	5	3	3	52
128	3	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	54
129	5	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	51
130	5	2	3	2	5	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	48
131	5	3	4	3	4	4	3	5	4	3	3	5	4	2	3	55
132	4	4	5	4	3	3	5	3	3	5	4	5	3	4	3	58
133	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	5	3	5	53
134	3	3	3	4	4	3	3	5	3	3	3	5	3	3	4	52
135	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	52
136	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	50
137	3	3	4	3	4	3	2	3	4	5	4	3	3	4	3	51
138	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	3	2	48
139	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	2	3	2	43
140	5	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	50
141	3	3	3	3	3	5	4	3	4	3	3	3	2	4	4	50
142	2	3	3	4	3	5	3	5	4	4	3	4	4	3	5	55
143	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	49
144	3	4	3	3	3	5	4	3	3	5	2	5	2	3	5	53
145	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	50
146	3	3	4	3	5	3	5	3	3	5	3	4	3	3	4	54
147	5	3	3	3	2	5	3	4	3	3	3	3	4	3	4	51
148	5	2	5	2	3	5	3	5	3	5	3	2	4	2	3	52
149	3	3	5	3	5	4	5	4	3	4	3	5	3	3	4	57
150	3	3	5	3	3	4	4	5	5	4	3	3	3	4	3	55
151	3	3	3	4	5	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	52
152	4	3	3	3	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	52
153	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	5	3	3	3	3	53
154	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	50
155	3	3	4	3	4	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	51

No	Kepuasan Pelanggan									TOTAL
	Kesesuaian Harapan			Minat Berkunjung Kembali			Kesediaan Merekomendasi			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
1	4	3	5	3	3	3	3	3	2	29
2	2	3	3	2	4	5	3	3	3	28
3	3	3	2	2	4	3	3	4	3	27
4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	31
5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	29
6	3	3	3	3	3	4	2	4	4	29
7	4	5	4	3	4	3	4	5	3	35
8	3	3	3	3	3	5	3	3	3	29
9	5	3	3	2	3	3	3	3	4	29
10	3	4	3	2	4	4	3	2	3	28
11	4	3	4	3	5	5	4	4	5	37
12	3	3	4	3	3	3	4	3	3	29
13	4	4	3	4	4	4	3	5	3	34
14	2	3	2	3	3	3	2	3	4	25
15	3	4	3	3	3	4	3	4	4	31
16	4	3	4	3	4	3	3	5	3	32
17	2	3	3	2	3	3	2	2	3	23
18	4	5	5	4	5	3	5	4	5	40
19	5	3	3	3	4	4	3	4	4	33
20	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
21	5	4	4	5	4	4	3	3	5	37
22	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28
23	3	4	4	3	4	5	4	2	3	32
24	3	2	3	4	3	4	3	3	4	29
25	4	3	3	3	5	3	3	3	3	30
26	3	5	4	4	3	5	4	4	3	35
27	4	3	4	3	5	5	4	3	4	33
28	3	4	3	4	4	4	4	4	3	33
29	4	3	5	3	3	5	3	4	5	35
30	5	4	5	3	4	4	5	3	4	37
31	4	3	4	3	3	3	3	4	3	30
32	3	3	3	3	3	4	3	3	4	29
33	5	3	2	2	4	3	3	4	3	29
34	5	5	3	4	3	3	3	3	5	34
35	3	3	3	4	3	3	3	2	3	27
36	3	3	5	3	3	3	4	4	3	31
37	3	4	4	3	5	3	4	3	3	32

38	5	3	3	3	3	4	4	3	2	30
39	4	4	3	3	3	3	4	4	3	31
40	4	3	3	3	3	4	4	3	3	30
41	4	4	3	4	3	3	4	3	3	31
42	4	3	3	3	4	3	3	4	3	30
43	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
44	5	4	3	3	4	4	4	3	3	33
45	3	4	4	3	4	3	3	4	3	31
46	3	4	5	3	5	3	3	3	5	34
47	3	3	4	3	3	3	5	4	4	32
48	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
49	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
50	3	5	3	4	3	3	3	3	5	32
51	3	4	4	3	2	3	5	3	3	30
52	3	3	3	2	3	2	4	3	4	27
53	3	4	5	4	3	3	3	3	3	31
54	5	3	4	3	3	3	5	5	3	34
55	4	3	3	3	3	4	4	3	3	30
56	3	3	3	3	2	3	4	3	4	28
57	2	4	3	3	3	3	3	3	5	29
58	3	4	5	4	3	3	5	3	3	33
59	3	3	3	3	4	3	3	4	3	29
60	3	3	3	3	5	4	2	3	3	29
61	3	3	3	3	4	3	3	2	4	28
62	3	3	4	4	3	4	4	3	3	31
63	3	4	3	3	2	3	3	3	4	28
64	2	5	3	3	3	3	3	3	3	28
65	3	3	4	3	4	4	4	3	4	32
66	3	5	5	4	5	4	3	2	5	36
67	4	4	3	3	5	3	3	3	3	31
68	3	4	4	3	4	5	3	3	4	33
69	5	3	5	3	4	3	3	3	4	33
70	3	4	3	4	3	5	4	3	3	32
71	3	4	4	5	3	3	3	3	3	31
72	3	3	4	3	3	3	4	3	4	30
73	3	5	5	3	5	4	3	4	3	35
74	3	3	5	3	3	5	3	3	5	33
75	3	3	4	3	5	3	2	5	5	33
76	3	4	5	3	4	3	4	3	4	33
77	3	2	3	2	3	3	1	4	2	23
78	3	3	4	2	5	5	3	3	3	31

79	3	4	3	2	4	3	3	3	3	28
80	3	3	5	2	4	3	2	4	2	28
81	5	4	3	3	3	3	4	3	2	30
82	4	4	5	3	5	4	3	3	3	34
83	3	4	3	3	5	3	2	5	2	30
84	2	3	5	4	3	4	3	5	3	32
85	4	3	5	2	3	3	2	3	3	28
86	3	3	4	3	4	3	3	4	2	29
87	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
88	4	4	4	4	3	3	2	3	3	30
89	3	5	3	4	4	5	3	5	3	35
90	2	4	3	3	4	3	3	3	3	28
91	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
92	4	4	4	3	3	3	3	4	3	31
93	3	3	5	3	4	5	4	3	5	35
94	3	3	4	2	4	3	3	3	4	29
95	2	4	3	3	4	3	2	3	3	27
96	3	3	3	3	3	5	2	3	3	28
97	5	3	3	3	3	3	3	3	2	28
98	4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
99	3	3	4	3	4	3	2	3	3	28
100	3	3	3	3	3	4	3	3	3	28
101	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
102	4	4	3	4	5	3	3	3	3	32
103	3	3	3	4	4	4	4	5	3	33
104	5	3	4	3	3	3	2	3	4	30
105	3	3	4	3	3	5	3	3	3	30
106	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
107	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
108	3	3	4	3	4	3	3	4	3	30
109	4	4	5	3	4	3	2	3	3	31
110	3	4	3	4	3	3	3	3	3	29
111	5	3	5	3	3	3	2	5	3	32
112	4	4	4	3	3	4	3	3	3	31
113	3	5	3	3	5	3	3	3	4	32
114	3	3	4	3	3	3	3	4	3	29
115	3	3	5	3	3	4	5	3	3	32
116	4	5	3	4	3	3	3	3	4	30
117	3	3	4	3	4	3	4	3	3	30
118	3	5	3	4	3	3	3	3	3	30
119	3	3	3	3	3	4	3	3	3	28

120	3	3	4	3	3	3	3	3	2	27
121	3	4	5	4	3	4	3	3	3	32
122	4	4	4	4	3	3	4	4	3	33
123	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
124	2	3	4	3	5	3	4	3	3	30
125	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
126	3	5	3	3	3	5	3	3	3	31
127	3	4	5	5	5	3	4	3	3	35
128	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
129	3	3	3	3	2	3	4	3	3	27
130	5	4	3	3	4	4	3	5	3	34
131	4	3	5	3	3	3	3	4	4	32
132	5	3	3	3	2	4	2	3	3	28
133	3	4	3	3	3	5	3	4	3	31
134	3	4	5	3	3	3	3	4	5	33
135	3	3	3	3	5	3	5	3	3	31
136	3	4	4	4	3	3	5	5	3	34
137	4	5	3	3	4	3	3	3	3	31
138	3	4	4	3	3	3	3	3	3	29
139	4	3	5	3	3	5	4	4	3	34
140	3	5	3	3	4	3	3	3	2	29
141	2	3	3	3	3	3	3	4	3	27
142	3	5	3	5	3	3	4	3	3	32
143	3	4	4	4	3	4	3	5	5	35
144	4	3	3	4	2	5	3	3	3	30
145	3	5	3	5	3	4	3	4	3	33
146	3	3	3	4	2	3	3	4	3	28
147	2	5	3	5	3	3	5	3	4	33
148	3	5	4	3	3	3	3	5	3	32
149	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30
150	3	4	3	3	3	3	3	4	3	29
151	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29
152	3	3	3	3	5	3	3	4	4	31
153	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
154	3	4	3	4	4	4	3	3	3	31
155	4	4	3	3	3	5	3	3	4	32