



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN  
KONSUMEN PADA PT. SINAR BERLIAN AUTO GRAHA**

Skripsi

Dibuat Oleh:

Muhamad Ramdan Rudiansyah  
021114298

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR**

**2018**

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN  
KONSUMEN PADA PT. SINAR BERLIAN AUTO GRAHA**

Skripsi

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A.)

Ketua Program Studi,

(Tutus Rully, S.E., M.M.)

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAAN  
KONSUMEN PADA PT. SINAR BERLIAN AUTO GRAHA**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada Hari : Selasa Tanggal : 13 / Oktober / 2018

Muhamad Ramdan Rudiansyah  
021114298

Menyetujui

Dosen Penilai,



(Hj. Sri Hartini, Dra., M.M.)

Ketua Komisi Pembimbing



(Ferdisar Adrian, S.E., M.M.)

Anggota Komisi Pembimbing



(Nizam M. Andrianto, S.P., M.M.)

## ABSTRAK

Muhamad Ramdan Rudianyah NPM 021114298. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada PT. Sinar Berlian Auto Graha, pembimbing Bapak Ferdisar Adrian.

Penelitian untuk mengetahui dan menganalisis hubungan Kualitas Pelayanan dengan kepuasan Konsumen pada PT. Sinar Berlian auto Graha. Jenis penelitian menggunakan *verifikatif explanatory survey* menggunakan data Kuantitatif dari kuisisioner 150 responden penelitian memilih sampel pada Konsumen bengkel PT.Sinar Berlian Auto Graha. pemilihan sampel dengan metode *sample random sampling* dan rumus slovin sampel keseluruhan Konsumen yang telah melakukan service.Analisis data yang digunakan koefisien korelasi *product moment* aplikasi SPSS dan untuk membuktikan kebenaran hipotesis dilakukan pengujian dengan uji-T.

Hasil analisis korelasi koefisien *product moment* diperoleh  $r=0.471$  Artinya,Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen mempunyai hubungan yang sedang.Hasil analisis koefisien determinasi diperoleh sebesar 22.2% artinya Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi kepada Kepuasan Konsumen sebesar 22.2% sedangkan sisanya sebesar 77.8% dipengaruhi oleh paktor lain.Hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan bahwa  $t \text{ hitung} > t \text{ table}$  ( $6.495 > 1.655$ ) maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.Artinya, terdapat hubungan yang nyata dan positif antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen.

***Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen***

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakaatuh.

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, dan kepada kita sebagai umatnya hingga akhir jaman. Mata kuliah yang dipilih untuk penelitian ini adalah manajemen Pemasaran yang berjudul **“HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pemasaran pada PT. Sinar Berlian Auto Graha Cibinong)**

Penulis berharap semoga tulisan ini dijadikan sebagai sarana pembelajaran untuk mendukung kemajuan ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari penyusunan penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, dorongan, serta kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan penelitian ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
2. Ibu Tutus Rully, SE., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
3. Yudhia Mulya, S.E., M.M. selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
4. Bapak Ferdisar Adrian, S.E., M.M selaku Ketua Komisi Pembimbing
5. Bapak Nizam M. Andrianto, S.P., M.M selaku Anggota Komisi Pembimbing
6. Bapak Heru selaku Kepala Bengkel PT Sinar Berlian Autu Graha Cibinong
7. Bapak Desiderius yang telah memberi izin Kerja sambil kuliah
8. Kedua orangtua tercinta, Bapak Erda Mahmud Mutholib dan Nani muksin Triana yang telah memberikan doa, kasih sayang, kesabaran dukungan dan bantuan moril maupun materil kepada penulis
9. Seluruh Sahabat dari Fakultas Ekonomi yang memberikan dukungan kepada penulis. Khusus nya pada teman dekat saya, Rifan Syaripudin, teman sekelas dan satu bimbingan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan berbesar hati menerima berbagai kritik dan saran dari pembaca sebagai masukan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Bogor, November 2018

Muhamad Ramdan Rudiansyah

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Dan Perumusan Masalah .....	4
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian .....	4
1.3.1. Maksud Penelitian.....	4
1.3.2. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Manajemen Pemasaran .....	6
2.1.1 Tujuan Pemasaran .....	6
2.2 Strategi Pemasaran .....	7
2.2.1 Segmentasi Pasar .....	7
2.2.2 Market Positioning.....	7
2.2.3 Marketing Mix Strategy.....	7
2.2.4 Timing Strategy .....	7
2.2.5 Bauran Pemasaran.....	7
2.2.5.1 Produk ( <i>Product</i> ) .....	8
2.2.5.2 Harga ( <i>Pricing</i> ).....	8
2.2.5.3 Lokasi ( <i>Place</i> ) .....	8
2.2.5.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	8
2.3 Kualitas Pelayananl .....	9
2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	10
2.4 Kepuasan Konsumen .....	13
2.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	14
2.4.2 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	14
2.5 Service Gap.....	15
2.5.1 Penelitian Sebelumnya.....	17
2.5.2 Kerangka Pemikiran.....	19

2.6	Konstelasi Penelitian .....	20
2.7	Hipotesis Penelitian .....	20
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1	Jenis Penelitian .....	21
3.2	Objek Penelitian, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	21
3.3	Jenis Dan Sumber Data Penelitian.....	21
3.3.1	Jenis data Penelitian.....	21
3.3.2	Sumber Data Penelitian.....	21
3.4	Operasionalisasi Variabel .....	22
3.5	Metode Penarikan Sampel .....	23
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	23
3.7	Metode Pengolahan/Analisis Data.....	25
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>	
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	28
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan PT.Sinar Berlian Auto Graha .....	28
4.1.2	Visi dan Misi PT Sinar Berlian Auto Graha .....	28
4.1.3	Kegiatan Usaha .....	28
4.1.4	Struktur Organisasi PT Sinar Berlian Auto Graha.....	29
4.2	Profil Responden .....	29
4.3	Analisis Data.....	33
4.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	33
4.4	Pembahasan .....	36
4.4.1	Kualitas Pelayanan Pada PT. Sinar Berlian Autograha Cibinong.....	36
4.4.2	Kepuasan Konsumen pada PT Sinar Berlian Auto Graha.....	50
4.4.3	Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen PT Sinar Berlian Auto Graha.....	59
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Simpulan.....	62
5.2	Saran .....	62

## DAFTAR PUSTAKA



## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Keluhan Pelanggan .....	3
Tabel 2	Jumlah Kendaraan Yang Melakukan Service.....	4
Tabel 3	Penelitian Sebelumnya .....	17
Tabel 4	Operasionalisasi Variabel .....	22
Tabel 5	Bobot Jawaban Skala Likert .....	24
Tabel 6	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan .....	26
Tabel 7	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 8	Responden Berdasarkan Usia .....	30
Tabel 9	Responden Berdasarkan Sering melakukan service .....	31
Tabel 10	Responden Berdasarkan Tingkat Kendaraan Mitsubishi yang Dimiliki.....	32
Tabel 11	Total Responden Konsumen yang melakukan service di PT Sinar Berlian Auto graha.....	32
Tabel 12	Hasil uji validitas Kualitas Pelayanan .....	33
Tabel 13	Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	34
Tabel 14	Reliability Statistics .....	35
Tabel 15	Reliability Statistics .....	35
Tabel 16	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Fasilitas Ruang Tunggu Bengkel Terasa Nyaman” .....	37
Tabel 17	Persentase Mengenai Fasilitas Ruang Tunggu Bengkel Terasa Nyaman.....	37
Tabel 18	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Tempat Perbaikan Kendaraan Terlihat Bersih” .....	37
Table 19	Persentase Mengenai Tempat Perbaikan Kendaraan Terlihat Bersih...	38
Tabel 20	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Suasana Bengkel Memberikan Dukungan” .....	38
Tabel 21	Persentase Mengenai Suasana Bengkel Memberikan Dukungan.....	39
Tabel 22	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Penampilan Karyawan Rapih.....	39
Tabel 23	Persentase Mengenai Penampilan Karyawan Rapih .....	39
Tabel 24	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Waktu Penyelesaian Pekerjaan Sesuai Dengan Waktu Yang Telah Dijanjikan” .....	40
Tabel 25	Persentase Mengenai Waktu Penyelesaian Pekerjaan Sesuai Dengan Waktu Yang Telah Dijanjikan.....	40
Tabel 26	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Ketepatan Jam Buka Bengkel” .....	40
Tabel 27	Persentase Mengenai Ketepatan Jam Buka Bengkel.....	41
Tabel 28	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Hasil Dari Pekerjaan Memuaskan” .....	41
Tabel 29	Persentase Mengenai Hasil dari Pekerjaan Memuaskan .....	41

Tabel 30	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Kemampuan Tanggap dalam Menghadapi masalah” .....	42
Tabel 31	Persentase Mengenai Kemampuan Tanggap Dalam Menghadapi Masalah.....	42
Tabel 32	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Cepat Dan Sigap Dalam Menangani Keluhan” .....	42
Tabel 33	Persentase Mengenai Cepat dan sigap dalam Menangani Keluhan .....	43
Tabel 34	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Memberikan Pelayanan Tanpa diminta” .....	43
Tabel 35	Persentase Mengenai Memberikan Pelayanan Tanpa Diminta .....	44
Tabel 36	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Karyawan Yang Ramah Dan Sopan Pada Konsumen”.....	44
Tabel 37	Persentase Mengenai Karyawan yang Ramah dan Sopan Pada Konsumen.....	44
Tabel 38	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Pengetahuan Dalam Melayani Kerusakan Kendaraan” .....	45
Tabel 39	Persentase Mengenai Pengetahuan Dalam Melayani Kerusakan Kendaraan.....	45
Tabel 40	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Saya Yakin Kendaraan Saya Ditangani Dengan Baik” .....	45
Tabel 41	Persentase Mengenai Saya Yakin Kendaraan Saya Ditangani Dengan Baik.....	46
Tabel 42	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Saya Akan Melakukan Service Di PT Sinar Berlian Auto Graha Karena Percaya Akan Pelayanannya” .....	46
Tabel 43	Persentase Mengenai Saya Akan Melakukan Service Di PT Sinar Berlian Auto Graha Karena Percaya Akan Pelayanannya.....	47
Tabel 44	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Karyawan Menerima Keluhan dan Saran Konsumen dengan Baik”.....	47
Tabel 45	Persentase Mengenai Karyawan Menerima Keluhan dan Saran Konsumen dengan Baik.....	47
Tabel 46	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Informasi Yang Diberikan Karyawan Mudah Di Pahami” .....	48
Tabel 47	Persentase Mengenai Informasi Yang Diberikan Karyawan Mudah Di Pahami .....	48
Tabel 48	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Karyawan Paham Apa Yang Diinginkan Konsumen” .....	48
Tabel 49	Persentase Mengenai Karyawan Paham Apa yang Diinginkan Konsumen.....	49
Table 50	Hasil Rata-rata Kualitas Pelayanan .....	49
Tabel 51	Nilai tanggapan rata-rata Kualitas Pelayanan dapat dilihat dengan Skala Likert .....	50

Tabel 52	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Terawat Dengan Baik” .....	50
Tabel 53	Persentase Mengenai Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Terawat Dengan Baik .....	51
Tabel 54	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Kinerja Karyawan Dapat Diandalkan Dengan Baik” .....	51
Tabel 55	Persentase Mengenai Kinerja Karyawan Dapat Diandalkan Dengan Baik.....	52
Tabel 56	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Karyawan Sigap Dalam melakukan Pelayanan” .....	52
Tabel 57	Persentase Mengenai Karyawan Sigap Dalam melakukan Pelayanan .	52
Tabel 58	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Karyawan Sopan Dalam Melayani Konsumen” .....	53
Tabel 59	Persentase Mengenai Karyawan Sopan Dalam Melayani Konsumen..	53
Tabel 60	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Karyawan Memahami Apa Keinginan Konsumen” .....	53
Tabel 61	Persentase Mengenai Karyawan Memahami Apa Keinginan Konsumen.....	54
Tabel 62	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Sesuai Dengan Kriteria Konsumen” .....	54
Tabel 63	Persentase Mengenai Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Sesuai Dengan Kriteria Konsumen .....	55
Tabel 64	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Karyawan Mampu Menyelesaikan Pekerjaan Sesuai Harapan konsumen” .....	55
Tabel 65	Persentase Mengenai Karyawan Mampu Menyelesaikan Pekerjaan Sesuai Harapan konsumen.....	55
Tabel 66	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Pelayanan Yang Diberikan PT Sinar Berlian Auto Graha Sesuai Harapan Konsumen”	56
Tabel 67	Persentase Mengenai Pelayanan Yang Diberikan PT Sinar Berlian Auto Graha Sesuai Harapan Konsumen .....	56
Tabel 68	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Karyawan PT Sinar Berlian Auto Graha Bekerja Dengan Baik Sehingga Meyakinkan Konsumen Untuk Service Kembali” .....	56
Tabel 69	Persentase Mengenai Karyawan PT Sinar Berlian Auto Graha Bekerja Dengan Baik.....	57
Tabel 70	Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “PT Sinar Berlian Auto Graha Memahami Kebutuhan Konsumen” .....	57
Tabel 71	Persentase Mengenai PT Sinar Berlian Auto Graha Memahami Kebutuhan Konsumen .....	58
Tabel 72	Hasil Rata-rata Kepuasan Konsumen .....	58
Tabel 73	Nilai tanggapan rata-rata Kepuasan Konsumen dapat dilihat dengan Skala Likert .....	58

Tabel 74 Korelasi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen <i>Product Moment</i> (SPSS 23) .....	59
Tabel 75 Nilai Interval Koefisien .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Grafik Penjualan Nasional Kendaraan Mitsubishi Tahun 2015-2017 .....	2
Gambar 2	Grafik Penjualan PT. Sinar Berlian Autograha 2016-2017 .....	3
Gambar 3	Model service gap .....	16
Gambar 4	Konstelasi Penelitian .....	20
Gambar 5	Kurva Uji Hipotesis .....	27
Gambar 6	Struktur Organisasi Service 2018 .....	29
Gambar 7	Tingkat Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Gambar 8	Tingkat Persentase Responden usia.....	31
Gambar 9	Tingkat Persentase Responden yang Sering Melakukan service.....	31
Gambar 10	Tingkat Persentase Responden Jenis Kendaraan Mitsubishi yang dimiliki.....	32
Gambar 11	Total Responden Konsumen Yang Melakukan Service Di PT Sinar Berlian Auto Graha .....	33
Gambar 12	Kurva Uji Hipotesis .....	61

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Keterangan Riset

Lampiran 2 Kuisisioner

Lampiran 3 Hasil Kuisisioner

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Saat ini persaingan dalam dunia bisnis terasa semakin ketat, masing-masing perusahaan bersaing untuk mendapatkan hasil penjualan setinggi-tingginya, memperoleh pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Perkembangan perekonomian khususnya sektor otomotif di Indonesia juga berlangsung pesat, meningkatnya jumlah kendaraan bermotor yang diikuti dengan bertambahnya merek dan jenis kendaraan baru ini tentu saja menjadi salah satu penyebab perkembangan dunia otomotif di Indonesia dan mencerminkan semakin marak persaingan dalam dunia otomotif.

Setiap tahun jumlah kendaraan yang ada di Indonesia selalu bertambah, tetapi apa Anda tahu berapa total jumlahnya. Menurut Kepala Korps Polisi Lalu Lintas (Kakorlantas) Polri Irjen Pol Agung Budi Maryoto, populasi kendaraan yang ada di seluruh bagian Nusantara mencapai 124.348.224 unit.

Data itu didapat dari pendaftaran registrasi kendaraan terhitung sampai Juli 2016. Setiap tahun dikatakan pertumbuhan kendaraan enam juta unit per tahun. Sebesar 10 – 15 persen kontribusinya datang dari mobil.

“Jumlah yang sangat luar biasa ini sangat memberikan kontribusi dominan dan menjadi andalan pendapatan asli daerah provinsi seluruh Indonesia,” kata Agung dalam pidatonya yang dibacakan Kabid Regident Korlantas Polri Kombes Pol Refdi Andri di Gaikindo Indonesia International Auto Show, Jumat (19/8/2016).

Sejak 2012, penjualan mobil di Indonesia selalu di atas satu juta unit per tahun menurut data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor (Gaikindo). Puncak tertinggi sepanjang sejarah terjadi pada 2013 yaitu 1.229.902 unit.

Kendati telah masuk dalam jajaran negara dengan penjualan 1 juta unit, Indonesia terancam keluar dari jalur sebab setelah 2013 penjualan selalu turun hingga diprediksi terjadi juga pada tahun ini. Pada 2015, penjualan mencapai 1.013.291 unit, tahun ini Gaikindo berharap bisa bertambah sedikit.

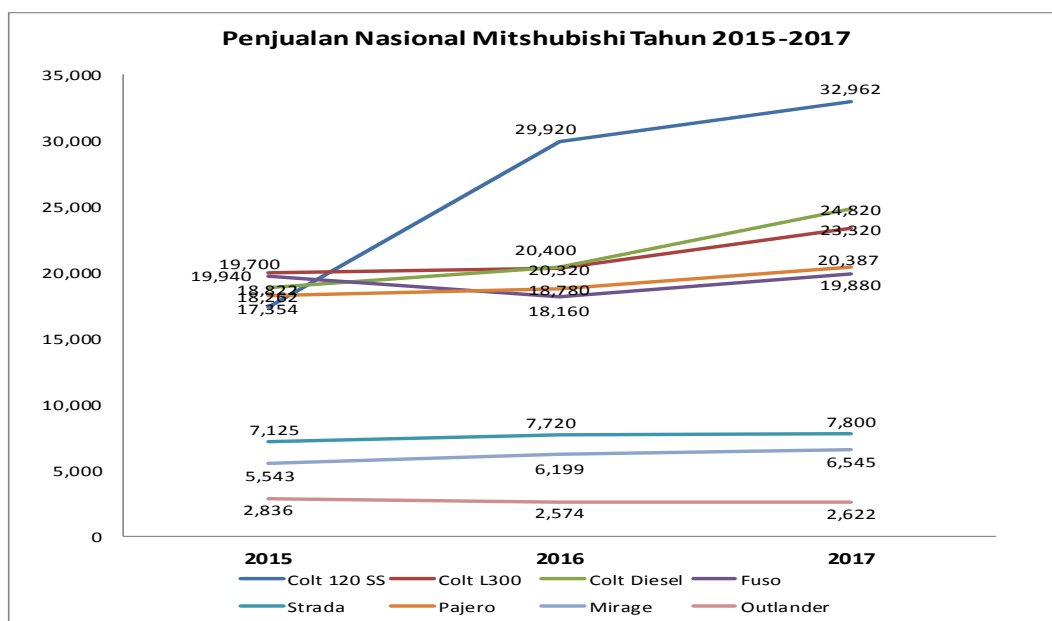
Persaingan ketat yang terjadi saat ini menuntut industri otomotif perusahaan tidak berhenti pada perakitan dan penjualan mobil baru saja namun penjualan merupakan awal dari tahap berikutnya. Ini tentunya menuntut para pelaku industri pelayanan purnajual yang meliputi bengkel-bengkel perawatan atau perbaikan dan penjualan suku cadang.

Seperti para penjual kendaraan, para penyedia layanan purna jual juga terlibat dalam persaingan yang ketat. Perusahaan yang memberi pelayanan berkualitas tinggi tidak diragukan lagi akan mengungguli pesaingnya yang kurang berorientasi pada

pelayanan, karena kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan.

Jika konsumen mendapatkan pelayanan dibawah jasa yang diharapkan maka akan hilang kepuasan dan kesetiaan konsumen sehingga mereka tidak akan berminat lagi, sebaliknya jika konsumen mendapat jasa yang memenuhi atau melebihi harapannya, maka mereka akan merasakan kepuasan tersendiri atas hasil yang sesuai dengan harapan dan kemungkinan besar konsumenpun akan kembali untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Salah satu cara yang dilakukan perusahaan dalam menumbuhkan kepuasan konsumen adalah dengan mempertinggi standar kualitas pelayanan. Pelayanan dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan tersebut meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga wajar dan bersaing (Sutedja 2007:5). kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler 2001 : 46)



*Sumber : Data di olah gaikindo dan PT. KTB Motors 2017*

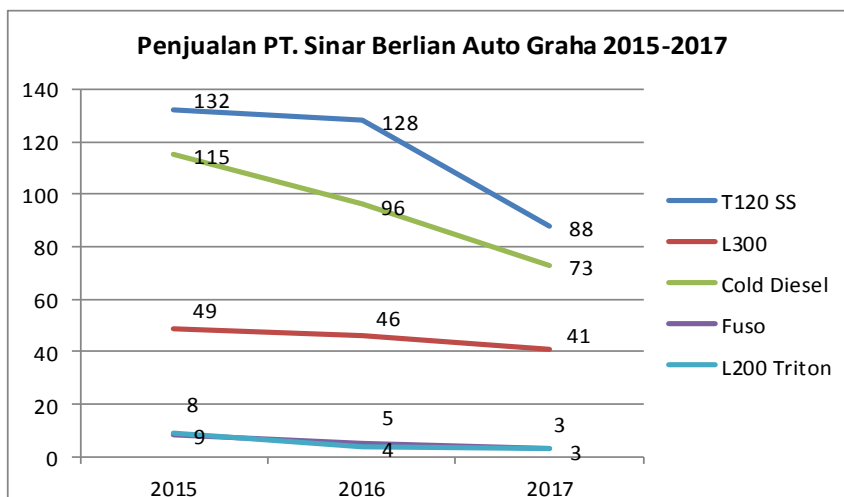
Gambar 1

#### Grafik Penjualan Nasional Kendaraan Mitsubishi tahun 2015-2017

Dari gambar di atas menunjukkan adanya peningkatan penjualan kendaraan khususnya mobil pada tahun 2015-2017. Pasar di kelas city car mengalami kenaikan dari 5.543 unit naik menjadi 6.199 unit pada tahun 2016. Untuk kelas SUV mengalami penurunan pada tahun 2016 dibanding dengan tahun sebelumnya pada kendaraan outlander sport, dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2017 dengan penjualan 2.622 unit pada tahun 2017. Tetapi untuk kendaraan pajero Sport dari tahun ketahun mengalami peningkatan penjualan dari 18.262 tahun 2015, 18.780



tahun 2016 dan 20.387 pada tahun 2017, kelas MPV yaitu Strada mengalami kenaikan pada tahun 2016 ke tahun 2017, untuk kelas LCV dari tahun ketahun mengalami pertumbuhan dengan pertumbuhan tertinggi yaitu Colt T120 SS pada tahun 2016 dengan dengan penjualan 29.920 unit dan untuk kelas cv (Colt Giesel dan Fuso) pada tahun 2016 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2017.



Sumber : Data Penjualan PT. Sinar Berlian Auto Graha 2017

Gambar 2

Grafik Penjualan PT. Sinar Berlian Autograha 2016-2017

Gambar 2 Merupakan data penjualan unit Kendaraan Mitshubishi PT. Sinar Berlian Auto Graha, dimana terjadi penurunan penjualan dari tahun 2016 ke 2017, oleh sebab itu PT. Sinar Berlian Auto Graha belum berhasil menerapkan Strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

Tabel 1

Keluhan Pelanggan

No	Jenis Keluhan	2016	2017
1.	Pelayanan kurang ramah	42	51
2.	Waktu Perbaikan Lama	34	39
3.	Fasilitas Ruang Tunggu Tidak Nyaman	58	65
4.	Tidak Ada Acces Untuk Debit	32	40
5.	Mutu kerja kurang bagus	54	63
	Total	220	258

Sumber : Data keluhan pelanggan PT. Sinar Berlian Auto Graha 2017

Tabel 1 Merupakan data keluhan pelanggan yang masuk ke PT. Sinar Berlian Auto Graha, Dimana terjadi kenaikan jumlah keluhan pelanggan pada tahun 2017. Selama setahun PT. Sinar Berlian Auto Graha menargetkan keluhan Pelanggan yang masuk maksimal sebesar 200 keluhan, namun dari tabel diatas dapat dilihat bahwa keluhan yang masuk lebih dari 200 yaitu sebanyak 220 ditahun 2016. dan 258

ditahun 2017 keluhan. Keluhan yang paling banyak masuk keperusahaan yaitu pada fasilitas ruang tunggu yang tidak nyaman.

Artinya PT. Sinar Berlian Auto Graha belum mampu memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggannya.

Tabel 2  
Jumlah kendaraan yang melakukan service

<i>No</i>	<i>Tahun</i>	<i>Jumlah Unit Entry</i>	<i>Keluhan pelanggan</i>	<i>Presentase (%)</i>
1	2016	3019 unit	220	7.28
2	2017	2983 unit	258	8.64

*Sumber : Data unit entry dan keluhan pelanggan PT. Sinar Berlian Autograha 2017*

Tabel diatas merupakan jumlah unit dan keluhan pelanggan kendaraan yang masuk ke PT Sinar Berlian Autograha, dimana terjadi penurunan jumlah unit kendaraan yang masuk dan bertambahnya keluhan pelanggan di tahun 2017.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada PT. Sinar Berlian Autograha.**”

## **1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

1. PT. Sinar Berlian Autograha belum banyak melakukan improvment mengenai ketetapan pelayanan yang maksimal untuk menumbuhkan kepuasan konsumen.
2. Kualitas pekerjaan belum sesuai dengan harapan konsumen  
Kepuasan konsumen pada PT. Sinar Berlian Autograha belum optimal di nilai dari sudut pandang konsumen.

### **1.2.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah di jelaskan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah adalah sebagai berikut : Apakah ada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Sinar Berlian Autograha?

## **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis keterkaitan antara hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Sinar Berlian Autograha?

### **1.3.2. Tujuan Peneltian**

Untuk mengetahui apakah ada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Sinar Berlian Autograha?

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam rangka penerapan teori-teori yang telah didapat di bangku perkuliahan serta untuk mengetahui sejauh mana tingkat kemampuan peneliti dalam meneliti sebuah masalah serta sebagai bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang dikaji dalam penelitian ini.

2. Kegunaan Praktek

Hasil-hasil informasi dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran untuk mengembangkan pengetahuan khususnya mengenai manajemen pemasaran serta sebagai bahan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang topik yang saling berhubungan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Manajemen Pemasaran**

Menurut Kotler (2011) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Pemasaran menurut Sunarto (2006:4) pemasaran adalah proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Pemasaran menurut Miller dan Layton (dalam Tjiptono 2004:2) adalah system total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.

Seluruh perusahaan menginginkan bahwa seluruh kegiatan yang dijalankan berjalan dengan baik, berkembang dan mendapatkan laba yang maksimal. Langkah untuk mencapai hal tersebut diperlukan pengelolaan yang baik dalam melaksanakan seluruh kegiatan pemasaran, pengelolaan dalam rangka melaksanakan kegiatan tersebut yang dikenal dengan istilah manajemen pemasaran.

Philip Kotler dalam Basu Swastha (2011) Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan pelayanan dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong serta melayani pasar.

Definisi di atas menjelaskan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang menyangkut analisis, perencanaan dan pelaksanaan serta pengawasan program-program yang ditujukan untuk melayani pasar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

##### **2.1.1 Tujuan Pemasaran**

Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan pemasaran, artinya laba dapat diperoleh melalui pemuasan konsumen. Laba dapat membuat perusahaan tumbuh dan berkembang, menggunakan kemampuan yang lebih besar kepada konsumen serta memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. Laba merupakan tujuan umum dari perusahaan. Tujuan pemasaran merupakan wujud

rencana yang terencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.

## **2.2 Strategi Pemasaran**

Menurut Kotler (2009), Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang di jadikan target oleh perusahaan. Definisi strategi pemasaran adalah sebagai berikut: “strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Radiosunu (2007), strategi pemasaran didasarkan atas lima konsep strategi berikut:

### **2.2.1 Segmentasi Pasar**

Tiap pasar terdiri dari bermacam-macam pembeli yang mempunyai kebutuhan, kebiasaan membeli dan reaksi yang berbeda-beda. Perusahaan tak mungkin dapat memenuhi kebutuhan semua pembeli. Karena itu perusahaan harus mengelompok-kelompokkan pasar yang bersifat heterogen ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen.

### **2.2.2 Market Positioning**

Perusahaan tak mungkin dapat menguasai pasar keseluruhan. Maka prinsip strategi pemasaran kedua adalah memilih pola spesifik pemusatan pasar yang akan memberikan kesempatan maksimum kepada perusahaan untuk mendapatkan kedudukan yang kuat. Dengan kata lain perusahaan harus memilih segmen pasar yang dapat menghasilkan penjualan dan laba yang paling besar.

### **2.2.3. Marketing Mix Strategy**

Kumpulan variabel-variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi pembeli adalah variabel-variabel yang berhubungan dengan product, place, promotion dan price (4P).

### **2.2.4. Timing Strategy**

Penentuan saat yang tepat dalam memasarkan produk merupakan hal yang perlu diperhatikan. Meskipun perusahaan melihat adanya kesempatan baik. Terlebih dulu harus dilakukan persiapan baik produksi

### **2.2.5. Bauran Pemasaran**

Lamb dkk (2001:55) bauran pemasaran adalah paduan strategi produk, distribusi, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju. Alat-alat tersebut dapat digunakan menyusun strategi jangka panjang dan merancang program taktik jangka pendek.

Unsur-unsur bauran pemasaran tersebut antara lain:

#### **2.2.5.1. Produk (*Product*)**

Merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan; produk mencakup objek fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, dan gagasan (Kotler dan Amstrong, 1997:268).

Dalam pengelolaan produk termasuk pula di dalamnya perencanaan dan pengembangan produk/jasa yang baik untuk dipasarkan oleh perusahaan. Penciptaan suatu produk yang berbeda dari produk pesaing juga merupakan faktor penting dalam konsep pemasaran. Sesuai dengan perkembangan keadaan, maka pemikiran perusahaan sekarang bukan hanya sekedar kepada penambahan atau penciptaan, namun harus dipikirkan pula kepuasan konsumen yang akan menggunakan produk atau jasa tersebut. Aspek kualitas dari produk juga merupakan faktor yang berperan penting dalam menghasilkan suatu produk. Karena salah satu konsep pemasaran adalah fokus pada kemauan dan keinginan konsumen sehingga organisasi dapat membedakan produknya dari produk yang ditawarkan oleh pesaing (Lamb, dkk. 2012).

#### **2.2.5.2 Harga (*Pricing*)**

Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Sunarto, 2004:206). Menurut Bilson Simamora (2001:196), harga memberikan dampak ekonomis dan psikologis, dimana dampak ekonomisnya berkaitan dengan daya beli, sebab harga merupakan biaya (*cost*) bagi pembeli. Semakin tinggi harga, semakin sedikit produk yang bisa mereka beli, semakin rendah harga, semakin banyak produk yang dapat mereka beli. Namun kadang-kadang, harga rendah mencerminkan kualitas yang rendah pula, dan harga tinggi mencerminkan kualitas yang tinggi pula, ini yang dikatakan memiliki efek psikologis.

#### **2.2.5.2. Lokasi (*Place*)**

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Suryana (2001:105), menyatakan bahwa tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien. Memilih lokasi dekat dengan pelanggan perlu untuk mempertahankan daya saing. Selain faktor kedekatan dengan pelanggan, faktor kenyamanan juga hendaknya diperhatikan.

#### **2.2.5.3. Promosi (*Promotion*)**

Meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan actual. Metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi, penjualan, *direct marketing*, *personal selling*, dan *public relations*. Meskipun secara garis besar bauran promosi untuk barang sama dengan bauran pemasaran pada jasa,

namun promosi jasa seringkali membutuhkan penekanan tertentu pada upaya meningkatkan kenampakan produk. Selain itu, dalam kasus pemasaran, personel produksi juga menjadi bagian penting.

### **2.3. Kualitas Pelayanan**

Menurut Thorik G. dan Utus H. (2006:77) pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (service) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaian pun akan mengenai heart share konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam mind share konsumen. Dengan adanya heart share dan mind share yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan.

Pelayanan menurut Philip Kotler, (2005:46) adalah kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak pula berakibat pemilihan sesuatu.

Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan adalah suatu usaha yang dilakukan dalam upaya untuk dapat memberikan kepuasan pada konsumennya.

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan.

Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2006: 181).

*Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Wisnalmawati, 2005:155) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal.

Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005:121).

Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2009) dalam Wisnalmawati (2005:156). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000) dalam Nanang Tasunar (2006:44).

Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan Purnama, 2004:74).

Dapat disimpulkan :

Kualitas pelayanan adalah sebuah prestasi dalam layanan pelanggan, hal ini sangat mencerminkan pada setiap pertemuan sebuah pelayanan pelanggan biasanya membentuk harapan dari sebuah layanan berasal dari sebuah pengalaman masalah, dari mulut ke mulut maupun iklan, secara umum pelanggan membandingkan pelayanan yang dirasakannya dengan pelayanan yang diharapkan dimana jika layanan yang sebelumnya kurang memuaskan maka pelanggan yang akan kecewa

### **2.3.1. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Zeithaml, Parasuraman, Berry (A Conceptual Model of Service Quality, *Jurnal of Marketing*, Vol: 49, Fall 1985, p 47) dimensi dari kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. *Reliability* menyangkut konsistensi dari performance dan dapat dipercaya.
2. *Responsiveness* menyangkut kemauan atau kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan. Hal ini juga menyangkut ketepatan waktu dari pelayanan.
3. *Competence* yang bermakna memiliki keahlian dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan.
4. *Access* menyangkut kemudahan untuk dihubungi.
5. *Courtesy* menyangkut etika kesopanan, rasa hormat, kesungguhan, kerama-tamahan dari penyedia jasa.
6. *Communication* berarti menjaga agar tiap pelanggan mendapat informasi sesuai dengan bahasa yang mereka pahami dan mendengarkan keinginan



mereka. Hal ini berarti perusahaan jasa transportasi tersebut harus menyesuaikan bahasa mereka dengan konsumen yang berbeda–meningkatkan level bahasa pada pelanggan yang berpendidikan baik serta berbicara secara mudah dan sederhana kepada orang yang baru.

7. *Credibility* menyangkut dapat dipercaya, kejujuran penyedia jasa. Hal ini bermakna konsumen memiliki ketertarikan di hati.
8. *Security* adalah bebas dari bahaya, resiko, ataupun keraguan.
9. *Understanding/knowing the customer* menyangkut berusaha untuk memahami apa yang konsumen butuhkan.
10. *Tangibles* menyangkut lingkungan fisik dan gambaran fisik dari suatu jasa.

Dimensi-dimensi dari kualitas pelayanan diatas kemudian dibentuk ulang oleh Zeithmal dan Bitner (2010:116-119) dan mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Reliability (reliabilitas)*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
2. *Responsiveness (daya tanggap)*, yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi: kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan atau pasien.
3. *Assurance (jaminan)*, meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan gabungan dari dimensi: Kompetensi (*Competence*), artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan. Kesopanan (*Courtesy*), yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan. Kredibilitas (*Credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.
4. *Empathy (empati)*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Dimensi empathy ini merupakan penggabungan dari dimensi: Akses (*Access*), meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan. Komunikasi (*Communication*), merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.

Pemahaman pada pelanggan (*Understanding the Customer*), meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

5. *Tangibles (bukti fisik)*, meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, komunikasi dan penampilan karyawan.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182), yaitu:

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
2. *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Sementara itu Vincent (1997: 67) mengidentifikasi 10 dimensi untuk melihat kualitas pelayanan, yaitu: ketepatanwaktu pelayanan, akurasi layanan, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, tanggung jawab, kelengkapan, kemudahan mendapat layanan, variasi model layanan, layanan pribadi, kenyamanan dalam memperoleh layanan, dan atribut pendukung lainnya seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, AC, dan lain-lain.

Dimensi kualitas pelayanan adalah, kesiapan kita untuk melayani pelanggan agar merasa puas atas pelayanan yang kita berikan dan bisa terpenuhi sesuai dengan harapan pelanggan yang diinginkan melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah hasil kerja yang dicapai oleh pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diukur berdasarkan indikator.

1. *Tangible* (penampilan unsur fisik)
2. *Reliability* (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)
3. *Responsiviness* (daya tanggap)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Emphaty* (Empati)

#### **2.4. Kepuasan Konsumen**

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa konsumen tersebut akan pindah ke produk pesaing.

Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000 : 52). Sedangkan Tse dan Wilton (1988) dalam Lupiyoado (2004:349) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2004 : 349) .

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat

Kepuasan adalah, penilaian pelanggan terhadap produk atau pelayanan yang telah memberikan tingkat kenikmatan seperti yang diharapkan. harapan konsumen jika kinerja memenuhi harapannya maka konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan.

#### **2.4.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Menurut Lopiyoadi (2008:37), faktor – faktor yang pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value
3. Service quality, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.
4. Emotional Factor, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya Gaspersz dalam (Nasution, 2005 : 50)

#### **2.4.2 Mengukur Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (2011:210),

Kepuasan merupakan ukuran kinerja ‘produk total’ sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (*Customer requirements*). Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan konsep kepuasan pelanggan menurut Zeithaml dan Bitner (2007:194) adalah penilaian terhadap kualitas yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (keyakinan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (wujud), di mana semua itu mempengaruhi kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk. Selanjutnya, ketiga faktor tersebut, baik secara bersama-sama maupun sendiri akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Namun selain dipengaruhi oleh kualitas, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor lain, yaitu faktor situasi/keadaan dan faktor personal atau dari dalam diri pelanggan itu (misalnya: keinginan/kebutuhan).

Menurut Kotler (2000:41), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran  
Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer oriented*).
2. Survei kepuasan pelanggan  
Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.
3. Ghost Shopping  
Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.
4. Analisa pelanggan yang hilang  
Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing.

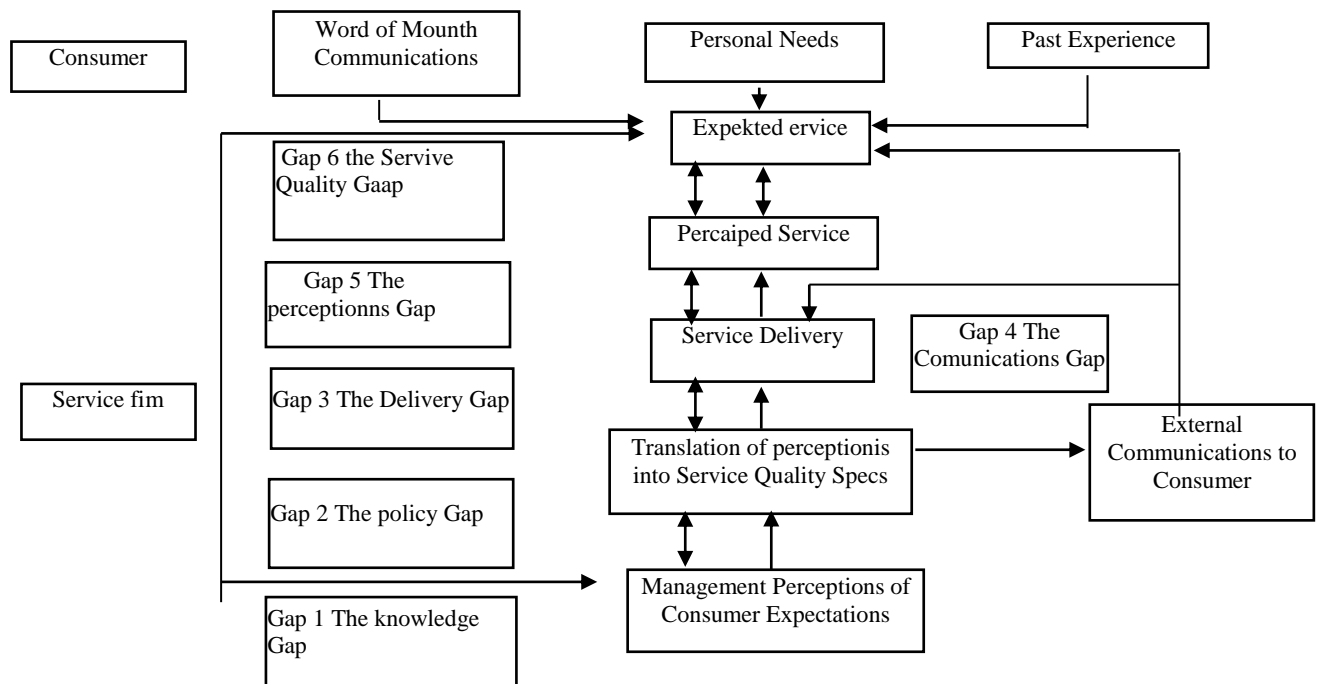
Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

## 2.5 Service Gap

Pengertian *Service Quality Gap* dalam sebuah organisasi yang bergerak di bidang non *manufacturing* (penyedia jasa) kualitas layanan merupakan masalah yang harus benar-benar dipertimbangkan karena dari dimensi inilah yang akan menjadi pembeda dari jenis perusahaan jasa lainnya. *Service quality* merupakan penilaian pelanggan terhadap proses penyediaan jasa, dengan demikian pengevaluasian *service quality* berarti mengevaluasi terhadap proses produksi jasa

Kesenjangan diakibatkan oleh ketidaktahuan manajemen atas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan. adapun model *service Gap* menurut para ahli Found in:

Love lock, C dan eirtz, J. (20011) *service quality : people, technology, strategi* (7th ed) (pp 386) *upper saddle river*.



Gambar 3  
Model service gap

1. Gap 1 Kesenjangan Pengetahuan (Kesenjangan External) Perbedaan antara keyakinan manajemen senior tentang pelanggan dan kebutuhan aktual dan harapan pelanggan
2. Gap 2 Kebijakan (Kesenjangan internal) Perbedaan antara keyakinan manajemen terhadap harapan pelanggan dan standa yang ditetapkan dari layanan yang sesuai, kebijakan dibuat untuk menyampaikan atau tidak menyampaikan berdasarkan harapan pelanggan yang dirasakan dari manajemen.
3. Gap 3 Kesenajangan Pengantaran (Kesenjangan internal) perbedaan antara standar pemberian layanan yang di tetapkan bahwa kinerja aktual tim pengiriman dan operasi layanan
4. Gap 4 Gap komunikasi (Kesenjangan internal) Perbedaan antarara apa yang dikatakan oleh penyedia akan diberikan dan apa yang sebenarnya diberikan kepada pelanggan
5. Gap 5 Gap persepsi (Kesenjangan eksternal) perbedaan antara apa yang menurut pelanggan telah mereka terima dari layananan dan apa yang sebenarnya mereka terima
6. Gap 6 Gap Kualitas Layananan (Gap eksternal) perbedaan apa yang diharapkan pelanggan dari layananan dan persepsi mereka tentang apa yang sebenarnya disampaikan Bagian 3 bagaimana kami mengukur kualitas pelayanan.

### 2.5.1. Penelitian Sebelumnya

Tabel 3  
Penelitian Sebelumnya

No	Penulis	Judul	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Kesimpulan
1	Ronald Anggara	Hubungan Kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Sumber Airconindo Sejahtera Jakarta	Apakah ada Hubungan Kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Sumber Airconindo Sejahtera Jakarta	Penelitian ini menggunakan analisis koefisien korelasi spearman rank, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis koefisien korelasi. 0,667 hasil analisis, R square 44,49% menunjukkan kualitas pelayanan dipengaruhi kepuasan konsumen sisanya 55,1% dipengaruhi faktor lain.	Ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terdapat hubungan yang kuat dan positif terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen PT Airconindo Sejahtera.
2	Karona Cahya	Analisis Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Canderan Motor di Kaur Utara	Apakah ada Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Canderan Motor di Kaur Utara	Menggunakan analisis korelasi Spearman Rank dan pengujian kebenaran data dengan uji t, korelasi spearman rank memiliki korelasi sebesar 0,701 artinya pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat.	Semakin tinggi pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Canderan Motor maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan dari para pelanggan Bengkel Canderan Motor Kaur.
3	Albertus Ferry Rostya Adi	Analisis harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan	Apakah ada pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.	Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 100 pelanggan Waroeng Spesial Sambal yang diperoleh dengan menggunakan teknik purposive sampling	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

No	Penulis	Judul	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Kesimpulan
4	Like Puspita Rochma	Analisis implementasi total quality management terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	Apakah ada pengaruh variabel-variabel dalam implementasi Total Quality Management di PT PLN (Persero) APJ Surakarta yang terdiri dari: fokus pada konsumen, perbaikan berkelanjutan, komitmen manajemen, pelatihan, dan pemberdayaan karyawan terhadap kualitas pelayanan	Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dan pelanggan PT PLN (Persero) APJ Surakarta, sedangkan sampel penelitian adalah 150 orang responden dengan proportional random sampling sebagai teknik pengambilan sampel	fokus pada konsumen dan perbaikan berkelanjutan berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan, sedangkan perbaikan berkelanjutan, komitmen manajemen, pelatihan, dan pemberdayaan karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan
5	Rizal Faisal	Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible) terhadap kepuasan konsumen dan mengetahui diantara variabel reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen	Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ). Populasi yang dipakai pada penelitian ini adalah seluruh siswa dan siswa SMA Batik 1 Surakarta. Sedangkan dengan menggunakan teknik Convenience Sampling, Sampel dalam penelitian ini adalah 50 siswa dan siswa SMA Batik 1 Surakarta	reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen simPATI di SMA Batik 1 Surakarta. Nilai koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ) sebesar 0,668 berarti bahwa reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible memberi sumbangan terhadap peningkatan maupun



No	Penulis	Judul	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Kesimpulan
					penurunan kepuasan simPATI di SMA Batik 1 Surakarta sebesar 66,8%, sedangkan sisanya sebesar 33,2% dapat dijelaskan oleh variabel yang lain di luar model. Emphaty merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan simPATI di SMA Batik 1 Surakarta.

### 2.5.2. Kerangka Pemikiran

Ketidak mampuan dalam membeli mobil baru akan menimbulkan pemeliharaan dalam mobil lama atau yang sudah dimiliki dan menjaga kondisi kendaraan selalu dalam keadaan baik, agar tidak cepat mengalami kerusakan. Dalam pemeliharaan kendaraan yang harus dilakukan adalah perawatan dan service berkala untuk melakukan perawatan dan service berkala, bengkel akan menjadi tempat tujuan para pengguna kendaraan tersebut. Bengkel adalah salah-satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa atau pelayanan, faktor utama yang harus diperhatikan jasa ini adalah peayanan yang mereka berikan kepada konsumennya karena baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa kepada konsumennya akan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap peayanan yang diberikan.

Menurut Zeithmal dan Bitner (2010:116-119) mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangible* (penampilan unsur fisik)
2. *Reliability* (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)
3. *Responsiveness* (daya tanggap)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Empaty* (empati)

Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk menciptakan kepuasan konsumen.

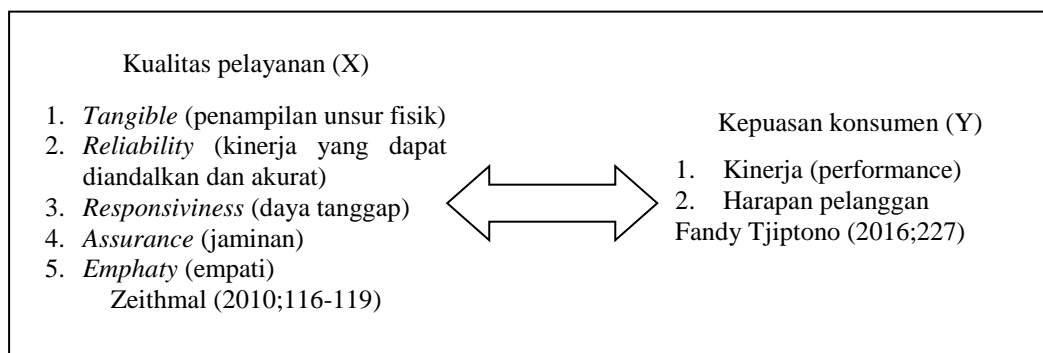
Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2010 : 52). Untuk mengukur kepuasan konsumen terdapat dua indikator yaitu :

1. Kinerja (*performance*)
2. Harapan pelanggan

Suatu perusahaan yang menginginkan agar perusahaannya dapat beroperasi secara terus menerus harus mampu memberikan kepuasan terhadap setiap konsumennya. Kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan konsumen dengan apa yang di harapkan konsumen. Apabila yang dirasakan konsumen melebihi apa yang diharapkan artinya konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Jika konsumen telah merasa puas, biasanya akan datang kembali atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap jasa tersebut dikemudian hari serta konsumen akan lebih loyal. Hal tersebut didukung dengan penelitian terdahulu mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, menurut penelitian yang dilakukan oleh Ronald Anggara (2017) menunjukkan adanya hubungan kualitas pelayanan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hubungan variabel-variabel diatas dapat divisualisasikan kedalam kerangka konseptual mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

## 2.6. Konstelasi Penelitian



Gambar 4  
Konstelasi Penelitian

## 2.7. Hipotesis Penelitian

Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sinar Berlian Auto Graha.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian *verifikatif explanatory survey* untuk mengetahui hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

#### **3.2. Objek Penelitian, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian**

##### 1. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, yang dimana kualitas pelayanan adalah variabel independen dan kepuasan konsumen adalah variabel dependen.

##### 2. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah Konsumen bengkel yang telah melakukan service ke PT. Sinar Berlian Autograha.

##### 3. Lokasi Penelitian

Subyek yang diteliti adalah PT Sinar Berlian Autograha ini berlokasi di Jl Raya Jakarta Bogor km 49, PT. Sinar Berlian Autograha ini bergerak dibidang Penjualan, Suku cadang, dan service mobil merek Mitshubishi.

#### **3.3. Jenis Dan Sumber Data Penelitian**

##### **3.3.1. Jenis data Penelitian**

Jenis data yang diteliti adalah data kuantitatif, yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

##### **3.3.2. Sumber Data Penelitian**

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer karena data yang diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti yaitu Konsumen yang telah melakukan service.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti berupa dokumen perusahaan yang digunakan sebagai kebutuhan penelitian.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Tabel 4  
Operasionalisasi Variabel  
Hubungan Kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	• <i>Tangible</i> (penampilan bukti fisik)	1. Fasilitas Fisik 2. Perlengkapan/ Peralatan 3. Sarana Komunikasi 4. Penampilan karyawan	Ordinal
	• <i>Reliability</i> (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)	1. Akurat 2. Janji pelayanan	Ordinal
	• <i>Responsiviness</i> (daya tanggap)	1. Kesigapan dalam memberikan pelayanan 2. Kesiediaan membantu konsumen	Ordinal
	• <i>Assurance</i> (jaminan)	1. Kesopanan 2. Kemampuan 3. Rasa aman 4. Dapat dipercaya	Ordinal
	• <i>Empaty</i> (Empati)	1. Mudah di hubungi 2. Penyampaian informasi 3. Memahami.Kebutuhan Konsumen	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	• <i>Kinerja (performance)</i>	1. Tampilan Bengkel terlihat bersih 2. Pekerjaan selesai tepat waktu 3. Tanggap melayani Konsumen 4. Sopan dalam Melayani Konsumen 5. Memahami Kebutuhan konsumen	Ordinal
	• <i>Harapan (Pelanggan)</i>	1. Keadaan Bengkel sesuai dengan harapan 2. Kemampuan Pegawai sesuai Harapan 3. Pelayanan Pegawai Sesuai Harapan 4. Sopan dalam Melayani 5. Memahami Kebutuhan Konsumen	Ordinal

### 3.5. Metode Penarikan Sampel

Sugiyono (2011:90) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini metode penarikan sampel, yang menjadi populasi adalah Konsumen bengkel yang telah melakukan service ke PT. Sinar Berlian Autograh pada tahun 2017 dengan jumlah populasi sebanyak 250, yang dimana untuk memudahkan penulis dalam pengambilan sampel dengan menggunakan metode Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} = \frac{250}{1 + 250 \cdot 0,05^2} = 150$$

n : Ukuran sampel yang akan diambil

N : Jumlah Populasi yang akan diambil

e : Tingkat Kesalahan (error) 5%

Dari hasil perhitungan diatas penulis menggunakan *sample random sampling* dengan metode slovin maka diketahui pengambilan sampel sebesar 150 responden.

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan sumber jenis data dan pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu berdasarkan prosedur data primer dan sekunder.

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam serta jumlah responden sedikit. Dalam hal peneliti mewawancarai dari sumbernya informasi PT Sinar Berlian Autograha guna untuk mengetahui permasalahan yang berkaitan dengan perusahaan.

#### 2. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.

### 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang datang untuk melakukan service ke PT Sinar Berlian Autograha yang telah ditetapkan menjadi sampel. Kemudian pertanyaan dalam kuesioner tersebut akan diukur menggunakan skala Likert, pertanyaan dalam kuesioner berkaitan dengan variabel penelitian yaitu Kualitas pelayanan (X) Kepuasan konsumen (Y). Dalam hal ini pilihan jawaban yang digunakan adalah sebagai berikut :

Tabel 5  
Bobot Jawaban Skala Likert

Jawaban	Bobot
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pengambilan data yang digunakan peneliti adalah teknik kuesioner yang kemudian dilakukan uji validitas dan reabilitas.

#### 1. Uji Validitas

Sebelum instrumen/ alat ukur digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, maka perlu di uji kuesioner untuk mencari kevalidan dan reabilitas dari pertanyaan-pertanyaan hasil atas jawaban dari responden. instrumen valid artinya alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jika butir pertanyaan kuesioner yang tidak valid maka pertanyaan tersebut dapat dibuang atau diganti.

Menurut Arikunto dalam Dominikus (2013:164) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam hal ini penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment* adalah:

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

Dominikus (2013:164)

Dimana :

$r_{hitung}$  = Koefisien korelasi

$\sum X_1$  = Jumlah skor item

$\sum Y_1$  = jumlah skor total (seluruh item)

n = Jumlah responden

Dengan  $n= 30$  maka dasar atas pengambilan keputusan valid atau tidak valid sebagai berikut.

Kaidah keputusan:      Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}(0,361)$  maka dikatakan valid  
                                   Jika  $r_{hitung} < r_{tabel} (0,361)$  maka dikatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Menguji reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan rumus:

*Alpha Cronbach*

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \left( 1 - \frac{s_i^2}{s^2} \right)$$

Dominikus (2013:186)

Keterangan :

$r$       = Nilai Reliabilitas

$k$       = Jumlah item

$\sum s^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$s^2$     = Varians total

## 3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014:206) analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan perhitungan total tanggapan konsumen.

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

Adapun langkah-langkah penilaian tanggapan responden sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyaknya kelas}}$$

Dimana:

Rentang = % tertinggi - % terendah

Kelas = 4 sesuai dengan jawaban pertanyaan yaitu, Sangat setuju, Setuju, Tidak setuju, Sangat tidak setuju.

Berdasarkan rumus di atas maka panjang kelas interval adalah:

$$\text{Interval} = \frac{100 - 0}{4} = \frac{100}{4} = 25$$

### 2. Analisis Koefisien Korelasi (r)

Menurut Siregar (2013:250) Analisis hubungan (korelasi) adalah suatu bentuk analisis data dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau

bentuk arah hubungan diantara dua variabel atau lebih, dalam penelitian ini analisis hubungan kausal yaitu mencari hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat mempengaruhi antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Siregar (2013:251) koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih atau juga dapat menentukan arah dari kedua variabel.

Nilai korelasi ( $r$ ) =  $(-1 \leq 0 \leq 1)$ .

Tabel 6

## Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1. 0,00 - 0,199	Sangat Lemah
2. 0,20 - 0,399	Lemah
3. 0,40 - 0,599	Cukup
4. 0,60 - 0,799	Kuat
5. 0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Siregar (2013:152)

Adapun rumus yang digunakan untuk mencari koefisien korelasi adalah menggunakan rumus korelasi Product moment sebagai berikut :

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

Keterangan :

$r$  = Koefisien korelasi yang dicari

$\sum x$  = Total jumlah dari variabel X

$\sum y$  = Total jumlah dari variabel Y

$\sum xy$  = Hasil perkalian dari total jumlah variabel X dan Y

$\sum X^2$  = Nilai yang diperoleh dari subyek dalam setiap item

$\sum y^2$  = Nilai total yang diperoleh dari subyek seluruh item

$n$  = Banyaknya pasangan data X dan Y

### 3. Analisis Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Menurut Siregar (2013:252) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih, X (bebas) terhadap Y (terikat). Dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

KD = Nilai Koefisien Determinasi

$r$  = Nilai Koefisien Korelasi

### 4. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel (X) kualitas pelayanan dengan variabel (Y) kepuasan konsumen, maka dari itu perlu dibuktikan apakah



dapat diterima atau ditolak. Maka perlu dilakukan uji hipotesis koefisien korelasinya sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis statistik

$H_0 : \rho \leq 0$  ; Tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

$H_1 : \rho > 0$  ; Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

b. Menentukan nilai  $t_{table}$

Nilai  $t_{table}$ , diperoleh dari table t dengan menggunakan nilai  $\alpha = 0,05$  dan  $df = n-2$

$t_{hitung}$  dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dimana :

$t_h$  : Nilai t

r : Koefisien korelasi

n : Jumlah sampel

Dengan menggunakan uji satu arah maka kriteria hasil pengujiannya adalah:

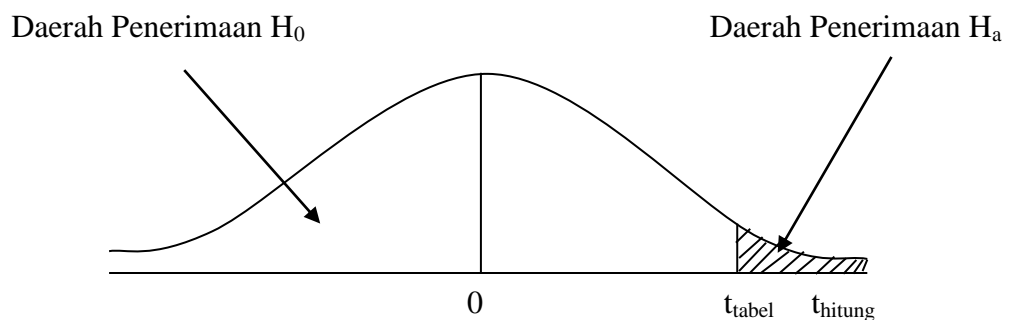
1) Terima  $H_0$  dan tolak  $H_1$  jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$

Artinya, Kualitas pelayanan tidak berhubungan nyata dengan Kepuasan konsumen.

2) Tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$  jika nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

Artinya, Kualitas pelayanan berhubungan nyata dengan Kepuasan konsumen.

Gambar daerah penolakan dan penerimaan sebagai berikut :



Sumber : Danang Sunyoto (2013;109)

Gambar 5  
Kurva Uji Hipotesis

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1. Sejarah dan Perkembangan PT.Sinar Berlian Auto Graha Cibinong**

Mulanya adalah sebuah ide brilian yang tercetus dari cara berpikir cemerlang dalam memanfaatkan peluang. Peluang tersebut muncul sejalan dengan kebijakan pemerintah mengenai penanaman modal asing maupun dalam Negeri. 1970 berdirilah PT. New Marwa Motor sebagai distributor tunggal Mitsubishi Indonesia. Kemudian pada tahun 1973 berganti nama menjadi PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motor (KTB) sejak awal hingga kini KTB telah memasarkan kendaraan Mitsubishi dari berbagai kategori mulai dari kendaraan kecil kategori 1 hingga truck besar kategori IV, serta kendaraan penumpang sedan. Jajaran produknya semakin lengkap dengan dipasarkannya truk-truk Fuso Ganjolo, kendaraan penumpang serba guna Mitsubishi kuda dan kendaraan sistem kemudi 4x4 Mitsubishi L200 strada.

Dengan dukungan jaringan penjualan dan layanan purna jual yang terjual di seluruh pelosok tanah air, KTB selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Masa yang cukup panjang selama tiga decade telah dilalui oleh KTB dengan tegar, dan KTB siap menyongsong masa depan memasuki milenium baruan salah satu Dealer yang didirikan KTB adalah PT. Sinar Berlian Auto Graha yang berdiri pada tahun 2003 yang saat itu dibawah pimpinan Bapak Hermanto selaku Branch Manager Perusahaan dengan karyawan 25 orang. PT. Sinar Berlian auto Graha mempunyai tiga Departemen, yaitu sales (Penjualan) Departemen service dan Sparepart dan hingga saat ini PT. Sinar Berlian Auto Graha berlokasi di Jl. Raya Jakarta-Bogor Km.49 No 27 Nanggung Cibinong 16912.

##### **4.1.2. Visi dan Misi PT. Sinar Berlian Auto Graha**

Visi PT. Sinar Berlian Auto Graha:

Menjadi pelaku bisnis dibidang otomotif dengan Brand MITSUBISHI & FUSO sebagai DEALER yang Profesional & Berkualitas di Era Global.

Misi PT. Sinar Berlian Auto Graha:

Meningkatkan Profesionalisme Karyawan dengan berbasiskan teknologi modern untuk memberikan totalitas kepuasan pelanggan dan menghasilkan keuntungan yang optimal bagi pemegang Perusahaan. Terus berusaha meningkatkan Kesejahteraan Karyawan, serta ikut berperan dalam kepedulian lingkungan dan social.

##### **4.1.3. Kegiatan Usaha**

PT. Sinar Berlian Auto Graha Merupakan Dealer resmi Mitsubishi Cabang dari PT. KTB (Kramayuda Tiga Berlian) yang bergerak dibidang penjualan

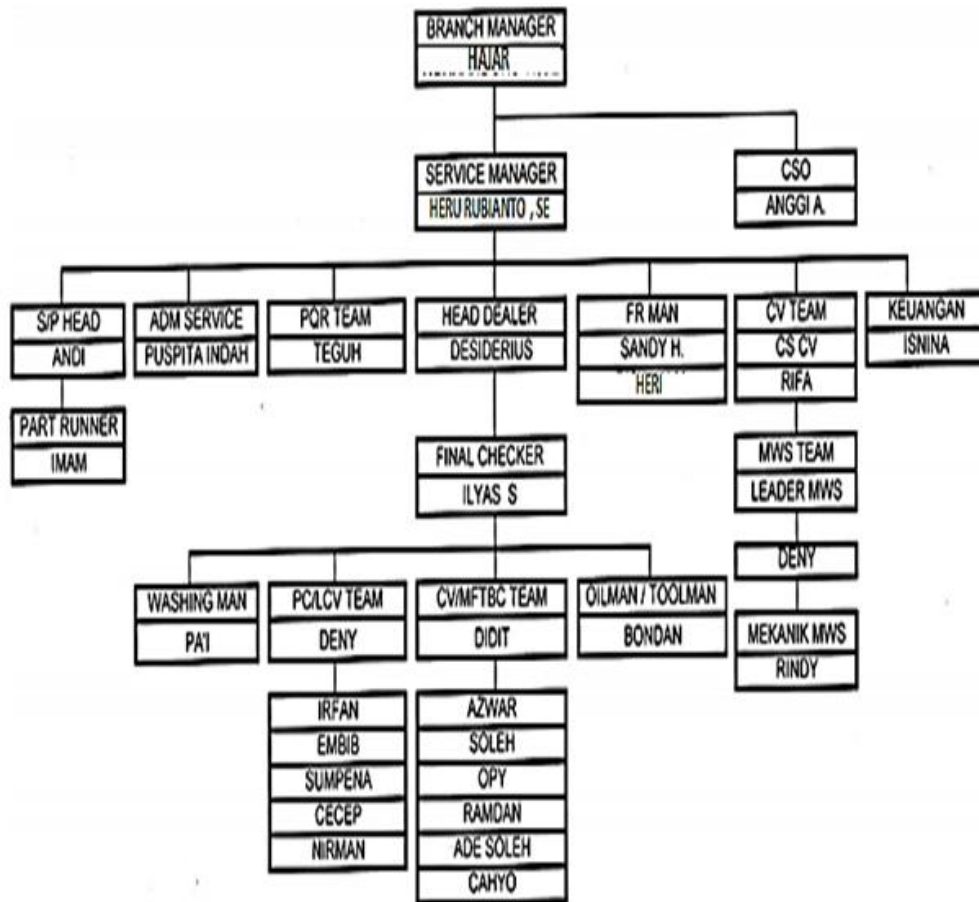
Kendaraan mobil merek Mitshubishi, Penjualan Sparepart dan pelayanan jasa service mobil merek Mitshubishi.

#### 4.1.4. Struktur Organisasi PT. Sinar Berlian Auto Graha

Struktur organisasi pada perusahaan sangatlah penting, karena perusahaan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuannya jika ditunjang dengan struktur organisasi.

Nama Dealer : PT. Sinar Berlian Auto Graha – Cibinong

Berlaku Sejak : 01 Agustus 2018



Gambar 6  
Struktur Organisasi Service 2018

#### 4.2 Profil Responden

Profil responden yang diteliti terbagi atas 4 (empat) kriteria yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, Seberapa sering melakukan service di bengkel sinar berlian autograha dan jenis kendaraan Mitshubishi yang dimiliki. Berikut hasil data konsumen PT.Sinar Berlian Autogara yang melakukan service.

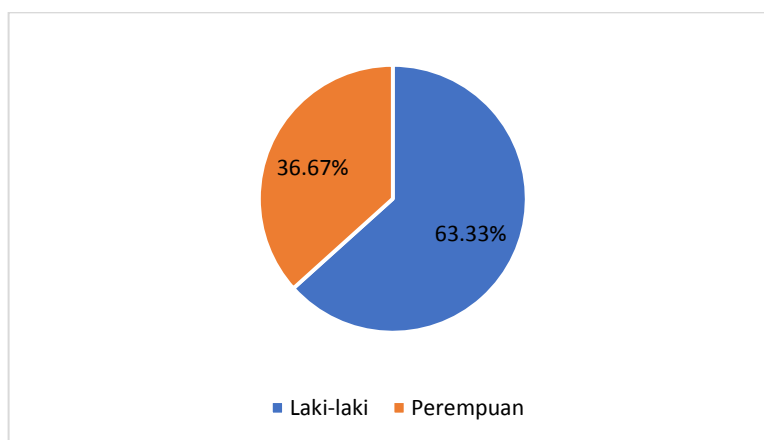
## 1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 7  
Responden berdasarkan kelamin

No.	Kategori	Jumlah Konsumen	Persentase
1	Laki-laki	95	63.33%
2	Perempuan	55	36.67%
	Jumlah	150	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Dari tabel diatas, dapat dijabarkan bahwa jenis kelamin konsumen pada PT.Sinar berlian Autograha paling banyak yaitu pada konsumen berjenis kelamin laki-laki sebanyak 95 orang dengan persentase 63.33% dan 55 perempuan dengan peesentase 36.67% dari 150 responden.



Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Gambar 7

Tingkat persentase responden berdasarkan jenis kelamin

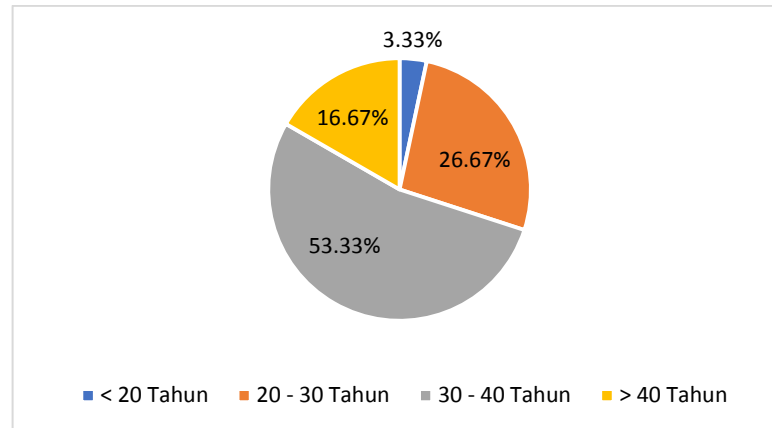
## 2. Usia Responden

Tabel 8  
Responden Berdasarkan Usia

No.	Kategori	Jumlah Konsumen	Persentase
1	< 20 Tahun	5	3.33%
2	20 - 30 Tahun	40	26.67%
3	30 - 40 Tahun	80	53.33%
4	> 40 Tahun	25	16.67%
	Jumlah	150	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Dari tabel diatas, dapat dijabarkan bahwa usia responden Konsumen pada PT. Sinar Berlian Autograha paling banyak yaitu pada konsumen berusia 30 – 40 Tahun sebanyak 80 orang dengan persentase 53.33% dari 150 responden.



Sumber : Data primer diolah, 2018

Gambar 8  
Tingkat Persentase Responden usia

3. Seberapa sering Konsumen melakukan service

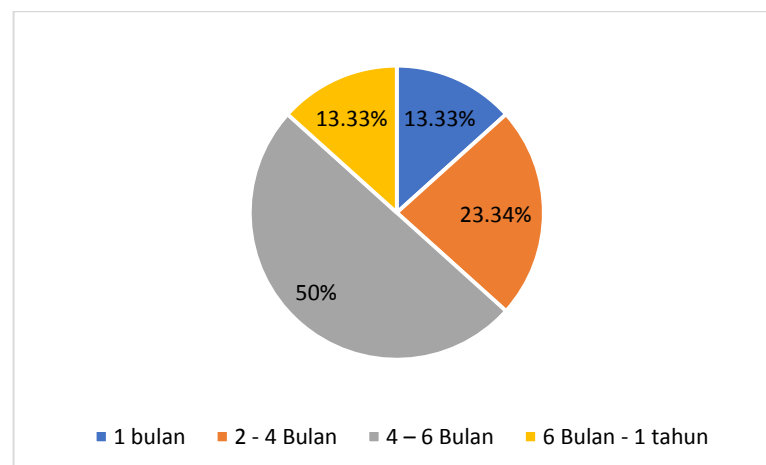
Tabel 9

Responden Berdasarkan Sering melakukan service

No.	Kategori	Jumlah Konsumen	Persentase
1	1bulan	20	13.33%
2	2 - 4 Bulan	35	23.34%
3	4 – 6 Bulan	75	50%
4	6 Bulan-1 tahun	20	13.33%
	Jumlah	150	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Dari tabel diatas, dapat dijabarkan bahwa konsumen yang sering melakukan service pada PT. Sinar Berlian auto Graha paling banyak yaitu pada 4-6 Bulan dengan jumlah 75 Konsumen dengan peresentase 50% dari 150 responden.



Sumber : Data primer diolah, 2018

Gambar 9  
Tingkat Persentase Responden yang Sering Melakukan Service

## 4. Jenis Kendaraan Mitshubishi yang dimiliki Konsumen

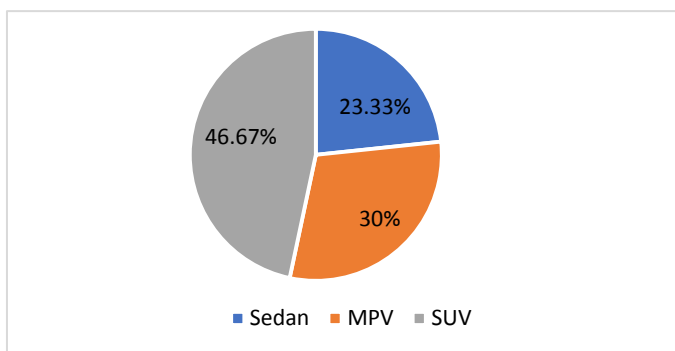
Tabel 10

Responden Berdasarkan Tingkat Kendaraan Mitsubishi yang Dimiliki

No.	Kategori	Jumlah Kendaraan yang dimiliki Konsumen	Persentase
1	Sedan	35	23,33%
2	MPV	45	30%
3	SUV	70	46,67%
	Jumlah	150	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Dari tabel diatas, dapat dijabarkan bahwa tingkat Jenis kendaraan Mitsubishi yang dimiliki Konsumen PT. Sinar Berlian Auto Graha paling banyak yaitu katagori SUV dengan jumlah 70 dengan persentase 46,67% dari 150 responden.



Sumber : Data primer diolah, 2018

Gambar 10

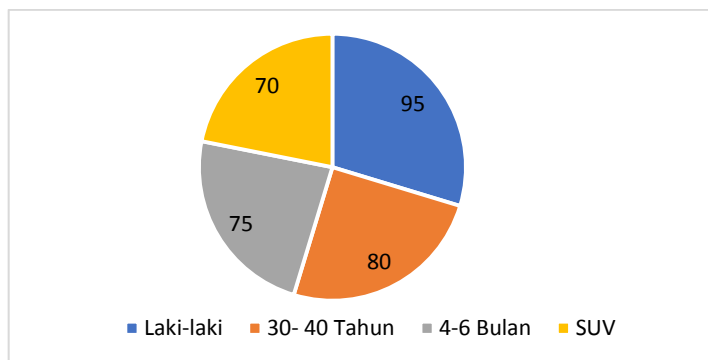
Tingkat Persentase Responden Jenis Kendaraan Mitsubishi yang dimiliki

Tabel 11

Total Responden Konsumen yang melakukan service di PT Sinar Berlian Auto graha

No.	Kategori	Mayoritas Responden	Jumlah
1	Jenis kelamin	Laki-laki	95
2	Usia	30- 40 Tahun	80
3	Seberapa sering melakukan service di PT Sinar berlian Auto Graha	4-6 Bulan	75
4	Jenis Kendaraan Mitsubishi yang di miliki	SUV	70

Sumber : Data Primer Diolah, 2018



Sumber : Data primer diolah, 2018

Gambar 11

Total Responden Konsumen Yang Melakukan Service di PT Sinar Berlian Auto Graha

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijabarkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden berjenis kelamin laki-laki dengan usia 30 - 40 tahun dan sering melakukan service di PT Sinar Berlian Auto Graha setiap 4-6 bulan dengan jenis kendaraan yang di miliki dengan katagori SUV.

### 4.3. Analisis Data

#### 4.3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas di gunakan untuk mengukur kuisisioner apakah dikatakan valid atau tidaknya suatu butir pertanyaan pada kuisisioner. Sahnya suatu pertanyaan tersebut apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur pada butir pertanyaan kuisisioner. Uji validitas dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361).

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12

Hasil uji validitas kualitas pelayanan dapat dilihat dari tabel berikut.

No.	Ukuran	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
Tangible (Penampilan bukti fisik)				
1	Fasilitas ruang tunggu bengkel terasa nyaman	0,447	0,361	Valid
2	Tempat perbaikan kendaraan terlihat bersih	0,447	0,361	Valid
3	Suasana bengkel memberikan dukungan	0,586	0,361	Valid
4	Penampilan karyawan rapih	0,405	0,361	Valid
Reliability (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)				
5	Waktu penyelesaian pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah di janjikan	0,489	0,361	Valid
6	Ketepatan jam buka bengkel	0,498	0,361	Valid
7	Hasil dari pekerjaan memuaskan	0,438	0,361	Valid
Resvonsivines (Daya tanggap)				
8	Kemampuan tanggap dalam menghadapi masalah	0,457	0,361	Valid
9	Cepat dan sigap dalam menangani keluhan	0,429	0,361	Valid

No.	Ukuran	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
10	Memberikan pelayanan tanpa diminta	0,473	0,361	Valid
Assurance (Jaminan)				
11	Karyawan yang ramah dan sopan pada konsumen	0,501	0,361	Valid
12	Pengetahuan dalam melayani kerusakan kendaraan	0,489	0,361	Valid
13	Saya yakin kendaraan saya di tangani dengan baik	0,450	0,361	Valid
14	Saya akan melakukan service di PT Sinar Berlian Auto Graha karena percaya akan pelayanannya	0,539	0,361	Valid
Empaty (Empati)				
15	Karyawan menerima keluhan dan saran konsumen dengan baik	0,482	0,361	Valid
16	Informasi yang diberikan karyawan mudah di pahami	0,404	0,361	Valid
17	Karyawan paham apa yang di inginkan konsumen	0,456	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS 23, 2018

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X (kualitas pelayanan) di atas menggunakan sampel  $n=30$ , dan menggunakan 17 butir pertanyaan. Semua pertanyaan dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga pertanyaan tersebut dapat dipakai dalam kuesioner.

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13  
Hasil uji validitas kepuasan konsumen dapat dilihat dari tabel berikut

No.	Ukuran	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
Kinerja (performance)				
1	Bengkel sinar berlian auto graha terawat baik	0,523	0,361	Valid
2	Kinerja Karyawan dapat diandalkan dengan baik	0,417	0,361	Valid
3	Karyawan sigap dalam melakukan pelayanan	0,559	0,361	Valid
4	Karyawan sopan dalam melayani konsumen	0,513	0,361	Valid
5	Karyawan memahami apa yang diinginkan konsumen	0,483	0,361	Valid
Harapan (Pelanggan)				
6	Bengkel sinar berlian auto graha sesuai dengan kriteria konsumen	0,565	0,361	Valid
7	Karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan harapan konsumen	0,475	0,361	Valid
8	Pelayanan yang diberikan Sinar Berlian Auto Graha sesuai dengan harapan konsumen	0,417	0,361	Valid
9	Karyawan Sinar Berlian Auto Graha bekerja dengan baik sehingga meyakinkan konsumennya untuk service kembali	0,410	0,361	Valid
10	PT Sinar Berlian Auto Graha memahami kebutuhan konsumen	0,452	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS 23, 2018

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Y (kepuasan konsumen) di atas menggunakan sampel  $n=30$ , dan menggunakan 10 butir pertanyaan. Semua



pertanyaan dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga pertanyaan tersebut dapat dipakai dalam kuesioner.

## 2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini digunakan teknik formula Alpha Cronbach's. Suatu kuisisioner ini dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan kuisisioner stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki Alpha Cronbach's  $\geq 0,6$ .

Berikut ini adalah hasil dari uji reliabilitas kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14  
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.778	.780	17

*Sumber : Output SPSS 23*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel kualitas pelayanan diatas menjelaskan data yang valid untuk di proses dan data dikeluarkan dapat dilihat bahwa data atau case yang valid berjumlah 17 dengan presentase 100% dan tidak ada yang dikeluarkan dan reliability ststistics menunjukkan bahwa Cronbach alpha untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.778 yang berarti diterima,maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian telah reliabel.

Berikut ini adalah hasil dari uji reliabilitas keputusan pembelian Teh Botol Sosro dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15  
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.631	.638	10

*Sumber : Output SPSS 23*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel kepuasan konsumen diatas menjelaskan data yang valid untuk di proses dan data dikeluarkan dapat dilihat bahwa data atau case yang valid berjumlah 10 dengan presentase 100% dan tidak ada yang dikeluarkan dan reliability ststistics menunjukkan bahwa Cronbach alpha untuk variabel kepuasan konsumen sebesar 0.631 yang berartiditerima,maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian telah reliabel.

#### 4.4. Pembahasan

Pelayanan bengkel merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk melakukan service kendaraan. Pelayanan jasa bengkel pada bengkel resmi suatu dealer mobil akan menjadi suatu jaminan terhadap suatu merk mobil itu sendiri sehingga mobil tersebut diminati oleh pelanggan. Pelanggan akan memilih bengkel yang handal yang dapat memberikan kepuasan, apakah menggunakan jasa bengkel resmi atau bengkel tidak resmi, dimana akan membandingkan berapa total biaya yang dikeluarkan (*monetary cost & nonmonetary cost*) dan besarnya total manfaat dalam menjadikan kendaraan tersebut tetap prima. Sedangkan pelanggan akan membentuk suatu harapan-harapan yang didasarkan pada pengalaman masa lalu, opini teman sejawat, informasi dari para pembeli dan pesaing, dan janji-janji dari para dealer mobil. Dengan demikian konsumen otomotif akan semakin kritis dalam menentukan dan memilih suatu kendaraan. Kendaraan yang dipilih adalah kendaraan yang sedikit menghasilkan keluhan pelanggan dan memberikan kepuasan terhadap pelayanan jasa bengkelnya. Bengkel mobil terbesar dan terbaik akan membuat pelanggan yakin kendaraan mereka mendapatkan perawatan dan perbaikan yang maksimal. Persaingan bisnis khususnya bengkel mobil ternyata menuntut hal yang lebih. Bengkel terbesar dan terbaik saat ini sering dijadikan media promosi pemilik bengkel saat ini sudah menjadi sesuatu yang biasa bagi pemilik kendaraan. Kebutuhan pemilik mobil saat ini sudah naik yaitu membutuhkan bengkel dengan layanan yang terbaik dan luar biasa. PT Sinar Berlian Auto Graha selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada Konsumen serta memahami apa yang menjadi harapan Konsumen. Karena pelayanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Untuk mengetahui seberapa baik Kualitas pelayanan yang diberikan PT. Sinar Berlian Auto Graha maka dapat diketahui dengan tanggapan responden lewat kuisisioner. Berikut dibawah ini akan dijelaskan secara lebih terperinci mengenai indikator dari kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Dimana hasil dari setiap indikator akan mempunyai skor yang kemudian akan diolah lebih lanjut dengan menggunakan program SPSS.

##### 4.4.1 Kualitas Pelayanan Pada PT. Sinar Berlian Autograha Cibinong

Kualitas pelayanan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan, dengan alasan jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan, tidak menutup kemungkinan perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih dari apa yang telah ditargetkan sebelumnya.

Dibawah ini adalah hasil tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan pada PT. Sinar Berlian Autograha yang diperoleh dari kuisisioner yang disebarkan kepada konsumen melalui tabel dari lima indikator yaitu Bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), dan empaty (*empathy*).

1. *Tangible* (Penampilan Bukti Fisik)

Tabel 16  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Fasilitas  
Ruang Tunggu Bengkel Terasa Nyaman

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	65	260	43.33%
Setuju	3	69	207	46.00%
Tidak Setuju	2	16	32	10.67%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	499	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 46.00% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 43.33% menyatakan Sangat Setujumengenai pernyataan “Fasilitas Ruang Tunggu Terasa Nyaman”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 499. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{499}{4 \times 150} \times 100\% \\
 &= 83.17\%
 \end{aligned}$$

Tabel 17  
Persentase Mengenai Fasilitas Ruang Tunggu Bengkel Terasa Nyaman

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	83.17%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Fasilitas Ruang Tunggu Terasa Nyaman memiliki persentase sebesar 83.17% dengan keterangan Sangat Baik.

Tabel 18  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Tempat Perbaikan  
Kendaraan Terlihat Bersih

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	66	264	44.00%
Setuju	3	69	207	46.00%
Tidak Setuju	2	15	30	10.00%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	501	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 46.00% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 44.00% menyatakan Sangat setujumengenai pernyataan “Tempat Perbaikan Kendaraan Terlihat Bersih” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 501. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{501}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 83.5\%$$

Table 19

Persentase Mengenai Tempat Perbaikan Kendaraan Terlihat Bersih

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	83.5%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Tempat Perbaikan Kendaraan Terlihat Bersih memiliki persentase sebesar 83.5% dengan keterangan Sangat Baik

Tabel 20

Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Suasana Bengkel Memberikan Dukungan

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	54	216	36.00%
Setuju	3	80	240	53.33%
Tidak Setuju	2	16	32	10.67%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	488	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 53.33% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 36.00% menyatakan Sangat Setujumengenai pernyataan “Suasana Bengkel Memberikan Dukungan”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 488. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{488}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 81.3\%$$

Tabel 21  
Persentase Mengenai Suasana Bengkel Memberikan Dukungan

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	81.3%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Suasana Bengkel Memberikan Dukungan memiliki persentase sebesar 83.3% dengan keterangan Sangat Baik.

Tabel 22  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Penampilan Karyawan Rapih

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	58	232	38.67%
Setuju	3	81	243	54.00%
Tidak Setuju	2	11	22	7.33%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	497	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 54.00% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 38.67% menyatakan Sangat Setujumengenai pernyataan “Penampilan Karyawan Rapih”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 497. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{497}{4 \times 150} \times 100\% \\
 &= 82.8\%
 \end{aligned}$$

Tabel 23  
Persentase Mengenai Penampilan Karyawan Rapih

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	82.8%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Penampilan Karyawan Rapih memiliki persentase sebesar 82.8% dengan keterangan Sangat Baik.

2. *Reliability* (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)

Tabel 24

Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Waktu Penyelesaian Pekerjaan Sesuai Dengan Waktu Yang Telah Dijanjikan

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	51	204	34.00%
Setuju	3	83	249	55.33%
Tidak Setuju	2	16	32	10.67%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	485	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 55,33% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 34% menyatakan Sangat Setujumengenai pernyataan “Waktu Penyelesaian Pekerjaan Sesuai Dengan Waktu Yang Telah Dijanjikan”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 485. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{485}{4 \times 150} \times 100\% \\
 &= 80.8\%
 \end{aligned}$$

Tabel 25

Persentase Mengenai Waktu Penyelesaian Pekerjaan Sesuai Dengan Waktu yang Telah Dijanjikan

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	80.8%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Waktu Penyelesaian Pekerjaan Sesuai Dengan Waktu Yang Telah Dijanjikan memiliki persentase sebesar 80.8% dengan keterangan Sangat Baik

Tabel 26

Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Ketepatan Jam Buka Bengkel

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	55	220	36.67%
Setuju	3	83	249	55.33%
Tidak Setuju	2	12	24	8.00%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	493	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 55,33% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 36.67% menyatakan Sangat

Setuju mengenai pernyataan “Ketepatan Jam Buka Bengkel”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 493. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{493}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 82.7\%$$

Tabel 27

Persentase Mengenai Ketepatan Jam Buka Bengkel

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	82.7%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataanKetepatan Jam Buka Bengkel memiliki persentase sebesar 82.7% dengan keterangan Sangat Baik.

Tabel 28

Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Hasil Dari Pekerjaan Memuaskan

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	64	256	42.67%
Setuju	3	75	225	50.00%
Tidak Setuju	2	11	22	7.33%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	503	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 50.00% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 42.67% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Hasil dari Pekerjaan Memuaskan”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 503. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{503}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 83.8\%$$

Tabel 29

Persentase Mengenai Hasil dari Pekerjaan Memuaskan

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	83.8%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Hasil Dari Pekerjaan Memuaskan memiliki persentase sebesar 83.8% dengan keterangan Sangat Baik.

### 3. *Resvonsivines* (Daya tanggap)

Tabel 30  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Kemampuan Tanggap dalam Menghadapi masalah

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	62	248	41.33%
Setuju	3	74	222	49.34%
Tidak Setuju	2	14	28	9.33%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	498	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 49.34% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 41.33% menyatakan Sangat Setujumengenai pernyataan “Kemampuan Tanggap Dalam Menghadapi Masalah”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 498. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{498}{4 \times 150} \times 100\% \\
 &= 83\%
 \end{aligned}$$

Tabel 31  
Persentase Mengenai Kemampuan Tanggap Dalam Menghadapi Masalah

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	83%	Sangat baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan Kemampuan Tanggap Dalam Menghadapi Masalah memiliki persentase sebesar 83% dengan keterangan Sangat Baik.

Tabel 32  
Pendapat Responden Mengenai PernyataanCepat dan Sigap Dalam Menangani Keluhan

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	57	228	38,00%
Setuju	3	77	231	51.33%
Tidak Setuju	2	16	32	10.67%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	491	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018



Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 51.33% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 38.00% menyatakan Sangat Setujumengenai pernyataan “Cepat dan sigap dalam Menangani Keluhan”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 491. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{491}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 81.8\%$$

Tabel 33

Persentase Mengenai Cepat dan sigap dalam Menangani Keluhan

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	81.8%	Sangat baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Cepat dan sigap dalam Menangani Keluhan memiliki persentase sebesar 81.8% dengan keterangan Sangat Baik.

Tabel 34

Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Memberikan Pelayanan Tanpa diminta

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	56	224	37.33%
Setuju	3	80	240	53.33%
Tidak Setuju	2	14	28	90.33%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	492	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 90.33% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan Tidak Setuju dan 53.33% menyatakan Setuju mengenai pernyataan “Memberikan Pelayanan Tanpan Diminta”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 492. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{492}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 82\%$$

Tabel 35  
Persentase Mengenai Memberikan Pelayanan Tanpa Diminta

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	82%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Mengenai Memberikan Pelayanan Tanpan Diminta memiliki persentase sebesar 82% dengan keterangan Sangat Baik.

#### 4. Assurance (Jaminan)

Tabel 36  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Karyawan yang Ramah Dan Sopan Pada Konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	65	260	43.33%
Setuju	3	73	219	48.67%
Tidak Setuju	2	12	24	8.00%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	503	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 48.67% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 43.33% menyatakan Sangat Setujumengenai pernyataan “Karyawan Yang Ramah Dan Sopan Pada Konsumen”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 503. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{503}{4 \times 150} \times 100\% \\
 &= 83.8\%
 \end{aligned}$$

Tabel 37  
Persentase Mengenai Karyawan yang Ramah dan Sopan Pada Konsumen

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	83.8%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan “Karyawan Yang Ramah Dan Sopan Pada Konsumen memiliki persentase sebesar 83.8% dengan keterangan Sangat Baik.

Tabel 38  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Pengetahuan  
Dalam Melayani Kerusakan Kendaraan

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	58	232	38.67%
Setuju	3	81	243	54.00%
Tidak Setuju	2	11	22	7.33%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	497	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 54.00% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 38.67% menyatakan Sangat Setujumengenai pernyataan “Pengetahuan dalam Melayani Kerusakan Kendaraan”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 497. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{497}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 82.8\%$$

Tabel 39  
Persentase Mengenai Pengetahuan Dalam Melayani Kerusakan Kendaraan

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	82.8%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Pengetahuan Dalam Melayani Kerusakan Kendaraan memiliki persentase sebesar 82.8% dengan keterangan Sangat Baik

Tabel 40  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Saya Yakin  
Kendaraan Saya Ditangani Dengan Baik

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	57	228	38.00%
Setuju	3	79	237	52.67%
Tidak Setuju	2	14	28	9.33%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	493	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 52.67% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 38.00% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Saya Yakin Kendaraan Saya Ditangani Dengan Baik”. Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 493. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{493}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 82.7\%$$

Tabel 41  
Persentase Mengenai Saya Yakin Kendaraan Saya Ditangani Dengan Baik

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	82.7%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan Saya Yakin Kendaraan Saya Ditangani Dengan Baik memiliki persentase sebesar 82.7% dengan keterangan Sangat Baik.

Tabel 42  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Saya Akan Melakukan Service Di PT Sinar Berlian Auto Graha Karena Percaya Akan Pelayanannya

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	52	208	34.67%
Setuju	3	88	264	58.66%
Tidak Setuju	2	10	20	6.67%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	492	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 58.66% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 34.67% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Saya Akan Melakukan Service di PT Sinar Berlian Auto Graha Karena Percaya Akan Pelayanannya” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 492. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{492}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 82\%$$

Tabel 43  
 Persentase Mengenai Saya Akan Melakukan Service Di PT Sinar Berlian Auto  
 Graha Karena Percaya Akan Pelayanannya

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	82%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Saya Akan Melakukan Service Di PT Sinar Berlian Auto Graha Karena Percaya Akan Pelayanannya memiliki persentase sebesar 82.% dengan keterangan Sangat Baik.

#### 5. *Empaty* (Empati)

Tabel 44  
 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Karyawan Menerima Keluhan dan Saran  
 Konsumen dengan Baik

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	62	248	41.33%
Setuju	3	72	216	48.00%
Tidak Setuju	2	16	32	10.67%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	496	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 48.00% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 41.33% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Karyawan Menerima Keluhan Dan Saran Konsumen Dengan Baik” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 496. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{496}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 82.7\%$$

Tabel 45  
 Persentase Mengenai Karyawan Menerima Keluhan dan  
 Saran Konsumen dengan Baik

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	82.7%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Karyawan Menerima Keluhan dan Saran Konsumen dengan Baik memiliki persentase sebesar 82.7% dengan keterangan Sangat Baik.

Tabel 46  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Informasi Yang Diberikan Karyawan Mudah Di Pahami

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	59	236	39.33%
Setuju	3	82	246	54.67%
Tidak Setuju	2	9	18	6.00%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	500	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 54.67% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 39.33% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Informasi Yang Diberikan Karyawan Mudah Di Pahami” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 500. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{500}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 83.3\%$$

Tabel 47  
Persentase Mengenai Informasi Yang Diberikan Karyawan Mudah Di Pahami

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	83.3%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Informasi Yang Diberikan Karyawan Mudah Di Pahami memiliki persentase sebesar 83.3% dengan keterangan Sangat Baik.

Tabel 48  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Karyawan Pahami Apa Yang Diinginkan Konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	60	240	40.00%
Setuju	3	80	240	53.33%
Tidak Setuju	2	10	20	6.67%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	500	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Fasilitas Ruang Tunggu Terasa Nyaman memiliki persentase sebesar 83.17% dengan keterangan Sangat Baik.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 53.33% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 40.00% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Karyawan Paham Apa Yang Diinginkan Konsumen” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 500. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{500}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 83.3\%$$

Tabel 49

Persentase Mengenai Karyawan Paham Apa yang Diinginkan Konsumen

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	83.3%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan Karyawan Paham Apa Yang Diinginkan Konsumen memiliki persentase sebesar 83.3% dengan keterangan Sangat Baik.

Untuk melihat kualitas pelayanan dari keseluruhan indikator dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Table 50

Hasil Rata-rata Kualitas Pelayanan

No.	Indikator Kualitas Pelayanan	Tanggapan Responden
Tangible (Penampilan bukti fisik)		
1	Fasilitas ruang tunggu bengkel terasa nyaman	83.17%
2	Tempat perbaikan kendaraan terlihat bersih	83.5%
3	Suasanan bengkel memberikan dukungan	81.3%
4	Penampilan karyawan rapih	82.8%
Reliability (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat )		
5	Waktu penyelesaian pekerjaan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	80.8%
6	Ketepatan jam buka Bengkel	82.7%
7	Hasil dari pekerjaan memuaskan	83.8%
Resvonsivines (Daya tanggap)		
8	Kemampuan tanggap dalam menghadapi masalah	83 %
9	Cepat dan sigap dalam menangani keluhan	81.8%
10	Memberikan pelayanan tanpa diminta	82%
Assurance (Jaminan)		
11	Karyawan yang ramah dan Sopan pada Konsumen	83.8 %
12	Pengetahuan dalam menangani kerusakan kendaraan	82.8%

No.	Indikator Kualitas Pelayanan	Tanggapan Responden
13	Saya yakin kendaraan saya di tangani dengan baik	82.7%
14	Saya akan melakukan service di Bengkel Sinar Berlian Auto Graha karena percaya akan pelayanannya	82%
Empaty (Empati)		
15	Karyawan menerima keluhan dan saran Konsumen dengan baik	82.7%
16	Informasi yang diberikan karyawan mudah di pahami	83.3%
17	Karyawan paham apa yang di inginkan konsumen	83.3%
Total		1.405.47
N		17
Rata-rata		82.67%

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel 51

Nilai tanggapan rata-rata Kualitas Pelayanan dapat dilihat dengan Skala Likert:

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	82.67%	Sangat Baik
50-74		Baik
25-49		Tidak Baik
0-24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase rata-rata Kualitas Pelayanan di atas dengan nilai sebesar 79.4%, menyatakan Sangat baik pada PT Sinar Berlian Auto Graha.

#### 4.4.2. Kepuasan Konsumen pada PT Sinar Berlian Auto Graha

Kepuasan Pelanggan memiliki hubungan yang erat dengan kualitas pelayanan setiap perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelangganya dengan pelayanan yang optimal. Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja actual yang dirasakanya setelah pemakaian.

Dibawah ini adalah hasil tanggapan responden mengenai variabel Kepuasan Konsumen yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden melalui tabel. Total dari nilai jawaban setiap butir pernyataan kemudian dibuatkan rentang skala untuk mengetahui tanggapan total responden.

##### 1. Kinerja (*performance*)

Tabel 52

Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Terawat Dengan Baik

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	51	204	34.00%
Setuju	3	85	255	56.67%
Tidak Setuju	2	14	28	9.33%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	515	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018



Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 56.67% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 34.00% menyatakan Sangat Setuju mengenai“Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Terawat Dengan Baik” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 515. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{515}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 85.8\%$$

Tabel 53  
Persentase Mengenai Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Terawat Dengan Baik

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	85.8%	Sangat Puas
50-74		Puas
25-49		Tidak Puas
0-24		Sangat Tidak Puas

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Terawat Dengan Baik memiliki persentase sebesar 85.8% dengan keterangan Sangat Puas.

Tabel 54  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Kinerja Karyawan Dapat Diandalkan Dengan Baik

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	62	248	41.33%
Setuju	3	83	249	55.33%
Tidak Setuju	2	5	10	3.34%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	507	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 55.33% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 41.33% menyatakan Sangat Setuju mengenai“Kinerja Karyawan Dapat Diandalkan Dengan Baik” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 507. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{507}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 84.5\%$$

Tabel 55  
Persentase Mengenai Kinerja Karyawan Dapat Diandalkan Dengan Baik

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	84.5%	Sangat Puas
50-74		Puas
25-49		Tidak Puas
0-24		Sangat Tidak Puas

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Mengenai Kinerja Karyawan Dapat Diandalkan Dengan Baik memiliki persentase sebesar 84.5% dengan keterangan Sangat Puas

Tabel 56  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan  
Karyawan Sigap Dalam melakukan Pelayanan

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	53	212	35.33%
Setuju	3	86	258	57.33
Tidak Setuju	2	11	22	7.34%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	492	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 57.33% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 35.33% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Karyawan Sigap Dalam melakukan Pelayanan” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 492. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{492}{4 \times 150} \times 100\% \\
 &= 82\%
 \end{aligned}$$

Tabel 57  
Persentase Mengenai Karyawan Sigap Dalam melakukan Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	82%	Sangat Puas
50-74		Puas
25-49		Tidak Puas
0-24		Sangat Tidak Puas

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Karyawan Sigap Dalam melakukan Pelayanan memiliki persentase sebesar 82% dengan keterangan Sangat Puas.

Tabel 58  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan  
Karyawan Sopan Dalam Melayani Konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	59	236	39.33%
Setuju	3	82	246	54.67%
Tidak Setuju	2	9	18	6.00%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	500	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 54.67% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 39.33% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Karyawan Sopan Dalam Melayani Konsumen” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 500. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{500}{4 \times 150} \times 100\% \\
 &= 83.3\%
 \end{aligned}$$

Tabel 59  
Persentase Mengenai Karyawan Sopan Dalam Melayani Konsumen

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	83.3%	Sangat Puas
50-74		Puas
25-49		Tidak Puas
0-24		Sangat Tidak Puas

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Karyawan Sopan Dalam Melayani Konsumen memiliki persentase sebesar 83.3% dengan keterangan Sangat Puas.

Tabel 60  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan  
Karyawan Memahami Apa Keinginan Konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	54	216	36.00%
Setuju	3	76	228	50.67%
Tidak Setuju	2	20	40	13.33%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	484	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 50.67% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 36.00% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Karyawan Memahami Apa Keinginan Konsumen”

Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 484. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{484}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 80.7\%$$

Tabel 61

Persentase Mengenai Karyawan Memahami Apa Keinginan Konsumen

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	80.7%	Sangat Puas
50-74		Puas
25-49		Tidak Puas
0-24		Sangat Tidak Puas

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Karyawan Memahami Apa Keinginan Konsumen memiliki persentase sebesar 80.7% dengan keterangan Sangat Puas

## 2. Harapan Pelanggan

Tabel 62

Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Sesuai Dengan Kriteria Konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	46	184	30.67%
Setuju	3	89	267	59.33%
Tidak Setuju	2	15	30	10.00%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	481	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 59.33% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 30.67% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Sesuai Dengan Kriteria Konsumen” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 481. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{481}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 81.7\%$$

Tabel 63  
Persentase Mengenai Bengkel Sinar Berlian Auto Graha  
Sesuai Dengan Kriteria Konsumen

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	81.7%	Sangat Puas
50-74		Puas
25-49		Tidak Puas
0-24		Sangat Tidak Puas

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Sesuai Dengan Kriteria Konsumen memiliki persentase sebesar 81.7% dengan keterangan Sangat Puas.

Tabel 64  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Karyawan Mampu Menyelesaikan  
Pekerjaan Sesuai Harapan konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	49	196	32.67%
Setuju	3	77	231	51.33%
Tidak Setuju	2	24	48	16.00%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	475	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 51.33% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 32.67% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Karyawan Mampu Menyelesaikan Pekerjaan Sesuai Harapan konsumen” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 475. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{475}{4 \times 150} \times 100\%$$

$$= 79.7\%$$

Tabel 65  
Persentase Mengenai Karyawan Mampu Menyelesaikan  
Pekerjaan Sesuai Harapan konsumen

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	79.7%	Sangat Puas
50-74		Puas
25-49		Tidak Puas
0-24		Sangat Tidak Puas

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai harapan konsumen memiliki persentase sebesar 79.7% dengan keterangan Sangat Puas.

Tabel 66  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Pelayanan Yang Diberikan PT Sinar Berlian Auto Graha Sesuai Harapan Konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	43	172	28.67%
Setuju	3	92	276	61.33%
Tidak Setuju	2	15	30	10.00%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	478	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 61.33% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 28.67% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “Pelayanan Yang Diberikan PT Sinar Berlian Auto Graha Sesuai Harapan Konsumen” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 478. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{478}{4 \times 150} \times 100\% \\
 &= 79.7\%
 \end{aligned}$$

Tabel 67  
Persentase Mengenai Pelayanan Yang Diberikan PT Sinar Berlian Auto Graha Sesuai Harapan Konsumen

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	79.7%	Sangat Puas
50-74		Puas
25-49		Tidak Puas
0-24		Sangat Tidak Puas

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan Pelayanan Yang Diberikan PT Sinar Berlian Auto Graha Sesuai Harapan Konsumenn memiliki persentase sebesar 79.7% dengan keterangan Sangat Puas.

Tabel 68  
Pendapat Responden Mengenai Pernyataan “Karyawan PT Sinar Berlian Auto Graha Bekerja Dengan Baik Sehingga Meyakinkan Konsumen Untuk Service Kembali”

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	50	200	33.33%
Setuju	3	82	246	54.67%
Tidak Setuju	2	18	36	12.00%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	482	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 54.67% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 33.33% menyatakan Sangat

Setuju mengenai pernyataan “Karyawan PT Sinar Berlian Auto Graha Bekerja Dengan Baik Sehingga Meyakinkan Konsumen Untuk Service Kembali” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 482. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{482}{4 \times 150} \times 100\% \\
 &= 80.3\%
 \end{aligned}$$

Tabel 69

Persentase Mengenai Karyawan PT Sinar Berlian Auto Graha Bekerja Dengan Baik Sehingga Meyakinkan Konsumen Untuk Service Kembali

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	80.3%	Sangat Puas
50-74		Puas
25-49		Tidak Puas
0-24		Sangat Tidak Puas

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan Karyawan PT Sinar Berlian Auto Graha Bekerja Dengan Baik Sehingga Meyakinkan Konsumen Untuk Service Kembali memiliki persentase sebesar 80.3% dengan keterangan Sangat Puas.

Tabel 70

Pendapat Responden Mengenai Pernyataan PT Sinar Berlian Auto Graha Memahami Kebutuhan Konsumen

Keterangan	Skor	Jumlah Responden	Skor Total	Persentase
Sangat Setuju	4	44	176	29.33%
Setuju	3	81	243	54.00%
Tidak Setuju	2	25	50	16.67%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		150	469	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 54.00% responden dari jumlah responden sebanyak 150 orang menyatakan setuju dan 29.33% menyatakan Sangat Setuju mengenai pernyataan “PT Sinar Berlian Auto Graha Memahami Kebutuhan Konsumen” Dengan demikian skor total untuk pernyataan di atas adalah 469. Berikut adalah pernyataan total responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{Skor Tertinggi} \times \text{Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{469}{4 \times 150} \times 100\% \\
 &= 78.7\%
 \end{aligned}$$

Tabel 71  
 Persentase Mengenai PT Sinar Berlian Auto Graha  
 Memahami Kebutuhan Konsumen

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	78.7%	Sangat Puas
50-74		Puas
25-49		Tidak Puas
0-24		Sangat Tidak Puas

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan persentase responden diatas dengan pernyataan PT Sinar Berlian Auto Graha Memahami Kebutuhan Konsumen memiliki persentase sebesar 78.7% dengan keterangan Sangat Puas.

Untuk melihat kepuasan Konsumen dari keseluruhan indikator dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 72  
 Hasil Rata-rata Kepuasan Konsumen

No.	Indikator Kepuasan Konsumen	Tanggapan Responden
Kinerja (performance)		
1	Bengkel Sinar berlian Auto Graha terawatt dengan baik	85.8%
2	Kinerja karyawan dapat diandalkan dengan baik	84.5%
3	Karyawan sigap dalam meleakukan pelayanan	82%
4	Karyawan sopan dalam melayani Konsumen	83.3%
5	Karyawan memahami apa keinginan Konsumen	80.7%
Harapan (Pelanggan)		
6	Bengkel Sinar Berlian Autu Graha sesuai denga kriteria Konsumen	81.7%
7	Karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai harapan Konsumen	79.7%
8	Pelayanan yang diberikan PT Sinar Berlian Auto Graha sesuai dengan harapan Konsumen	79.7%
9	Karyawan PT. Sinar Berlian Auto Graha bekerja dengan baik sehingga meyakinkan Konsumen untuk service kembali	80.3%
10	PT Sinar Berlian Auto Graha memahami kebutuhan Konsumen	78.7%
Total		816.4%
N		10
Rata-rata		81.64%

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel 73

Nilai tanggapan rata-rata Kepuasan Konsumen dapat dilihat dengan Skala Likert:

Nilai	Persentase	Keterangan
75-100	81.64%	Sangat Puas
50-74		Puas
25-49		Tidak Puas
0-24		Sangat Tidak Puas

Sumber: Data diolah, 2018



Berdasarkan persentase rata-rata Kualitas Pelayanan di atas dengan nilai sebesar 81.64%, menyatakan Sangat baik pada PT Sinar Berlian Auto Graha.

#### 4.4.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen PT Sinar Berlian Auto Graha

##### 1. Analisis Koefisien Korelasi

Penulis menggunakan kuesioner dengan pengujian hasil pengolahan data hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen dengan menggunakan uji koefisien korelasi dengan responden sebanyak 150 orang. Berdasarkan hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS mengenai hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 74  
Korelasi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen *Product Moment*  
(SPSS 23)

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.471**
	Sig. (1-tailed)	.	.000
	N	150	150
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.471**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.
	N	150	150

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber : *Output SPSS 23*

Interpretasi hasil dari output SPSS adalah sebagai berikut :

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS diatas dapat diketahui besarnya korelasi *product moment* adalah  $r = 0.471$ . artinya Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen mempunyai hubungan yang sedang.

Tabel 75  
Nilai Interval Koefisien

Interval Koefisien	Persentase	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199		Sangat Rendah
0.20 – 0.399		Rendah
0.40 – 0.599	0.471	Sedang
0.60 – 0.799		Kuat
0.80 – 1.000		Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2016 ;214)

## 2. Analisis Koefisien Determinasi

Dari perhitungan korelasi *product moment* adalah diketahui nilai korelasi sebesar  $r = 0.471$ . Selanjutnya untuk mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100\% \\ &= 0.471^2 \times 100\% \\ &= 22.2\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diketahui nilai koefisien determinasi adalah R sebesar 22.2%. hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi sebesar 22.2% sedangkan 77.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

## 3. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

Uji hipotesis koefisien korelasi digunakan untuk melihat apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak dan adakah hubungan yang nyata atau tidak antara Kualitas pelayanan dengan Kepuasan Konsumen, maka dilakukan uji hipotesis koefisien korelasi.

### a. Hipotesis statistik

$H_0 : r < 0$ , artinya tidak terdapat hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

$H_a : r > 0$ , artinya terdapat hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

### b. Menentukan $t_{hitung}$

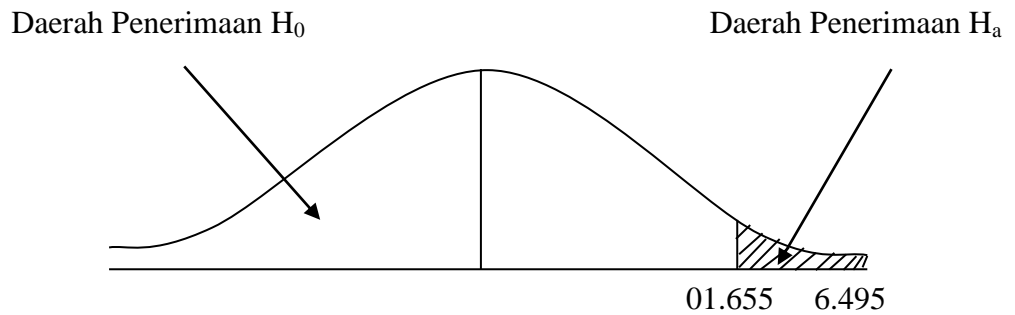
Untuk mencari  $t_{hitung}$  menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} t_h &= \frac{r \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}} \\ t_{hitung} &= \frac{0.471 \sqrt{(150-2)}}{\sqrt{(1-0.471^2)}} \\ &= \frac{5.729}{0.882} \\ t_{hitung} &= 6.495 \end{aligned}$$

### c. Menentukan $t_{tabel}$

Nilai t tabel diperoleh dari tabel t dengan menggunakan nilai  $\alpha = 0.05$  dan  $df = n-2$  atau  $150-2 = 148$ , maka diperoleh t tabel 1.655.

## d. Kurva



Sumber: Data diolah, 2018

Gambar 12  
Kurva Uji Hipotesis

## e. Hasil uji kurva

Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6.495 > 1.655$ ) maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, jadi dapat dijabarkan bahwa terdapat hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan kuisioner kualitas pelayanan menunjukan bahwa rata-rata kualitas pelayanan pada PT. Sinar Berlian Auto Graha adalah Sangat Baik hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata Kualitas Pelayanan 79.4% yang termasuk dalam katagori Sangat Baik.
2. Berdasarkan hasil kuisioner kepuasan konsumen menunjukan bahwa rata-rata kepuasan konsumen pada PT.Sinar Berlian Auto Graha adalah Sangat Puas hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata kepuasan Konsumen sebesar 81.64% yang termasuk dalam katagori Memuaskan.
3. Melalui hasil perhitungan koefisien korelasi diperoleh nilai  $r$  sebesar 0.471 maka artinya terdapat hubungan yang sedang antara kualitas pelayanan (variable X) dengan kepuasan konsumen (variable Y). Hasil koefisien determinasi  $R$  sebesar 22.2%. Hal ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 22.2% sedangkan 77.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, dan hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukan bahwa nilai  $t$  hitung  $>$  tabel ( $6.495 > 1.655$ ) maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, jadi dapat dijabarkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada PT. Sinar Brlian Auto Graha.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis akan memberikan saran-saran yang mungkin dapat berguna bagi perusahaan dan diharapkan dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada hubungannya dengan masalah kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen yang di hadapi oleh perusahaan. Saran penulis di kemukakan sebagai berikut:

1. Dari seluruh indikator kualitas pelayanan, nilai yang paling kecil pada waktu penyelesaian pekerjaan sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Maka disarankan pada pihak PT Sinar Berlian Auto Graha khususnya pada departemen service harus lebih tepat waktu dalam menyelesaikan service kendaraan mobil konsumen. Karena hal ini dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen yang akan melakukan service kembali ke PT Sinar Brlian Auto Graha.
2. Berdasarkan hasil tanggapan kepuasan konsumen, nilai yang paling kecil adalah pada indikator PT Sinar Berlian Auto Graha memahami kebutuhan konsumen. Oleh karena itu karyawan departemen service PT.Sinar Berlian Auto Graha harus lebih memahami dan terus meningkatkan lagi kebutuhan konsumennya,

karena jika konsumen yang telah melakukan service ke PT Sinar Berlian Auto Graha merasa puas besar kemungkinan konsumen tersebut akan menjadi pelanggan.

3. Untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, maka pihak PT.Sinar Berlian Auto Graha khusus nya pada departemen service harus bisa menerima dan memperbaiki dari semua saran dan keluhan konsumen dan terus mengevaluasi kinerja karyawan pada departemen service secara berkala sehingga hal ini akan berdampak positif dan mendukung kemajuan perusahaan

## DAFTAR PUSTAKA

- Albertus, Ferry, Rostya, Adi. *Analisis Harga Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Buchori, Alma. *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. Bandung: CV Alvabeta, 2006.
- Dominikus. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Atma Jaya.  
[Eprints.uny.ac.id/8428/3/bab%20%20-07518241018.pdf](http://Eprints.uny.ac.id/8428/3/bab%20%20-07518241018.pdf)  
[Eprints.walisongo.ac.id/3534/3/101311010\\_Bab2.pdf](http://Eprints.walisongo.ac.id/3534/3/101311010_Bab2.pdf)
- Fandy, Tjiptono (2011). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta, Penerbit ANDI.
- Karona Cahya (2013) *Analisis Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Candera Motor di Kaur Kabupaten Kaur*.
- Kotle Amstrong, 2008. *Bauran Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. *Mengukur Kepuasan Konsumen*. Jilid 1 Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip, 2009. *Strategi Pemasaran*, Edisi 11, Indeks: Jakarta.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2011.
- Kotler, Philip, Kevin Lane, Keller, 2005. *Kualitas Pelayanan*. Jakarta Indeks.
- Lamb, Chales W., Hair, Joseph F., and McDaniel, Carl. *Bauran Pemasaran*. Alih Bahasa David Octavaria. Jakarta: Salemba Empat. 2001.
- Like, Puspita, Rochma, (2016). *Analisis Implementasi Total Quality Managemen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan*.
- Lupiyoadi, 2008. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat, 2006
- Ratminto dan Atik Winarsih. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- [Repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/.../Bab%20.pdf](http://Repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/.../Bab%20.pdf)
- Rizal, Faisal, (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Ronald, Anggara, (2016). *Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Sirconindon Sejahtera Jakarta*.

- Siregar. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi Pertama, Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Pegolahan Analisis Deskriptif*. Bandung CV. Alfabeta.
- Sunarto. *Prinsip–Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-2, Yogyakarta: AMUS Yogyakarta & UST Press, 2006.
- Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Thorik, G dan Utus H. 2006. *Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2008. Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, Fandi & Chandra Gregorius, 2005. *Kualitas Pelayanan*. Yogyakarta: Andi
- Zeithmal, Valarie, Bitner & Gremler, 2010. *Kualitas Pelayanan Mengintegrasikan Focus Pelanggan Melewati Perusahaan*. Edisi Keempat, Yogyakarta.

# **LAMPIRAN**



**SURAT KETERANGAN**

Cibinong , 18 September 2018

Nomor : 01/SBAG/Service Dept./IX/2018

**Kepada :**

**Yth, Bapak Dekan UNIVERSITAS PAKUAN – BOGOR**

**Di tempat.**

Hal : SURAT KETERANGAN

Bersama ini Kami selaku MANAGEMENT PT SINAR BERLIAN AUTO GRAHA – CIBINONG, ingin menyampaikan Surat Keterangan, sebagai berikut :

Nama : Muhammad Ramdan Rudiansyah

Jabatan : Mekanik

Karyawan tersebut diatas , telah melakukan Kuliah Kerja Nyata ( KKN ) pada MANAGEMENT SYSTEM di Dealer kami yaitu pada Periode Bulan Juli – September 2018 .

Demikian Surat Keterangan ini Kami sampaikan , agar dapat dipergunakan dengan sebaik – baiknya .

Tertanda ,

( Heru Rubianto,SE )  
Service Head

## KUESIONER PENELITIAN

### HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAAN KONSUMEN PADA BENGKEL PT SINAR BERLIAN AUTO GRAHA CIBINONG

---

#### Pengantar

Saya Muhamad Ramdan Rudiansyah adalah Mahasiswa Universitas Pakuan yang sedang melaksanakan penelitian di PT Sinar Berlian Auto Graha Cibinong khususnya pada Departement service, untuk melengkapi proses penulisan skripsi saya. Untuk itu saya mengharapkan bantuan dan kesediaan Bapak/ibu dan saudara/i untuk menjawab beberapa pertanyaan yang telah tersedia di bawah ini. Atas bantuan dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

#### PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Jawablah pernyataan dengan jujur dan benar
2. Bacalah terlebih dahulu dengan cermat sebelum anda memulai memilihnya
3. Berilah tanda (  $\surd$  ) atau ceklis yang menurut anda jawaban paling benar
4. Mohon untuk memberikan jawaban yang sebenarnya
5. Pernyataan menggunakan skala 1 sampai dengan 4 yang berarti:
6. 1.(STS) = Sangat Tidak Setuju  
2.(TS) = Tidak Setuju  
3.(S) = Setuju  
4.(SS) = Sangat Setuju
7. Terimakasih atas partisipasi anda

#### IDENTITAS RESPONDEN

.....  
Jenis Kelamin: ( ) Pria ( ) Wanita

Usia : ( ) Kurang dari 20 tahun ( ) 20 - 30 tahun ( ) 30 – 40 tahun  
( ) Lebih dari 40 tahun

Seberapa sering Anda melakukan Service di Bengkel Sinar Berlian Auto Graha Cibinong:

- ( ) 1 bulan sekali atau kurang
- ( ) 2-4 bulan
- ( ) 4-6 bulan sekali
- ( ) 6 bulan-1 tahun

Jenis kendaraan Mitshubishi yang dimiliki:

- ( ) Sedan : Gallan, Eterna, Lancer
- ( ) MPV : X Pander, Maven, Delica, Grandis, Kuda, Out lander
- ( ) SUV : Pajero, Strada

KUALITAS PELAYANAN (X)

No	Indikator	Pernyataan		Pilihan Jawaban			
				STS	TS	S	SS
1	Tangible (Penampilan bukti fisik)	1	Fasilitas ruang tunggu bengkel terasa nyaman				
		2	Tempat perbaikan kendaraan terlihat bersih				
		3	Suasana bengkel memberikan dukungan				
		4	Penampilan karyawan rapih				
2	Reliability (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)	5	Waktu penyelesaian pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan				
		6	Ketepatan jam buka Bengkel				
		7	Hasil dari pekerjaan memuaskan				
3	Resvonsivines (Daya tanggap)	8	Kemampuan tanggap dalam menghadapi masalah				
		9	Cepat dan sigap dalam menangani keluhan				
		10	Memberikan pelayanan tanpa diminta				
4	Assurance (Jaminan)	11	Karyawan yang ramah dan sopan pada Konsumen				
		12	Pengetahuan dalam melayani kerusakan kendaraan				
		13	Saya yakin kendaraan saya ditangani dengan baik				
		14	Saya akan melakukan service di bengkel sinar berlian Autograha karena percaya akan pelayanannya				
5	Empaty (Empati)	15	Karyawan menerima keluhan dan saran Konsumen dengan baik				
		16	Informasi yang diberikan karyawan mudah di pahami				
		17	Karyawan paham apa yang di inginkan Konsumen				

KEPUASAAN KONSUMEN (Y)

No	Indikator	Pernyataan		Pilihan Jawaban			
				STS	TS	S	SS
1	Kinerja (performance)	1	Bengkel Sinar Berlian Autogaraha terawat dengan baik				
		2	Kinerja karyawan dapat diandalkan dengan baik				
		3	Karyawan sigap dalam melakukan pelayanan				
		4	Karyawan sopan dalam melayani Konsumen				
		5	Karyawan memahami apa keinginan Konsumen				
2	Harapan Pelanggan	6	Bengkel Sinar Berlian Autograha sesuai dengan kriteria Konsumen				
		7	Karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai harapan Konsumen				
		8	Pelayanan yang diberikan Sinar Berlian Auto Graha sesuai dengan harapan Konsumen				
		9	Karyawan Sinar Berlian Autograha bekerja dengan baik sehingga meyakinkan Konsumennya untuk service kembali				
		10	PT Sinar berlian Auto Graha memahami kebutuhan Konsumen				

*Terimakasih, atas kerjasama yang baik diantara kita. Semoga kesuksesan selalu menyertai Saudara*

Data Ordinal	Variabel X (Kualitas Pelayanan)																	Sumy	
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17		
1	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	41	
2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	45	
3	3	3	2	3	2	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	46	
4	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	53	
5	4	4	4	2	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	52	
6	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	56	
7	3	2	4	3	3	4	3	2	4	2	4	3	3	3	4	4	4	55	
8	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	4	2	3	2	42	
9	2	3	3	4	3	2	4	2	4	4	4	3	3	3	3	2	4	53	
10	2	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	56	
11	3	4	3	4	4	3	4	2	4	4	3	3	2	4	2	4	4	59	
12	2	3	2	4	4	3	3	4	3	2	2	3	2	4	3	3	3	50	
13	2	2	3	3	4	2	3	2	3	2	2	4	3	3	4	2	2	47	
14	2	3	2	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	47	
15	3	2	2	4	2	4	3	3	4	3	2	2	3	4	4	4	4	53	
16	2	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	45	
17	2	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	2	3	2	3	2	2	42	
18	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	59	
19	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	2	4	2	2	3	3	3	47	
20	3	2	2	4	3	3	2	2	2	3	2	4	3	2	3	4	4	48	
21	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	58	
22	3	2	2	4	2	3	3	3	4	3	2	2	3	2	2	3	3	46	
23	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	46	
24	2	3	4	4	2	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	55	
25	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	57	
26	2	2	2	4	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	40	
27	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	3	3	45	
28	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	3	2	4	3	45	
29	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	57	
30	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	40	
31	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	58	
32	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	60	
33	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	61	
34	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	55	
35	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	64	
36	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	
37	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
38	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	2	2	4	3	4	54	
39	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	63	
40	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	56	
41	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	
42	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	57	
43	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	61	
44	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	57	
45	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	64	
46	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	57	
47	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	60	
48	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	54	
49	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	60	
50	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	58	
51	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	2	58	
52	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	52	
53	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	60	
54	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	55	
55	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	62	
56	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	55	
57	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	61	
58	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	53	
59	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	58	
60	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	53	
61	3	4	3	3	2	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	2	4	57	
62	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	57	
63	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	57	
64	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	59	
65	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	61	
66	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	56	
67	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	
68	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	57	
69	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	56	
70	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	61	
71	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	55	
72	4	4	2	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	59	
73	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	54	
74	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	61	
75	3	4	2	3	2	4	2	3	4	2	3	4	2	3	2	2	4	4	55
76	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	2	4	57
77	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	53	
78	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	56	
79	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	57	
80	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	56	
81	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	55	
82	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	59	
83	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	57	
84	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	59	
85	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	55	
86	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	57	
87	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	56	
88	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	61	
89	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	57	
90	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	56	
91	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	4	2	3	3	4	3	54	
92	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	2	4	4	59	
93	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	56	
94	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	62	
95	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	56	
96	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	61	
97	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	59	
98	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	61	
99	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	56	
100	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	4	4	3	4	4	59	
101	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4									

Data Ordinal	Variabel Y (Kepuasan Konsumen)										SumY
	Y1	Y2	Y3	Y4	Pernyataan Nomor					Y10	
responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	SumY
1	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	24
2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	29
3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	25
4	3	3	3	4	2	3	4	2	3	3	30
5	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	27
6	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	32
7	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	35
8	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	26
9	3	2	2	4	3	2	3	2	4	3	28
10	4	3	2	3	2	2	2	3	3	2	26
11	3	4	3	4	3	3	4	4	4	2	34
12	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	29
13	3	4	3	2	2	3	2	4	2	2	27
14	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	27
15	4	4	4	2	2	3	2	3	4	3	30
16	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	33
17	2	3	3	4	2	2	2	2	2	2	24
18	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	27
19	2	3	3	4	3	3	2	3	4	3	30
20	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	35
21	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	33
22	3	2	2	3	4	2	2	2	2	3	25
23	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	28
24	2	3	2	3	2	4	4	2	2	2	26
25	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	33
26	2	3	3	4	3	4	2	3	4	2	30
27	2	4	2	2	3	3	2	3	3	2	26
28	4	3	3	3	2	3	4	3	2	3	30
29	2	3	2	3	2	2	2	4	2	2	23
30	2	3	4	4	4	2	2	4	3	4	32
31	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	32
32	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	33
33	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	34
34	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	33
35	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	37
36	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	33
37	4	3	3	4	4	3	2	4	3	3	33
38	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	35
39	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	34
40	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	35
41	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
42	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	32
43	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	33
44	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	34
45	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	33
46	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	34
47	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34
48	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	35
49	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	33
50	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	33
51	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
52	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	34
53	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3	34
54	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	34
55	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
56	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	32
57	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	34
58	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
59	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	33
60	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32
61	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	32
62	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	33
63	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33
64	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	33
65	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	33
66	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	35
67	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	31
68	3	3	4	3	3	4	4	4	4	2	34
69	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	32
70	3	3	4	3	3	4	2	4	2	4	32
71	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	32
72	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	36
73	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
74	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
75	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
76	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	36
77	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	32
78	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	34
79	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
80	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	37
81	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	31
82	3	3	3	3	4	3	4	2	4	2	31
83	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	34
84	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	33
85	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	33
86	3	3	4	3	3	3	4	3	2	4	32
87	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	32
88	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	35
89	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	34
90	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	35
91	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	30
92	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	37
93	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	30
94	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	34
95	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32
96	3	3	2	4	4	3	4	4	4	3	34
97	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	33
98	3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	34
99	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	32
100	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	31
101	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	36
102	3	4	4	3	3	3	4	4	2	3	33
103	2	4	4	3	4	2	3	3	3	4	32
104	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	35
105	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	32
106	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	33
107	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	37
108	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	33
109	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	37
110	3	3	3	4	3	3	2	4	3	4	33
111	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	35
112	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
113	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	34
114	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	32
115	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
116	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
117	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	35
118	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	36
119	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	31
120	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	31
121	4	4	3	3	3	4	2	3	4	3	33
122	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
123	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	34
124	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	32
125	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	36
126	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	32
127	4	4	4	2	2	4	3	4	4	3	34
128	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	32
129	4	4	3	4	4	2	3	3	4	3	34
130	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	31
131	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	34
132	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	32
133	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	33
134	4	3	3	4	3	2	3	4	4	2	33
135	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	33
136	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
137	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	33
138	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	33
139	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	34
140	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	35
141	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	33
142	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	35
143	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	34
144	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	31
145	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	34
146	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	30
147	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	33
148	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	32
149	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	37
150	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	27