



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi Kasus Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor)

Skripsi

Dibuat Oleh :

Melia Anisah

021114364

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN**

BOGOR

JULI 2018



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN
(Studi Kasus Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor)**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Melia Anisah
021114364

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JULI 2018**

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN

(Studi Kasus Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor)

SKRIPSI

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA.)

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

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi Kasus Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor)

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada Hari : Sabtu Tanggal : 14/Juli/2018

Melia Anisah
021114364

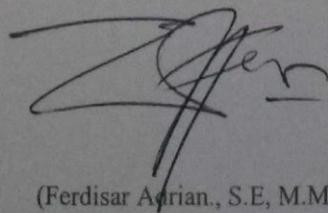
Menyetujui,

Ketua Sidang



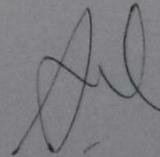
(Hj. Dra. Sri Hartini.,M.M)

Ketua Komisi Pembimbing



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

Anggota Komisi Pembimbing



(Arie Wibowo Irawan ., S.P, M.M)

ABSTRAK

MELIA ANISAH , 0211 14 364, Manajemen Pemasaran, “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan (Studi kasus Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor)”. Dibawah bimbingan FERDISAR ADRIAN sebagai ketua komisi pembimbing dan ARIE WIBOWO IRAWAN sebagai anggota komisi pembimbing. Tahun 2018.

Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor pada tahun 2014-2017 mengalami penurunan jumlah pelanggan regular (servis lebih dari 2 kali dalam setahun) di setiap tahunnya. Penurunan servis motor tersebut tentunya menjadi masalah bagi Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor, oleh karena itu agar tidak mengalami penurunan kembali maka Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor harus memperhatikan kinerja mekanik dan karyawannya.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Untuk memahami kualitas pelayanan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor, (2) Untuk memahami kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor, (3) Untuk memahami hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Sampel yang berjumlah 300 responden. Metode analisis yang digunakan adalah korelasi rank spearman melalui software SPSS versi 23.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut : (1) Kualitas pelayanan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor secara umum mengatakan baik. (2) Kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor secara umum mengatakan puas. (3) Dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis korelasi rank spearman terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan terbukti dari nilai $r = 0,644$ dan kekuatan hubungan kuat ,karena nilai $r = 0.644$ berada diantara nilai $0,600 - 0,799$ (kuat). Kemudian didapat nilai koefisien determinasi sebesar $41,47\%$ hasil dari analisis tersebut menunjukkan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar $41,47\%$. Maka hipotesis yang diajukan diterima yaitu ada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan pada Allah SWT karena atas rahmat dan hidayahNya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor)” dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, kritik dan saran dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Bapak Herdiyana, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M. Selaku Sekretariat Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Bapak Ferdisar Adrian, S.E., M.M. Selaku Ketua Komisi Pembimbing.
5. Bapak Arie Wibowo Irawan, S.P., M.M. Selaku Anggota Komisi Pembimbing.
6. Para dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh studi.
7. Bapak Rizky Permadi selaku Kepala Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor yang telah memberikan izin atas objek yang telah diteliti.
8. Kedua orangtua dan adik saya yang selalu senantiasa memberikan doa, semangat, serta dukungan moral dan material selama ini.
9. Teman-teman saya Chyntia Septiara, Surya Martha, Misara Satian, Zahara Nurrohmah, Titik Iis H, Selly Rahmawati, Destyara Sagita, Viola Oktavani, Dian Nurjanah, Dina Mardiana dan Novesha Fernanda Aurelia.
10. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua yang membutuhkannya. Saran dan kritik yang membangun senantiasa dinantikan untuk memperbaiki segala kekurangan yang ada.

Bogor,
Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| JUDUL | |
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | iii |
| DAFTAR TABEL | vi |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah | 6 |
| 1.2.1. Identifikasi Masalah | 6 |
| 1.2.2. Perumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.3.1. Maksud Penelitian | 6 |
| 1.3.2. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| 1.4.1. Kegunaan Teoritik..... | 7 |
| 1.4.2 . Kegunaan Praktek | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Pengertian Pemasaran | 8 |
| 2.1.1. Fungsi Pemasaran..... | 8 |
| 2.1.2. Konsep Pemasaran | 9 |
| 2.2. Pengertian Jasa | 10 |
| 2.2.1. Karakteristik Jasa | 11 |
| 2.3. Pemasaran Jasa | 12 |
| 2.4. Kepuasan Pelanggan | 13 |
| 2.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan | 13 |
| 2.4.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan | 14 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.4.3. Dimensi untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan | 15 |
| 2.4.4. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan..... | 15 |
| 2.5. Kualitas Pelayanan | 16 |
| 2.5.1. Pengertian Kualitas Pelayanan | 16 |
| 2.5.2. Dimensi Kualitas Pelayanan..... | 17 |
| 2.6. Kajian Penelitian Terdahulu..... | 18 |
| 2.7. Kerangka Pemikiran..... | 21 |
| 2.8. Hipotesis Penelitian..... | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1. Jenis Penelitian..... | 23 |
| 3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian | 23 |
| 3.2.1. Objek Penelitian | 23 |
| 3.2.2. Unit Analisis..... | 23 |
| 3.2.3. Lokasi Penelitian | 23 |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian | 23 |
| 3.4. Operasional Variabel | 24 |
| 3.5. Metode Penarikan Sampel | 25 |
| 3.5.1. Pengujian Instrumen Penelitian..... | 26 |
| 3.6. Metode Pengumpulan Data | 29 |
| 3.7. Metode Penelitian dan Analisis Data | 30 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | |
| 4.1. Hasil Pengumpulan Data..... | 33 |
| 4.1.1. Pengumpulan Data | 33 |
| 4.1.2. Profil Perusahaan | 33 |
| 4.1.3. Kegiatan Usaha | 33 |
| 4.1.4. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas | 34 |
| 4.1.5. Profil Responden..... | 36 |
| 4.2. Analisis Data | 39 |
| 4.2.1. Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor..... | 39 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.2. Tanggapan Responden Kepuasan Pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor..... | 52 |
| 4.2.3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor..... | 60 |
| 4.3. Interpretasi Hasil Penelitian..... | 61 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1. Simpulan..... | 63 |
| 5.2. Saran..... | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Data Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia 2014-2017..... | 2 |
| Tabel 2. Layanan Servis Motor Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor | 3 |
| Tabel 3. Pelanggan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Tahun 2014-2017..... | 4 |
| Tabel 4. Keluhan Pelanggan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor..... | 5 |
| Tabel 5. Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan..... | 24 |
| Tabel 6. Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan | 25 |
| Tabel 7. Data Populasi Pelanggan..... | 26 |
| Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan..... | 27 |
| Tabel 9. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan | 27 |
| Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan | 28 |
| Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan | 28 |
| Tabel 12. Skala Likert Kualitas Pelayanan | 29 |
| Tabel 13. Skala Likert Kepuasan Pelanggan..... | 29 |
| Tabel 14. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi | 31 |
| Tabel 15. Jenis Kelamin Responden | 36 |
| Tabel 16. Usia Responden..... | 37 |
| Tabel 17. Pendidikan Responden..... | 37 |
| Tabel 18. Pekerjaan Responden | 38 |
| Tabel 19. Penghasilan Responden..... | 38 |
| Tabel 20. Tersedia Fasilitas Pendukung (Kantin/Toilet) | 39 |
| Tabel 21. Peralatan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Masih Layak dan Modern | 39 |
| Tabel 22. Penampilan Mekanik Rapi/Menarik | 40 |
| Tabel 23. Mekanik Memberikan Pelayanan Dengan Tepat Waktu | 41 |
| Tabel 24. Mekanik Membantu Memecahkan Masalah/ Keluhan Pelanggan | 41 |
| Tabel 25. Mekanik Memberikan Pelayanan Yang Benar Kepada | |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Pelanggan | 42 |
| Tabel 26. Mekanik Melakukan Tindakan Perbaikan Motor Secara Cepat..... | 43 |
| Tabel 27. Karyawan Bengkel Bersedia Menjawab Berbagai Pertanyaan Dari Pelanggan | 44 |
| Tabel 28. Karyawan Bengkel Selalu Bersedia Membantu Pelanggan Diluar Jam Operasional Kerja..... | 44 |
| Tabel 29. Karyawan Bengkel Selalu Sopan Kepada Pelanggan | 45 |
| Tabel 30. Petugas Perbaikan Motor Adalah Seorang Mekanik Yang Berpengalaman | 46 |
| Tabel 31. Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Memberikan Keamanan Kepada Pelanggan Dalam Melakukan Transaksi | 47 |
| Tabel 32. Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Bertanggung Jawab Atas Kesalahan Yang Merugikan Pelanggan Dengan Memberikan Ganti Rugi..... | 47 |
| Tabel 33. Mekanik Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Menyediakan Waktu Yang Cukup Untuk Pelanggan..... | 48 |
| Tabel 34. Mekanik Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Berkomunikasi Dalam Bahasa Yang Mudah Dimengerti | 49 |
| Tabel 35. Karyawan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Memberikan Perhatian Secara Individual | 50 |
| Tabel 36. Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan | 51 |
| Tabel 37. Karyawan Dan Mekanik Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Memberikan Pelayanan Dengan Cepat Tanggap..... | 52 |
| Tabel 38. Pelayanan Yang Diberikan Sesuai Dengan Kebutuhan Pelanggan | 53 |
| Tabel 39. <i>Spareparts</i> Yang Disediakan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Lengkap | 53 |
| Tabel 40. Selalu Memakai Jasa <i>Service</i> Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Tanpa Mementingkan Harga | 54 |
| Tabel 41. Bersedia Menggunakan Jasa <i>Service</i> Di Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Untuk Masa Yang Akan Datang..... | 55 |
| Tabel 42. Selalu Percaya Menggunakan Jasa <i>Service</i> Di Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor..... | 56 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 43. Mengatakan Hal-Hal Yang Baik / Positif Mengenai Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Kepada Orang Lain Yang Baru Dikenal | 56 |
| Tabel 44. Mereferensikan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Kepada Teman-Teman | 57 |
| Tabel 45. Menyarankan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Kepada Keluarga..... | 58 |
| Tabel 46. Hasil Rata-Rata Kepuasan Pelanggan..... | 59 |
| Tabel 47. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor | 60 |
| Tabel 48. Tingkat korelasi dan kekuatan hubungan..... | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | Hal |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| Gambar 1. Data Jumlah Kendaraan Di Indonesia 2014-2017..... | 1 |
| Gambar 2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel | 22 |
| Gambar 3. Kurva Uji Hipotesis..... | 32 |
| Gambar 4. Struktur Organisasi di Bengkel PT. Sanprima Sentosa Bogor..... | 34 |
| Gambar 5. Kurva Uji Hipotesis..... | 61 |

BAB I

PENDAHULUAN

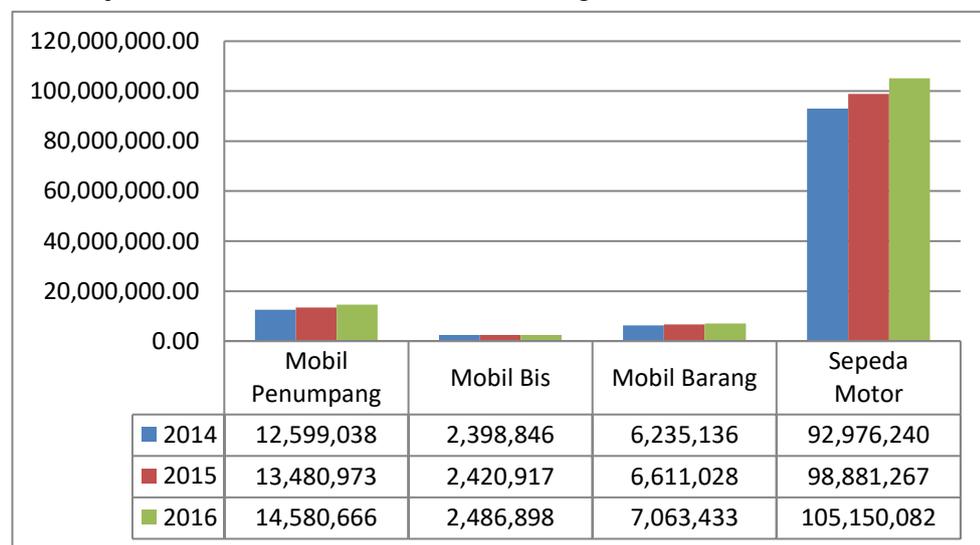
1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi saat ini, teknologi semakin mempermudah manusia dalam berbagai bidang, terutama transportasi. Transportasi merupakan sarana penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian serta mampu mempengaruhi semua aspek kehidupan bangsa dan negara. Pada umumnya transportasi dapat memenuhi kebutuhan manusia sehari-hari untuk menunjang segala macam aktivitas baik itu transportasi darat, transportasi laut, maupun transportasi udara.

Dengan perkembangan dan pemenuhan kebutuhan manusia akan mobilitas dari tempat satu ketempat yang lain semakin meningkat. Sehingga secara otomatis akan meningkatkan kebutuhan alat transportasi terutama alat transportasi yang memiliki tingkat efektivitas dan efisiensi yang tinggi.

Hal ini merupakan peluang bagi para pelaku bisnis dibidang transportasi kendaraan bermotor roda dua atau sepeda motor yang memiliki efektivitas dan efisiensi yang tinggi dibandingkan dengan kendaraan roda empat atau lainnya. Perusahaan sepeda motor mencoba memberikan yang terbaik dan sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan oleh pelanggan.

Berikut data jumlah kendaraan di Indonesia sebagai berikut :



Sumber : <https://www.bps.go.id>

Gambar 1.
Data Jumlah Kendaraan di Indonesia
2014-2016

Dari Gambar 1. diatas menunjukkan bahwa kebutuhan alat transportasi sepeda motor di Indonesia selama 3 (tiga) tahun meningkat dari pada transportasi lainnya,

sehingga menyebabkan intensitas persaingan yang semakin ketat antara perusahaan-perusahaan sepeda motor.

Perusahaan merek sepeda motor di Indonesia terdiri dari beberapa perusahaan, mulai dari PT Astra Honda Motor (Honda), PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (Yamaha), PT Suzuki Indomobil Motor (Suzuki), PT Kawasaki Motor Indonesia (Kawasaki), PT Bajaj Auto Indonesia (Bajaj), PT TVS Motor Company (TVS Motor) dan lain sebagainya.

Berikut data penjualan sepeda motor di Indonesia sebagai berikut :

Tabel 1.
Data Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia
2014-2017

| Merek Sepeda Motor | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Honda | 5.051.100 | 4.453.888 | 4.380.888 | 4.385.888 |
| Yamaha | 2.371.082 | 1.798.630 | 1.394.078 | 1.348.211 |
| Suzuki | 275.067 | 109.882 | 56.824 | 72.191 |
| Kawasaki | 165.371 | 115.008 | 97.622 | 78.637 |
| TVS | 9.575 | 2.747 | 1.873 | 1.176 |
| Total | 7.872.195 | 6.480.155 | 5.931.285 | 5.886.103 |

Sumber : Assosiasi Industri Sepeda Motor (2018)

Dari beberapa merek sepeda motor diatas, menurut Assosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI) PT Astra Honda Motor (Honda) adalah *market leader* di Indonesia dengan perolehan penjualan sebanyak 4.385.888 unit dan menguasai pasar hingga 74,51% per tahun 2017.

Perusahaan produsen PT Astra Honda Motor (Honda) selain menjual produk sepeda motornya juga menjual jasa perbaikan sepeda motor (servis motor) yang ditempatkan di setiap dealer resmi sepeda motor. Dengan tersedianya banyak pilihan tempat servis motor yang terdapat di Indonesia menjadikan pelanggan mempunyai banyak pilihan tempat untuk memperbaiki motornya (servis) sesuai dengan pilihan pelanggan, tentunya yang memiliki kualitas pelayanan yang memuaskan.

Tidak dapat dipungkiri, saat ini orientasi dalam dunia usaha khususnya dalam usaha otomotif bukan lagi fokus terhadap produk saja, melainkan berorientasi pada pelayanan. Pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, maka dari itu perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas demi menarik minat pelanggan serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Menurut Fandy Tjiptono (2013:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat dibandingkan dengan persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan. Semakin baiknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, akan mendorong pelanggan untuk tetap membeli dan mengkonsumsinya, karena mereka dapat merasakan kepuasan dari produk yang dibelinya dan tentunya menambah rasa percaya terhadap produk tersebut.

Menurut Ali Hasan (2008:58), kepuasan pelanggan timbul dari adanya respon emosional terhadap produk yang digunakan, khususnya ketika mereka membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Pelanggan yang puas akan nilai-nilai yang ditawarkan pemasar sehingga memiliki pengalaman pribadi yang dirasakan saat berinteraksi dengan produk barang atau jasa termasuk pengalaman atas pelayanan yang diberikan.

Di Bogor selain julukan sebagai kota hujan sekarang menjadi kota dengan padatnya transportasi khususnya kendaraan roda dua, per 2016 jumlah kendaraan roda dua/sepeda motor sebanyak 1.332.133 untuk daerah kabupaten bogor, dan 360.923 untuk daerah kota bogor (*Sumber: jabar.bps.co.id*).

PT Sanprima Sentosa adalah bengkel resmi sepeda motor honda yang memiliki istilah pengembangan jaringan bisnis, yaitu jaringan H1 adalah penjualan unit sepeda motor Honda (*showroom*), jaringan H2 yaitu layanan perawatan dan perbaikan sepeda motor dan jaringan H3 yaitu penjualan berbagai suku cadang (*sparepart*) sepeda motor . PT Sanprima Sentosa berdiri sejak 22 Juni tahun 2005 dengan lokasi bengkel di Jl. Raya Pemda Karadenan No 96 Bogor. Kemudian pada tanggal 1 Desember tahun 2008 lokasi bengkel pindah ke Jl. Jendral Sudirman No 52 Bogor, dengan jumlah karyawan 21 orang.

Berikut layanan servis sepeda motor yang tersedia pada bengkel PT Sanprima Sentosa:

Tabel 2.
Layanan Servis Motor Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor

| No | Paket Service Motor |
|----|------------------------------------|
| 1 | Servis Ringan |
| 2 | Servis Besar |
| 3 | Servis Lengkap |
| 4 | Penggantian Oli Mesin/Shockbreaker |
| 5 | Penggantian Rantai Mesin |
| 6 | Penggantian Kampas Kopling |
| 7 | Penggantian Kampas Rem |

| | |
|-----------|------------------------------|
| 8 | Pemasangan Ban |
| 9 | Perbaikan Kabel/ Kelistrikan |
| 10 | Penggantian Knalpot |

Sumber : Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor (2017)

Bengkel sepeda motor honda PT Sanprima Sentosa perlu meningkatkan mutu kualitas pelayanan servis motornya guna mempertahankan kepercayaan pelanggan serta dapat bersaing dengan tempat servis motor sejenis lainnya. Maka dari itu untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan penelitian lebih lanjut mengenai kepuasan pelanggan perlu dilakukan guna untuk mengetahui pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Berikut ini merupakan data jumlah pelanggan servis motor pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor selama tahun 2014-2017 :

Tabel 3.
Pelanggan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor
Tahun 2014-2017

| Tahun | Data Pelanggan | | Jumlah |
|-------------|-------------------|-----------------------|--------|
| | Pelanggan Reguler | Pelanggan Non Reguler | |
| 2014 | 2.910 | 13.971 | 16.881 |
| 2015 | 2.777 | 13.009 | 15.786 |
| 2016 | 2.474 | 14.782 | 17.256 |
| 2017 | 1.990 | 13.357 | 15.347 |

Sumber : Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor (2017)

Keterangan:

- Pelanggan Reguler : Pelanggan yang melakukan servis motor > 2 kali per setahun
- Pelanggan Non Reguler : Pelanggan yang melakukan servis motor < 2 kali per setahun

Dari data jumlah pelanggan diatas terjadi penurunan jumlah pelanggan reguler bengkel setiap tahunnya, hal tersebut tentunya menjadi masalah bagi bengkel PT Sanprima Sentosa, walaupun data jumlah pelanggan non regular pada tahun 2016 mengalami kenaikan karena bengkel PT Sanprima Sentosa memberikan program potongan biaya jasa mekanik sebesar 20% kepada pelanggan dan potongan biaya jasa mekanik untuk pengemudi ojek online sebesar 10% di hari-hari tertentu. Dengan penurunan ini di duga bengkel PT Sanprima Sentosa mengalami masalah dalam kepuasan pelanggannya. Bengkel PT Sanprima Sentosa harus memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar tidak mengalami penurunan kembali. Adapun penyebab penurunan servis motor di Bengkel PT Sanprima Sentosa dikarenakan terdapat berbagai keluhan dari pelanggan.

Berikut penelitian sementara terhadap 30 pelanggan reguler bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 4.
Data Keluhan Pelanggan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor

| Indikator | Jenis Keluhan | Rata-rata | Target |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------|
| Bukti Nyata (Tangible) | Penampilan mekanik rapi/menarik | 2,67 | 3,00 |
| Kehandalan (Reliability) | Mekanik memberikan pelayanan dengan teliti dan tepat sesuai masalah/keluhan | 2,60 | |
| Daya Tanggap (Responsiveness) | Karyawan bengkel PT Sanprima Sentosa menangani pelanggan dengan cepat dan tanggap | 2,57 | |
| Jaminan (Assurance) | Petugas perbaikan motor adalah seorang mekanik yang berpengalaman | 2,63 | |
| Empati (Emphaty) | Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor selalu menyelesaikan/ mencari solusi atas keluhan pelanggan | 2,70 | |
| Jumlah | | 13,17 / 5 | |
| Rata-Rata | | 2,634 | |

Sumber : Hasil Survey Peneliti (2018)

Keterangan :

Skala 1 : Tidak Setuju, Skala 2 : Cukup Setuju, Skala 3 : Setuju, Skala 4 : Sangat Setuju

Berdasarkan Tabel 4. Diatas maka terlihat bahwa rata-rata keseluruhan data keluhan pelanggan yaitu 2,634 dan berada di bawah target perusahaan 3,00 yang artinya pelanggan kurang puas akan pelayanan yang diberikan oleh bengkel PT Sanprima Sentosa. Dengan rata-rata yang paling terendah 2,57 yaitu karyawan bengkel PT Sanprima Sentosa menangani pelanggan dengan cepat dan tanggap, kemudian rata-rata 2,60 yaitu mekanik memberikan pelayanan dengan teliti dan tepat sesuai masalah/keluhan, kemudian rata-rata 2,63 yaitu petugas perbaikan motor adalah seorang mekanik yang berpengalaman, kemudian rata-rata 2,67 yaitu penampilan mekanik rapi/menarik. Dan yang terakhir rata-rata 2,70 yaitu bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor selalu menyelesaikan/ mencari solusi atas keluhan pelanggan.

Berdasarkan data keluhan tersebut mengidentifikasi bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel PT Sanprima Sentosa belum maksimal. Oleh sebab itu dalam upaya menghadapi persaingan yang semakin ketat, Bengkel PT Sanprima Sentosa harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas, tempat yang memadai untuk para pelanggan, tingkat keamanan bagi para pelanggan, serta

harus memberikan hasil yang maksimal agar para pelanggan merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan dari perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan penelitian yang berjudul “**Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PT Sanprima Sentosa Bogor)**”

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, saat ini orientasi dalam dunia usaha khususnya dalam usaha otomotif bukan lagi fokus terhadap produk saja, melainkan berorientasi pada pelayanan, dengan banyaknya bengkel ahass dengan pengembangan jaringan bisnis H1, H2 dan H3 menimbulkan persaingan yang semakin ketat sehingga pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang kepuasan pelanggan. Semakin baiknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, akan mendorong pelanggan untuk tetap membelinya. Dengan pelanggan merasa puas atau bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan akan menjadi modal utama bagi kesuksesan sebuah perusahaan.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor ?
3. Bagaimana hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor ?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini dilakukan adalah untuk menganalisis keterkaitan atau hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan, menyimpulkan hasil penelitian, serta memberikan saran yang dapat menghilangkan penyebab timbulnya masalah.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk memahami kualitas pelayanan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.
2. Untuk memahami kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.
3. Untuk memahami hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai manajemen pemasaran, khususnya dalam hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

1.4.2. Kegunaan Praktek

Dalam penelitian ini adalah untuk membantu memecahkan masalah yang ada di lokasi yang diteliti yang dapat berguna bagi pengambilan keputusan manajemen dan usaha oleh Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak sebuah perusahaan dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Berikut ini beberapa pengertian mengenai pemasaran:

Menurut Phillip Kotler dan Gary Armstrong (2012:29) Pemasaran adalah *“The process by which companies create value for customer and build strong relationship with customer in order to capture value from customer in return”*. Yang artinya proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk memperoleh nilai dari pelanggan yang merupakan imbalan.

Menurut Stanton (2011:15) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada konsumen atau pembeli yang ada maupun potensial.

Menurut Harman Malau (2017:2) Pemasaran adalah aktivitas, mengatur lembaga, dan proses untuk menciptakan, berkomunikasi, memberikan dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya.

Menurut Mursid (2010:26) Pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen.

Sedangkan menurut Maynard dan Beckman (2011:1) Pemasaran adalah *“Marketing embraces all business activities involved in the flow of goods and service from physical production to consumption”*. Yang artinya pemasaran adalah segala usaha yang meliputi penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses yang dilakukan setiap perusahaan dengan tujuan mempromosikan barang dan jasa perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2.1.1. Fungsi Pemasaran

Didalam melakukan kegiatan pemasaran, terdapat beberapa fungsi pemasaran yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penjualan.

Menurut Deliyanti Oentoro (2012:3) terdapat 3 (tiga) fungsi pemasaran, diantaranya :

1. Fungsi Pertukaran

Dengan pemasaran, pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan agar tidak terjadi kekurangan saat dibutuhkan.

3. Fungsi Perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktifitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktifitas fungsi perantara lain pengurangan resiko, pembiayaan pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk.

2.1.2. Konsep Pemasaran

Berikut ini penjabaran mengenai konsep dalam pemasaran Sofjan Assauri yang dikutip oleh Danang Sunyoto (2012:27) :

1. Konsep Produksi (*Production Concept*)

Konsep produksi adalah suatu orientasi manajemen yang menganggap bahwa konsumen akan menyenangi produk-produk yang telah dapat tersedia dan dapat dibeli.

2. Konsep Produk (*Product Concept*)

Konsep produk adalah orientasi manajemen yang menganggap konsumen akan lebih tertarik pada produk-produk yang ditawarkan dengan mutu yang terbaik pada tingkat harga tertentu.

3. Konsep Penjualan (*Selling Concept*)

Konsep penjualan adalah orientasi manajemen yang menganggap konsumen akan melakukan atau tidak melakukan pembelian produk-produk perusahaan didasarkan atas pertimbangan usaha-usaha nyata yang dilakukan untuk menggugah atau mendorong minat akan produk tersebut.

4. Konsep Pemasaran (*Marketing Concept*)

Konsep pemasaran orientasi manajemen yang menekankan bahwa kunci pencapaian tujuan organisasi terdiri dari kemampuan organisasi (perusahaan) menentukan kebutuhan dan keinginan pasar yang dituju dan kemampuan

organisasi tersebut memenuhinya dengan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari para pesaing.

5. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan (*The societal Marketing Concept*)

Konsep pemasaran kemasyarakatan adalah suatu orientasi manajemen yang menekankan bahwa tugas utama perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan dari pasar yang dituju dan mengusahakan agar perusahaan dapat menyerahkan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari pada pesaingnya dalam meningkatkan dan melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat.

6. Konsep Pemasaran Global (*The global Marketing Concept*)

Konsep ini manajer eksekutif berupaya memahami semua faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran melalui manajemen strategiknya yang mantap. Sedangkan tujuan akhirnya berupa untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

2.2. Pengertian Jasa

Pada era modern ini, perusahaan tidak lagi hanya berfokus pada keunggulan suatu barang saja, melainkan berfokus pada jasa atau pelayanan yang terdapat pada barang tersebut.

Pengertian Jasa menurut Gunawan Adisaputro (2010:183) Jasa adalah setiap perbuatan ataupun kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak tampak (*intangible*) dan tidak mengakibatkan adanya perpindahan kepemilikan atas sesuatu. Proses produksinya bisa terikat atau tidak terikat pada sesuatu produk fisik.

Menurut Harman Malau (2017:59) Jasa adalah layanan aktivitas yang tidak memiliki fisik, tidak bisa diraba dan tidak terlihat oleh mata yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lain.

Menurut Lupiyoadi (2014:7) Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Menurut Christopher Lovelock (2011:5) "*A service is an act or performance offered by one party to another, Although the process may be tied to physical product, the performance essentially intangible and does not normally result in ownership of any of the factors of production*". Yang artinya layanan tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain. Meskipun proses dapat dikaitkan dengan produk fisik, kinerja tidak berwujud penting dan tidak bisa berpindah kepemilikan dari salah satu faktor produksi.

Kemudian menurut Stanton dalam Buchari Alma (2011:243) “*Service are those separately identifiable, essentially intangible activities that provide want-satisfaction, and that are not necessarily tied to the sale of a product or another service. To produce a service may not require the use of tangible goods. However, when such use is required, there is no transfer of the title(permanent ownership) of these tangible goods*”. Yang artinya sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka, jasa pada dasarnya sebagai berikut:

- a. Suatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
- b. Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik.
- c. Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan

2.2.1. Karakteristik Jasa

Sifat-sifat khusus jasa yang menyatakan “diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan” perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam merancang program pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:223) karakteristik jasa terdiri dari 4 (empat) ciri utama, sebagai berikut:

1. Tidak Berwujud

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud. Tidak seperti halnya produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar dan dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut, maka para calon pembeli akan mencari tanda atau bukti dari mutu jasa. Konsumen mencari bukti kualitas pelayanan jasa berdasarkan 6 (enam) hal berikut ini:

a. Tempat (*Place*)

Tempat yang mendukung seperti kebersihan yang terjaga, kenyamanan untuk konsumen dan suasana yang mendukung.

b. Orang (*People*)

Orang yang menangani mampu melaksanakan tugas dengan baik. Sudah terlatih, cepat dalam menangani masalah dan lain-lain.

c. Peralatan (*Equipment*)

Peralatan penunjang seperti komputer, meja, mesin fax dan lain sebagainya.

d. Komunikasi Material (*Communication Material*)

Bukti-bukti berupa teks tertulis dan foto, misalnya kontrak dan hasil jadi dalam foto

e. Simbol (*Symbol*)

Nama dan simbol pemberi jasa mencerminkan kemampuan dan kelebihanannya dalam melayani konsumen

f. Harga (*Price*)

Harga yang masuk akal dan dapat pula dipadukan dengan berbagai macam promosi penjualan, seperti bonus, diskon dan lain-lain.

2. Bervariasi (*variability*)

Jasa bersifat non standard dan sangat variabel. Berbeda dengan kualitas produk fisik yang sudah terstandar, kualitas pelayanan jasa bergantung kepada siapa penyediannya, kapan, dimana, dan bagaimana jasa itu diberikan. Oleh karena itu jasa sangat bervariasi dan berbeda satu dengan lainnya.

3. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen didalamnya.

4. Tidak Dapat Disimpan (*Perishability*)

Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh si penerimanya. Karakteristik seperti ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dahulu, disimpan dan dipergunakan lain waktu.

2.3. Pemasaran Jasa

Industri jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan pertumbuhannya pun sangat pesat. Pertumbuhan tersebut selain diakibatkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya jenis jasa baru, sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan zaman. Dipandang dari segi konteks globalisasi, pesatnya pertumbuhan bisnis jasa antar negara ditandai dengan meningkatnya intensitas pemasaran lintas negara serta terjadinya aliansi berbagai penyedia jasa di dunia,

Perkembangan tersebut pada akhirnya mampu memberikan tekanan yang kuat terhadap perombakan regulasi, khususnya pengenduran proteksi dan pemanfaatan teknologi baru yang secara langsung akan berdampak pada menguatnya kompetisi dalam industri (Lovelock yang dikutip oleh Ratih Hurriyati, 2015:41). Kondisi ini secara langsung menghadapkan para pelaku bisnis kepada permasalahan persaingan usaha yang semakin tinggi. Mereka dituntut untuk mampu mengidentifikasi bentuk persaingan yang akan dihadapi, menetapkan berbagai standar kinerjanya serta mengenali secara baik para pesaingnya (Grant dan Smith yang dikutip oleh Ratih Hurriyati, 2015:41).

Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan berbagai industri seperti perbankan, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, retail, konsultan, dan pengacara. Selain itu, terlihat juga dari maraknya organisasi nirlaba seperti LSM, lembaga pemerintah, rumah sakit, perguruan tinggi yang kini semakin menyadari perlunya peningkatan orientasi kepada pelanggan atau konsumen. Perusahaan manufaktur kini juga telah menyadari perlunya elemen jasa pada produknya sebagai upaya peningkatan *competitive advantage* bisnisnya. Implikasi penting dari

fenomena ini adalah makin tingginya tingkat persaingan, sehingga diperlukan manajemen pemasaran jasa yang berbeda dibandingkan dengan pemasaran tradisional (barang) yang telah dikenal selama ini.

Menurut Payne yang dikutip oleh Ratih Hurriyati (2015:42) Pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan demikian manajemen pemasaran jasa merupakan proses penyaluran sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar. Pemasaran memberi perhatian pada hubungan timbal balik yang dinamis antara produk dan jasa perusahaan, keinginan dan kebutuhan pelanggan serta kegiatan-kegiatan para pesaing.

Fungsi pemasaran terdiri dari 3 komponen kunci yaitu sebagai berikut :

- a. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*)
Merupakan unsur-unsur internal penting yang membentuk program pemasaran sebuah organisasi.
- b. Kekuatan Pasar
Merupakan peluang dan ancaman eksternal dimana operasi pemasaran sebuah organisasi berinteraksi.
- c. Proses Penyaluran
Merupakan proses strategik dan manajerial untuk memastikan bahwa bauran pemasaran jasa dan kebijakan-kebijakan internal organisasi sudah layak untuk menghadapi kekuatan pasar.

Program pemasaran adalah mengintegrasikan unsur-unsur bauran pemasaran agar dapat memastikan keselarasan yang terbaik antara kemampuan internal dan lingkungan pasar eksternal.

2.4. Kepuasan Pelanggan

2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Jasa yang berkualitas mempunyai peran penting untuk membentuk kepuasan pelanggan, semakin berkualitas jasa yang diberikan maka kepuasan yang disarankan oleh pelanggan semakin tinggi dan dapat menimbulkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Berikut merupakan pengertian kepuasan pelanggan menurut beberapa para ahli :

Menurut Kotler, Veronica Wong, John Saunders, dan Armstrong (2005:10), *customer satisfaction The extent to which a product's perceived performance matches a buyer's expectations. If the product's performance falls short of expectations, the buyer is dissatisfied. If performance matches or exceeds expectations, the buyer is satisfied or delighted.*

Menurut Zeithmal, Bitner dan Gremler (2013:80), *Customer satisfaction as an evaluation of the customer of the product or service in terms of whether the product*

or service has met the needs or expectations of the customer. Failure to meet customer needs and expectations will result in customer dissatisfaction with the product or service.

Menurut Ali Hasan (2008:58), kepuasan pelanggan timbul dari adanya respon emosional terhadap produk yang digunakan, khususnya ketika mereka membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Handi Irawan (2008:3), kepuasan pelanggan merupakan hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa, pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut.

Sedangkan menurut Zulian Yamit (2013:78), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya”.

Berdasarkan pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan pelanggan dengan persepsi pelayanan yang diterima. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas.

2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Handi Irawan (2008:20), mengatakan bahwa terdapat beberapa faktor-faktor mendorong kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan, komponen atau driver pembentuk kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan terutama untuk industri jasa.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, akan cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan bukan karena kualitas produk tersebut tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek produk tertentu.
4. Harga, dengan harga yang relatif murah dan produk berkualitas tentunya memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung merasa puas terhadap produk dan jasa tersebut.

2.4.3. Dimensi untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009:140), perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur karena salah satu kunci untuk

mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sayang puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan, dan biaya pelayanannya lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi menjadi hal rutin.

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Fandy Tjiptono (2008:101), atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan
Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali
Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
3. Kesediaan merekomendasikan
Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

2.4.4. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan perlu dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui kinerja perusahaan menurut sudut pandang konsumen. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan, karena dengan mengukur tersebut dapat memberikan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

Beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Ali Hasan (2013:106), metode yang dapat digunakan mengukur kepuasan pelanggan adalah sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran
Organisasi yang berorientasi pelanggan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan saran secara langsung. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga untuk direspons dengan cepat untuk mengatasi keluhan pelanggan.
2. *Ghost Shopping*
Metode efektif ini jika para manajer perusahaan bersedia sebagai *ghost shoppers* untuk mengetahui secara langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan pelanggan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa berhenti atau pindah pemasok. Hasil ini dapat digunakan untuk mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Pemantauan *customer loss rate* penting, karena peningkatan *customer loss rate* berarti ada kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Lembaga riset independen melakukan penelitian penelitian dengan menggunakan metode survei kepuasan pelanggan. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan langsung dari pelanggan.

2.5. Kualitas Pelayanan

2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan saat ini sangat diperlukan oleh setiap perusahaan, guna untuk mencapai kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan harus memenuhi harapan-harapan setiap konsumen dan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen.

Menurut Tai dan Chew (2012:38), *The quality of service is very difficult in imitating competitors, because it is not a real object. Technology and machines can not rely on the quality of your service, because services are usually given by humans that are almost impossible to standardize. They have their own thoughts and do not always do what they are told.*

Menurut Christopher Lovelock (2011:21) *service quality is “consistently meeting or exceeding customer expectations”*. Kemudian menurut Philip Kotler (2014:57) kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat.

Menurut Parasuraman, Berry dan Zeithaml dalam Lupiyoadi (2013:181) kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dengan kenyataan para konsumen atas layanan yang mereka terima.

Menurut Ginting (2011:129), Kualitas pelayanan adalah membandingkan empat sifat jasa ketika menyusun rencana pemasaran jasa, yaitu *intangibility*, *inseparability*, *variability*, dan *perishability*.

Selanjutnya menurut Fandy Tjiptono (2013:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan menurut para ahli diatas maka, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu ciri atau sifat produk yang memiliki tingkat

keunggulan serta diharapkan mampu memenuhi berbagai persyaratan dan keinginan pelanggan.

2.5.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Etta Mamang Sangadji & Sopiah (2013:100) dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima), yaitu :

1. **Kehandalan (*Reliability*)**
Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu, dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.
2. **Daya Tanggap (*Responsiveness*)**
Yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
3. **Jaminan (*Assurance*)**
Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-ruguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.
4. **Empati (*Emphaty*)**
Meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.
5. **Produk-produk Fisik (*Tangible*)**
Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

Menurut Kotler (2012:284) dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, yaitu :

1. **Berwujud (*Tangible*)**
Yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik. Seperti gedung, fasilitas serta penampilan dari karyawan perusahaan.
2. **Kehandalan (*Reliability*)**
Yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat serta konsisten.
3. **Kepastian (*Assurance*)**
Yaitu berupa kemampuan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.
4. **Cepat Tanggap (*Responsiveness*)**
Yaitu kemampuan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan, memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen.
5. **Empati (*Emphaty*)**

Yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Contohnya yaitu memberikan solusi terhadap keluhan pelanggan.

Selanjutnya menurut Lovelock (2011:22) dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 5 hal, yaitu :

1. *Tangible*
The ability of a company to demonstrate its existence to eksternal parties.
2. *Reliability*
The company's ability to provide services to the promise of accurate and reliable.
3. *Responsiveness*
Is a policy to assist and provide services quickly and precisely to the customer with clear information delivery.
4. *Assurance*
Knowledge is the politeness and the ability of the company employees to gain confidence of the customers to the company.
5. *Emphaty*
A gift of genuine concern and a private individual or given to customers by striving to understand the desires of customers.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai dimensi kualitas pelayanan, dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) hal, yaitu :

1. Bukti Fisik (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Emphaty*)

2.6. Kajian Penelitian Terdahulu

| Peneliti | Judul Penelitian | Variabel | Metode Analisis |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Erdha Ervinna Putri Ningrum (2017) | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan melakukan <i>service</i> pada bengkel sepeda motor AHASS Tanjungtani Prambon Nganjuk. | 1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Pelanggan | Teknik penelitian analisis kausal. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan <i>accidental sampling</i> dan sampel yang digunakan sebanyak 75 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah memberikan kuesioner/angket secara |

| | | | |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | langsung kepada responden dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan <i>software SPSS for windows versi 23</i> . |
| Muhammad Fakhri Nugroho (2016) | Pengaruh <i>service quality</i> terhadap kepuasan konsumen Honda Utama Motor Yogyakarta. | 1. Independen : <i>Service Quality</i> 2. Dependen : Kepuasan Konsumen | Sampel sebanyak 170 responden ditentukan dengan metode purposive sampling. Instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil ini menunjukkan variabel tersebut layak digunakan dalam model penelitian. Hasil ini didukung dengan perolehan tingkat koefisien korelasi sebesar 78,3%. Kondisi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. |
| Anjar Tri Wahyuni (2016) | Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen (studi kasus pada bengkel di Dealer Yamaha Al Handoko Sedati Sidoarjo). | 1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Konsumen | Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah korelasi <i>rank spearman</i> . Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh dengan kepuasan |

| | | | |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | konsumen. |
| Edy Mulyanto (2011) | Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Ajisaka Motor Kudus | 1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Pelanggan | Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 100 orang pelanggan Bengkel Ajisaka Motor yang diperoleh dengan menggunakan teknik <i>accidental sampling</i> . Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji <i>Goodness of Fit</i> melalui uji F dan uji t serta koefisien determinasi (R^2). |
| DA Mandala (2012) | Analisa Kepuasan Konsumen dengan Kualitas Pelayanan Bengkel Resmi Honda AHASS Terang Anugerah. | 1. Independen : Kepuasan Konsumen 2. Dependen : Kualitas Pelayanan | Sampel pada penelitian ini adalah konsumen service motor yang dipilih secara acak (random sampling). Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah korelasi rank spearman. Dari 5 variabel independen yang diuji daya tanggap merupakan variabel yang paling dominan dengan koefisien 0,718. |

2.7. Kerangka Pemikiran

Memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh penyedia layanan servis motor, karena pelanggan merupakan aset yang berharga dalam kemajuan perusahaan. Dalam persaingan yang semakin tajam diantara perusahaan saat ini, maka kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dimana perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan agar mereka puas khususnya pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.

Menurut pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan pelanggan dengan persepsi pelayanan yang diterima. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas.

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Fandy Tjiptono (2008:101), atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

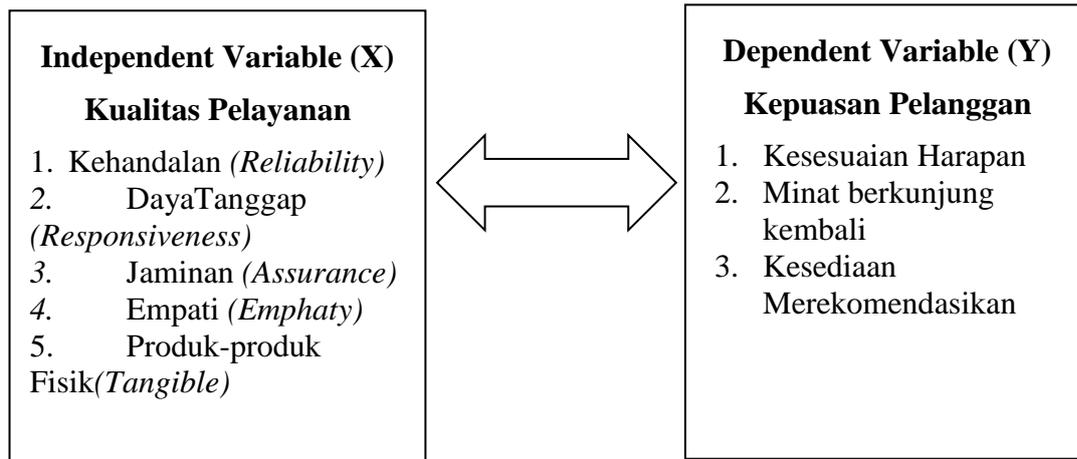
1. Kesesuaian harapan
Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali
Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
3. Kesediaan merekomendasikan
Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

Menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu ciri atau sifat produk yang memiliki tingkat keunggulan serta diharapkan mampu memenuhi berbagai persyaratan dan keinginan pelanggan.

Menurut pendapat para ahli mengenai dimensi kualitas pelayanan, dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) hal, yaitu :

1. Bukti Fisik (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Emphaty*)

Dari indikator pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut akan menjadi acuan utama dalam kerangka berfikir penelitian ini, sebagaimana dapat dilihat pada berikut ini:



Gambar 2.

Konstelasi Hubungan Antar Variabel

2.8. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan di Bengkel Ahass PT Sanprima Sentosa Bogor kurang baik.
2. Kepuasan Pelanggan di Bengkel Ahass PT Sanprima Sentosa Bogor kurang puas.
3. Terdapat hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Bengkel Ahass PT Sanprima Sentosa Bogor.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian verifikatif dengan metode penelitian *explanatory survey*. Teknik penelitian yang digunakan adalah statistik inferensial.

3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independent dengan indikator Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*) dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel dependent dengan indikator Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali dan Kesiediaan Merekomendasikan.

3.2.2. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini individual yaitu pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.

3.2.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman No 52 Bogor.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif yaitu data yang diperoleh dari menyebar kuesioner untuk memperoleh tanggapan dan persepsi dari pelanggan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu :

1. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari unit analisis
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dan terkait dengan penelitian ini. Data ini diperoleh dari beberapa sumber seperti : catatan atau dokumentasi perusahaan, jurnal-jurnal, internet, dll.

3.4. Operasional Variabel

Tabel 5.
Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan

| Variabel | Indikator | Ukuran | Skala |
|---------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Kualitas Pelayanan | BuktiNyata (Tangible) | <ul style="list-style-type: none"> • Tersedia fasilitas pendukung (kantin/toilet) • Peralatan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor masih layak dan modern • Penampilan mekanik rapi/menarik • Karyawan bengkel memberikan pemahaman atas keluhan pelanggan | Ordinal |
| | Kehandalan (Reliability) | <ul style="list-style-type: none"> • Mekanik memberikan pelayanan dengan tepat waktu • Mekanik membantu memecahkan masalah/keluhan pelanggan • Mekanik memberikan pelayanan yang benar kepada pelanggan | |
| | DayaTanggap (Responsiveness) | <ul style="list-style-type: none"> • Mekanik melakukan tindakan perbaikan motor secara cepat • Karyawan bengkel bersedia menjawab berbagai pertanyaan dari pelanggan • Karyawan bengkel selalu bersedia membantu pelanggan diluar jam operasional kerja | |
| | Jaminan (Assurance) | <ul style="list-style-type: none"> • Karyawan bengkel selalu sopan kepada pelanggan • Petugas perbaikan motor adalah seorang mekanik yang berpengalaman • Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan keamanan kepada pelanggan dalam melakukan transaksi • Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor bertanggung jawab atas kesalahan yang merugikan pelanggan dengan memberikan ganti rugi | |
| | Empati (Empathy) | <ul style="list-style-type: none"> • Mekanik bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor menyediakan waktu yang cukup kepada pelanggan • Mekanik bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti • Karyawan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan perhatian secara individual | |

Tabel 6.
Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

| Variabel | Indikator | Ukuran | Skala |
|---------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Kepuasan Pelanggan | Kesesuaian Harapan | <ul style="list-style-type: none"> • Karyawan dan mekanik bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan pelayanan dengan cepat tanggap • Pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan • <i>Spareparts</i> yang disediakan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor lengkap | Ordinal |
| | Minat Berkunjung Kembali | <ul style="list-style-type: none"> • Selalu memakai jasa <i>service</i> bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor tanpa mementingkan harga • Bersedia menggunakan jasa <i>service</i> di bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor untuk masa yang akan datang • Selalu percaya menggunakan jasa <i>service</i> di bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor | |
| | Kesediaan Merekomendasikan | <ul style="list-style-type: none"> • Mengatakan hal-hal yang baik / positif mengenai bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada orang lain yang baru dikenal • Mereferensikan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada teman-teman • Menyarankan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada keluarga | |

3.5. Metode Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2010:62), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Penarikan sampel pada penelitian ini dihitung dengan rumus slovin sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kesalahan pengambilan sampel untuk penelitian ini sebesar 5%

Dari data diperoleh populasi pelanggan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor tahun 2017. Ukuran sampel yang diambil pada penelitian ini sebesar :

Tabel 7.

Data Populasi Pelanggan

| Tahun 2017 | Jumlah Pelanggan |
|--------------------|-------------------|
| Januari – Desember | 15.347 |
| | 15.347 / 12 bulan |
| Rata-rata | 1.279 |

$$n = \frac{1.279}{1 + 1.279 (0,05)^2}$$

$$n = 304,70 = 300 \text{ orang}$$

Maka sampel dibulatkan menjadi 300 orang. Metode penarikan sampel yang dipakai dalam penelitian adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

3.5.1 Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2015:353), Uji Validitas adalah tingkat kekandalan dan keabsahan alat ukur yang digunakan. Instrument dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi (r) antara skor masing-masing pernyataan dengan total skor. Setelah itu dilakukan perbandingan antara r hitung dengan r tabel. Untuk menguji validitas, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor butir dengan rumus pearson product moment.

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka variabel tersebut valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid

Pengujian validitas menggunakan rumus korelasi product moment (Pearson). Kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel untuk 5% atau $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan/degree of freedom ($df = n - 2$) sehingga di dapat r tabel. Untuk pernyataan dengan koefisien korelasi r hitung $>$ r tabel maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Jumlah responden yang digunakan untuk uji validitas sebanyak 30 orang, maka nilai r tabel dapat ditentukan dari :

$$df = n - 2 (30 - 2 = 28)$$

Nilai r tabel dengan $df = 28$ adalah 0,361. Jika r hitung $>$ 0,361 maka item pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 8.

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

| Item Pertanyaan | Nilai r hitung | Nilai r tabel | Keterangan |
|----------------------------|---------------------------|----------------------|-------------------|
| Pertanyaan 1 | 0.514 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 2 | 0.433 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 3 | 0.444 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 4 | 0.358 | 0,361 | Tidak Valid |
| Pertanyaan 5 | 0.554 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 6 | 0.601 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 7 | 0.536 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 8 | 0.509 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 9 | 0.415 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 10 | 0.629 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 11 | 0.405 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 12 | 0.385 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 13 | 0.472 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 14 | 0.586 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 15 | 0.412 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 16 | 0.497 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 17 | 0.453 | 0,361 | Valid |

Sumber : Hasil Analisis (2018)

Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas kualitas pelayanan diatas dapat diketahui dengan diuji kepada 30 responden dinyatakan 16 pertanyaan valid dan 1 pertanyaan tidak valid.

Tabel 9.

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

| Item Pertanyaan | Nilai r hitung | Nilai r tabel | Keterangan |
|------------------------|-----------------------|----------------------|-------------------|
| Pertanyaan 1 | 0.573 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 2 | 0.589 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 3 | 0.405 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 4 | 0.641 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 5 | 0.367 | 0,361 | Valid |

| | | | |
|--------------|-------|-------|-------|
| Pertanyaan 6 | 0.445 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 7 | 0.616 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 8 | 0.799 | 0,361 | Valid |
| Pertanyaan 9 | 0.739 | 0,361 | Valid |

Sumber : Hasil Analisis (2018)

Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas kepuasan pelanggan diatas dengan diuji kepada 30 responden dinyatakan 9 pertanyaan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji *statistic* yang digunakan dengan menentukan reliabilitas pada serangkaian pertanyaan dalam mengukur suatu variabel, untuk mengetahui apakah suatu variabel reliabel atau tidak digunakan, uji *Cronbach Alpha* (α), yaitu untuk menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran. Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien Alpha lebih besar dari pada r tabel. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

Uji Reliabilitas adalah untuk menguji apakah skala pengukuran dalam kuesioner tersebut akurat, digunakan uji reliabilitas *Croanbach's Alpha*. Apabila nilai *Croanbach's Alpha* $< 0,60$ maka kuesioner tersebut tidak reliable sedangkan jika nilai *Croanbach's Alpha* $> 0,60$ maka kuesioner tersebut reliable.

Tabel 10.

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .805 | 17 |

Sumber : Hasil

penelitian menggunakan spss 23.0

pengolahan

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas kuesioner kualitas pelayanan menunjukan nilai *Croanbach's Alpha* = 0,805. Nilai *Croanbach's Alpha* = 0,805 $> 0,60$, artinya bahwa kuesioner kualitas pelayanan adalah reliable. Dengan demikian maka kuesioner kualitas pelayanan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data.

Tabel 11.
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .761 | 9 |

Sumber : Hasil pengolahan penelitian menggunakan spss 23.0

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas kuesioner kepuasan pelanggan menunjukkan nilai *Croanbach's Alpha* = 0,761. Nilai *Croanbach's Alpha* = 0,761 > 0,60 , artinya bahwa kuesioner kepuasan pelanggan adalah reliable. Dengan demikian maka kuesioner kepuasan pelanggan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung perolehan data yang dibutuhkan guna mendukung penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara :

1. Metode Kuesioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data atau informasi mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan menggunakan skala likert seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 12.
Skala Likert Kualitas Pelayanan

| Pilihan | Inisial | Skala |
|-------------------|---------|-------|
| Sangat Baik | SB | 5 |
| Baik | B | 4 |
| Cukup Baik | CB | 3 |
| Tidak Baik | TB | 2 |
| Sangat Tidak Baik | STB | 1 |

Tabel 13.
Skala Likert Kepuasan Pelanggan

| Pilihan | Inisial | Skala |
|-------------------|---------|-------|
| Sangat Puas | SP | 5 |
| Puas | P | 4 |
| Cukup Puas | CP | 3 |
| Tidak Puas | TP | 2 |
| Sangat Tidak Puas | STP | 1 |

Total dari nilai jawaban setiap butir pertanyaan kemudian dibulatkan rentang skala untuk mengetahui tanggapan total responden. Dengan rumus sebagai berikut :

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

Setelah diketahui tanggapan total responden, maka langkah selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata indeks variabel bebas dan tidak bebas untuk mengetahui bagaimana keadaan variabelnya.

2. Pengumpulan data sekunder dengan meminta data dari pihak bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor atau laporan dari pihak manajemen serta dengan cara mengunduh (*download*) media online dari media massa cetak atau website resmi, atau data dari dokumen-dokumen organisasi yang dibutuhkan dalam kegiatan penelitian.

3.7. Metode Penelitian dan Analisis Data

Data dan informasi yang terkumpul diolah dan dianalisis lebih lanjut dengan cara :

1. Analisis Deskriptif

Bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan obyektif mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.

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



2. Korelasi *Rank Spearman*

Menurut Sugiyono (2012:137) Korelasi rank spearman yaitu digunakan untuk mencari atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal dan sumber data antar variabel tidak harus sama. Metode analisa ini digunakan untuk menganalisis ada tidaknya hubungan antara variabel, jika ada hubungan maka berapa besar pengaruhnya.

Selanjutnya untuk mengetahui keeratan atau derajat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, dapat diukur dengan menggunakan rumus *rank spearman* melalui langkah-langkah sebagai berikut :

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

Dimana :

r_s = Koefisien korelasi *rank spearman*

\sum = Notasi jumlah

d_i = Perbedaan rangking antara pasangan data

n = Banyaknya pasangan data

Nilai r terbesar adalah +1 dan r terkecil adalah -1. $r = +1$ menunjukkan hubungan positif sempurna, sedangkan $r = -1$ menunjukkan hubungan negatif sempurna. r tidak mempunyai satuan atau dimensi. Tanda + atau - hanya menunjukkan arah hubungan.

Interprestasi nilai r dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 14.

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2012:184)

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi dimaksudkan untuk melihat seberapa besar kontribusi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Rumus koefisien determinasi dapat ditunjukkan sebagai berikut : $KP = r^2 \times 100\%$

Dimana :

KP = Koefisien penentu atau Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

4. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:24) uji hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Adapun untuk mencari nilai Z_{hitung} untuk korelasi adalah :

$$Z_{hitung} = r \sqrt{n - 1}$$

Keterangan :

r : Koefisien Korelasi

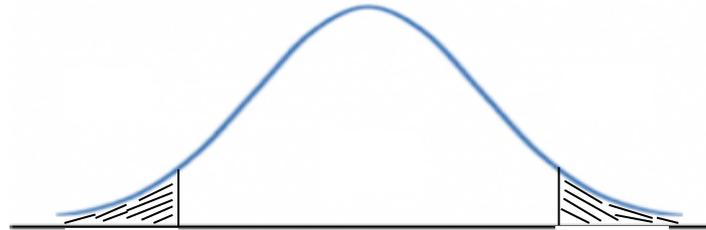
n : Jumlah Data

Adapun langkah untuk hipotesis adalah sebagai berikut :

a. Membuat Hipotesis

$H_0 : p = 0$ Tidak terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

$H_a : p \neq 0$ Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan



Gambar 3.
Kurva Uji Hipotesis

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data

4.1.1 Pengumpulan Data

Jenis Penelitian yang digunakan adalah verifikatif, objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel bebas atau variabel independent dengan indikator : Bukti Fisik (Tangible), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Emphaty) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat atau dependent dengan indikator : Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, Kesiediaan Merekomendasikan. Unit analisis diperoleh dari respon para pelanggan di bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor yang berlokasi di Jl Jendral Sudirman No. 64 Bogor. Jenis data yang diteliti pada penelitian ini adalah data kualitatif, yang merupakan data primer dan data sekunder. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 15.347. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus slovin dengan error 5% dan diperoleh jumlah sampel data yang dikumpulkan sebanyak 300 orang.

Data Primer yang diperoleh langsung dari unit analisis dengan cara menyebarkan kuesioner berupa pertanyaan-pertanyaan kepada para pelanggan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.

Data Sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang isinya berupa data teori pendukung. Data ini diperoleh dari beberapa sumber seperti : catatan atau dokumentasi perusahaan, jurnal-jurnal, internet dll.

4.1.2. Profil Perusahaan

Bengkel PT. Sanprima Sentosa Bogor merupakan bengkel resmi sepeda motor Honda yang berada di pusat Kota Bogor. Bengkel ini didirikan pada tanggal 22 Juni 2005 di Cibinong Bogor, tepatnya di jalan Raya Pemda Keradenan No. 96. Kemudian pada tanggal 1 Desember 2008, untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas bengkel ini pindah ke jalan Jendral Sudirman No.52 Kota Bogor dengan jumlah karyawan sebanyak 21 orang. Bengkel ini telah berdiri selama 12 tahun dan memiliki 10 mekanik (3 asisten mekanik) dengan 7 pit.

4.1.3 Kegiatan Usaha

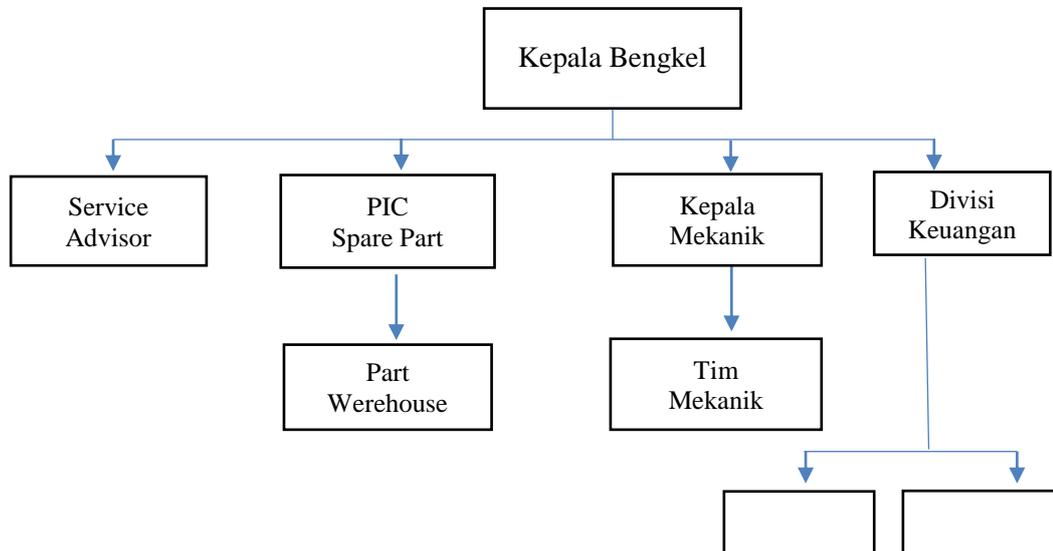
Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor bergerak dibidang transportasi sepeda motor yang terdiri dari beberapa usaha jasa diantaranya pelayanan :

1. Dealer (Penjualan unit sepeda motor Honda)
2. Bengkel (Perbaikan sepeda motor Honda)
 - a. Jasa Penggantian Oli Mesin

- b. Jasa Penggantian Rantai Mesin
 - c. Jasa Penggantian Kampas Kopling
 - d. Jasa Penggantian Kampas Rem
 - e. Jasa Pemasangan Ban atau Sparepart lain
 - f. Jasa Perbaikan Kabel/ Kelistrikan
 - g. Jasa Penggantian Busi
 - h. Jasa Penggantian V-Belt
 - i. Jasa Penggantian Air Radiator
 - j. Jasa Penggantian Filter Oli dan Udara
3. Penjualan suku cadang sepeda motor Honda
- a. Lampu Sein
 - b. Knalpot
 - c. Spion
 - d. Baut
 - e. Jok
 - f. Spakbor
 - g. Speedometer
 - h. Van Belt
 - i. Busi
 - j. Accu

4.1.4 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Struktur Organisasi di Bengkel PT. Sanprima Sentosa Bogor dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 4.

Struktur Organisasi di Bengkel PT. Sanprima Sentosa Bogor

Uraian tugas dari struktur organisasi di Bengkel PT. Sanprima Sentosa Bogor dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kepala Mekanik
 - a. Mengelola seluruh kegiatan bengkel dalam rangka meningkatkan mutu dan kecepatan pelayanan melalui SOP yang berlaku serta menginformasikan kompetensi jajaran personel bengkel dalam usaha pencapaian target untuk meningkatkan produktivitas dan pencapaian performance bengkel serta kepuasan pelanggan.
 - b. Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan bengkel.
 - c. Mengontrol stoc gudang bengkel sesuai dengan target *service rate*.
 - d. Mengevaluasi pelaksanaan sistem dan prosedur bengkel.
2. Service Advisor
 - a. Melayani pelanggan yang datang dengan menganalisa kerusakan.
 - b. Membuat PKB dan estimasi biaya dan waktu untuk mencapai kepuasan pelanggan.
 - c. Melayani pelanggan yaitu menganalisa dan memeriksa kendaraan serta menjelaskan hasil pemeriksaan.
 - d. Mengingatkan pelanggan untuk melakukan perawatan berkala berikutnya pada saatselesai perawatan/perbaikan.
 - e. Melakukan *follow up*ke pelanggan setelah 2-3 hari kendaraan diperbaiki di bengkel.

3. PIC Spare Part
 - a. Mengatur persediaan *spare part*.
 - b. Melakukan order *spare part* ke jakarta atau ke suplier non Honda.
 - c. Membuat *Invoice* setia ada pembelian *Spare part*.
 - d. Bertanggung jawab terhadap laporan akhir keuangan bengkel dan laporan gudang.
 - e. Bertanggung jawab atas keluar masuknya barang.
4. Part Werehouse
 - a. Membuat catatan administrasi persediaan barang, yang meliputi jenis barang, kode barang dan jumlah barang dengan benar.
 - b. Merapikan setiap penempatan barang yang ada di gudang berdasarkan kelompok barang dengan teratur.
 - c. Menyiapkan barang yang akan dikirimkan berdasarkan surat jalan yang diterima dari bagian administrasi.
 - d. Melakukan perhitungan fisik barang secara manual setiap harinya.
5. Kepala Mekanik
 - a. Menganalisa PKB dari service advisor untuk mendistribusikan job kepada mekanik.
 - b. Membantu menyelesaikan persoalan yang dihadapi mekanik dengan menjelaskan cara *trouble shooting*.
 - c. Melakukan *test drive* terhadap kendaraan yang telah selesai diperbaiki.
6. Tim Mekanik
 - a. Mengerjakan perbaikan/perawatan kendaraan sesuai dengan perintah yang ada pada PKB.
 - b. Mencatat pekerjaan pada kolom di PKB dan mencatat waktu kerja dan waktu penyelesaian pada kertas kerja.
 - c. Menginformasikan kerusakan yang ditemukan diluar PKB pada pelanggan.
 - d. Memelihara peralatan kerja dan tempat kerjanya.
7. Front Desk
 - a. Memasukkan data pelanggan ke komputer.
 - b. Membuat nota penjualan dan pembelian setiap transaksi.
 - c. Mencatat barang yang masuk dan keluar.
 - d. Membuat laporan pembelian, persediaan barang, dan melaporkannya kepada kepala bengkel.
8. Kasir
 - a. Menerima PKB yang telah selesai diproses oleh bengkel.

- b. Membuat laporan keuangan sederhana.
- c. Melakukan transaksi di meja pembayaran.

4.1.5 Profil Responden

Profil responden yang diteliti terbagi atas 6 (enam) kriteria yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Berikut hasil data profil responden yang sudah diolah oleh peneliti :

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 15.

Jenis Kelamin Responden

| No | Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|---------------|------------------|------------|
| 1. | Pria | 224 | 75 |
| 2. | Wanita | 76 | 25 |
| Jumlah | | 300 | 100 |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jenis kelamin responden terdiri dari 224 responden (75%) pria dan 76 responden (25%) wanita. Berdasarkan proporsi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden pria dalam penelitian ini lebih banyak di bandingkan dengan responden wanita.

2. Usia Responden

Tabel 16.

Usia Responden

| No | Usia | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|-----------------|------------------|------------|
| 1. | < 20 tahun | 32 | 11 |
| 2. | 21 s/d 30 tahun | 120 | 40 |
| 3. | 31 s/d 40 tahun | 96 | 32 |
| 4. | 41 s/d 50 tahun | 33 | 11 |
| 5. | > 50 tahun | 19 | 6 |
| Jumlah | | 300 | 100 |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang berusia 21 s/d 30 tahun sebanyak 120 responden (40%), kemudian responden yang berusia 31 s/d 40 tahun sebanyak 96 responden (32%), selanjutnya responden yang berusia 41 s/d 50 tahun sebanyak 33 responden

(11%), sedangkan responden yang berusia < 20 tahun sebanyak 32 responden (11%) dan responden yang berusia > 50 tahun sebanyak 19 responden (6%).

3. Pendidikan Responden

Tabel 17.

Pendidikan Responden

| No | Pendidikan | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|-------------------|-------------------------|-------------------|
| 1. | SLTP / Sederajat | 61 | 20,3 |
| 2. | SLTA / Sederajat | 96 | 32 |
| 3. | Diploma (D1-D3) | 74 | 24,7 |
| 4. | Sarjana | 69 | 23 |
| Jumlah | | 300 | 100 |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang memiliki pendidikan SLTA/Sederajat sebanyak 96 responden (32%), kemudian responden yang memiliki pendidikan Diploma (D1-D3) sebanyak 74 responden (24,7%), selanjutnya responden yang memiliki pendidikan Sarjana sebanyak 69 responden (23%), dan responden yang memiliki pendidikan SLTP/Sederajat sebanyak 61 responden (20,3%).

4. Pekerjaan Responden

Tabel 18.

Pekerjaan Responden

| No | Pekerjaan | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|------------------|-------------------------|-------------------|
| 1. | Pegawai Negeri | 24 | 8 |
| 2. | Pegawai Swasta | 60 | 20 |
| 3. | Wiraswasta | 128 | 42,7 |
| 4. | Pelajar | 34 | 11,3 |
| 5. | Lainnya | 54 | 18 |
| Jumlah | | 300 | 100 |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 128 responden (42,7%), kemudian responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta

sebanyak 60 responden (20%), selanjutnya responden yang memiliki pekerjaan sebagai lainnya sebanyak 54 responden (18%), sedangkan responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pelajar sebanyak 34 responden (11,3%) dan responden memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Negeri sebanyak 24 responden (8%).

5. Penghasilan Responden

Tabel 19.
Penghasilan Responden

| No | Penghasilan | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|-----------------|------------------|------------|
| 1. | < Rp 3.000.000 | 90 | 30 |
| 2. | Rp 3jt – Rp 5jt | 81 | 27 |
| 3. | Rp 5jt – Rp 7jt | 98 | 32,7 |
| 4. | > Rp 7.000.000 | 31 | 10,3 |
| Jumlah | | 300 | 100 |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang memiliki penghasilan Rp5jt - Rp7jt sebanyak 98 responden (32,7%), kemudian responden yang memiliki penghasilan < Rp3jt sebanyak 90 responden (30%), selanjutnya responden yang memiliki penghasilan Rp3jt – Rp5jt sebanyak 81 responden (27%), dan responden yang memiliki penghasilan > Rp7jt sebanyak 31 responden (10,3%).

4.2 Analisis Data

4.2.1 Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Tabel 20.
Tersedia Fasilitas Pendukung (Kantin/Toilet)

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|-------|--------|------------|------|
| Sangat Baik | 5 | 115 | 38,3 | 580 |
| Baik | 4 | 142 | 47,3 | 564 |
| Cukup Baik | 3 | 41 | 13,7 | 123 |
| Tidak Baik | 2 | 2 | 0,7 | 4 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | |
|------------------|---------------|------------|------------|-------------|
| Total | | 300 | 100 | 1271 |
| Rata-rata | 4,24 % | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan tersedia fasilitas pendukung (kantin/toilet) persentase tertinggi adalah 47,3% responden menyatakan baik 38,3% responden menyatakan sangat baik, 13,7% responden menyatakan cukup baik, dan 0,7% menyatakan tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1270}{5 \times 300} \times 100 \% = 84,67 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai tersedia fasilitas pendukung (kantin/toilet) dengan hasil 84,67 % adalah sangat baik.

Tabel 21.

Peralatan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Masih Layak dan Modern

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|---------------|---------------|-------------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 112 | 37,3 | 565 |
| Baik | 4 | 141 | 47,0 | 560 |
| Cukup Baik | 3 | 45 | 15,0 | 135 |
| Tidak Baik | 2 | 2 | 0,7 | 4 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 300 | 100 | 1264 |
| Rata-rata | 4,21 % | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan peralatan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor masih layak dan modern dengan persentase tertinggi adalah 47,0% responden menyatakan baik, 37,3% responden menyatakan sangat baik, 15,0% responden menyatakan cukup baik, dan 0,7% menyatakan tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1264}{5 \times 300} \times 100 \% = 84,27 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa baik a responden menilai mengenai peralatan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor masih layak dan modern dengan hasil 84,27 % adalah sangat baik.

Tabel 22.
Penampilan Mekanik Rapi/Menarik

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|---------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 114 | 38,0 | 570 |
| Baik | 4 | 134 | 44,7 | 536 |
| Cukup Baik | 3 | 51 | 17,0 | 153 |
| Tidak Baik | 2 | 1 | 0,3 | 2 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 300 | 100 | 1236 |
| Rata-rata | 4,12 % | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan penampilan mekanik rapi/menarik dengan persentase tertinggi adalah 44,70% responden menyatakan baik, 38,0% responden menyatakan sangat baik, 17,0% responden menyatakan cukup baik, dan 0,3% menyatakan tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1236}{5 \times 300} \times 100 \% = 82,40 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai penampilan mekanik rapi/menarik dengan hasil 82,40 % adalah sangat baik.

2. **Kehandalan (*Reliability*)**

Tabel 23.
Mekanik Memberikan Pelayanan Dengan Tepat Waktu

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|---------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 116 | 38,7 | 580 |
| Baik | 4 | 118 | 39,3 | 472 |
| Cukup Baik | 3 | 62 | 20,7 | 186 |
| Tidak Baik | 2 | 4 | 1,3 | 8 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 300 | 100 | 1246 |
| Rata-rata | 4,15 % | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan mekanik memberikan pelayanan dengan tepat waktu dengan persentase tertinggi adalah 39,3% responden menyatakan baik, 38,7% responden menyatakan sangat baik, 20,7% responden menyatakan cukup baik, dan 1,3% menyatakan tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1246}{5 \times 300} \times 100 \% = 83,10 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai memberikan pelayanan dengan tepat waktu pelanggan dengan hasil 83,10% adalah sangat baik.

Tabel 24.

Mekanik Membantu Memecahkan Masalah/ Keluhan Pelanggan

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|---------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 115 | 38,3 | 575 |
| Baik | 4 | 110 | 36,7 | 440 |
| Cukup Baik | 3 | 65 | 21,7 | 195 |
| Tidak Baik | 2 | 10 | 0,3 | 20 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 300 | 100 | 1230 |
| Rata-rata | 4,10 % | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan mekanik membantu memecahkan masalah/ keluhan pelanggan dengan persentase tertinggi adalah 38,3% responden menyatakan sangat baik, 36,7% responden menyatakan baik, 21,7% responden menyatakan cukup baik, dan 0,3% menyatakan tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1230}{5 \times 300} \times 100 \% = 82,00 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai mekanik membantu memecahkan masalah/ keluhan pelanggan dengan hasil 82,00% adalah sangat baik.

Tabel 25.**Mekanik Memberikan Pelayanan Yang Benar Kepada Pelanggan**

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|---------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 101 | 33,7 | 505 |
| Baik | 4 | 126 | 42,0 | 504 |
| Cukup Baik | 3 | 68 | 22,7 | 204 |
| Tidak Baik | 2 | 4 | 1,3 | 8 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 1 | 0,3 | 1 |
| Total | | 300 | 100 | 1222 |
| Rata-rata | 4,07 % | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan mekanik memberikan pelayanan yang benar kepada pelanggan dengan persentase tertinggi adalah 42,0% responden menyatakan baik, 33,7% responden menyatakan sangat baik, 22,7% responden menyatakan cukup baik, 1,3% responden menyatakan tidak baik dan 0,3% menyatakan sangat tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1222}{5 \times 300} \times 100 \% = 81,50 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai mekanik memberikan pelayanan yang benar kepada pelanggan dengan hasil 81,50 % adalah sangat baik.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel 26.**Mekanik Melakukan Tindakan Perbaikan Motor Secara Cepat**

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|---------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 115 | 38,3 | 575 |
| Baik | 4 | 98 | 32,7 | 392 |
| Cukup Baik | 3 | 69 | 23,0 | 207 |
| Tidak Baik | 2 | 17 | 5,7 | 34 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 1 | 0,3 | 1 |
| Total | | 300 | 100 | 1209 |
| Rata-rata | 4,03 % | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan mekanik melakukan tindakan perbaikan motor secara cepat dengan persentase tertinggi adalah 38,3% responden menyatakansangat baik, 32,7% responden menyatakan baik, 23,0% responden menyatakan cukup baik, 5,7% responden menyatakan tidak baik dan 0,3% menyatakan sangat tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1209}{5 \times 300} \times 100 \% = 80,60 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai mekanik melakukan tindakan perbaikan motor secara cepat dengan hasil 80,60 % adalah sangat baik.

Tabel 27.

Karyawan Bengkel Bersedia Menjawab Berbagai Pertanyaan Dari Pelanggan

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|---------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 127 | 42,3 | 635 |
| Baik | 4 | 96 | 32,0 | 384 |
| Cukup Baik | 3 | 71 | 23,7 | 213 |
| Tidak Baik | 2 | 6 | 2,0 | 12 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 300 | 100 | 1244 |
| Rata-rata | 4,14 % | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan karyawan bengkel bersedia menjawab berbagai pertanyaan dari pelanggan dengan persentase tertinggi adalah 42,3% responden menyatakan sangat baik, 32,0% responden menyatakan baik, 23,7% responden menyatakan cukup baik, dan 2,0% responden menyatakan tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1244}{5 \times 300} \times 100 \% = 82,93 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai karyawan bengkel bersedia menjawab berbagai pertanyaan dari pelanggan dengan hasil 82,93 % adalah sangat baik.

Tabel 28.

Karyawan Bengkel Selalu Bersedia Membantu Pelanggan Diluar Jam Operasional Kerja

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|-------|------------|---------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 122 | 40,7 | 610 |
| Baik | 4 | 94 | 31,3 | 376 |
| Cukup Baik | 3 | 74 | 24,7 | 210 |
| Tidak Baik | 2 | 9 | 3,0 | 18 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 1 | 0,3 | 1 |
| Total | | 300 | 100 | 1215 |
| Rata-rata | | | 4,05 % | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan karyawan bengkel selalu bersedia membantu pelanggan diluar jam operasional kerja dengan persentase tertinggi adalah 40,7% responden menyatakan sangat baik, 31,3% responden menyatakan baik, 24,7% responden menyatakan cukup baik, 3,0% responden menyatakan tidak baik, dan 0,3% responden menyatakan sangat tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1215}{5 \times 300} \times 100 \% = 81,00 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai karyawan bengkel selalu bersedia membantu pelanggan diluar jam operasional kerja dengan hasil 81,00 % adalah sangat baik.

4. Jaminan (*Assurance*)

Tabel 29.

Karyawan Bengkel Selalu Sopan Kepada Pelanggan

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|-------|--------|------------|------|
| Sangat Baik | 5 | 102 | 34,0 | 510 |
| Baik | 4 | 124 | 41,3 | 496 |
| Cukup Baik | 3 | 68 | 22,7 | 204 |
| Tidak Baik | 2 | 5 | 1,7 | 10 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 1 | 0,3 | 1 |

| | | | | |
|------------------|---------------|------------|------------|-------------|
| Total | | 300 | 100 | 1221 |
| Rata-rata | 4,07 % | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan karyawan bengkel selalu sopan kepada pelanggan dengan persentase tertinggi adalah 41,3% responden menyatakan baik, 34,0% responden menyatakan sangat baik, 22,7% responden menyatakan cukup baik, 1,7% responden menyatakan tidak baik, dan 0,3% responden menyatakan sangat tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1221}{5 \times 300} \times 100 \% = 81,40 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai karyawan karyawan bengkel selalu sopan kepada pelanggan dengan hasil 81,40 % adalah sangat baik.

Tabel 30.

Petugas Perbaikan Motor Adalah Seorang Mekanik Yang Berpengalaman

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|---------------|-------------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 114 | 38,0 | 570 |
| Baik | 4 | 100 | 33,3 | 400 |
| Cukup Baik | 3 | 76 | 25,3 | 228 |
| Tidak Baik | 2 | 8 | 2,7 | 16 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 2 | 0,7 | 2 |
| Total | | 300 | 100 | 1216 |
| Rata-rata | 4,05% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan karyawan bengkel selalu sopan kepada pelanggan dengan persentase tertinggi adalah 38,0% responden menyatakan sangat baik, 33,3% responden menyatakan baik, 25,3% responden menyatakan cukup baik, 2,7% responden menyatakan tidak baik, dan 0,7% responden menyatakan sangat tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1216}{5 \times 300} \times 100 \% = 81,07 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai karyawan bengkel selalu sopan kepada pelanggan dengan hasil 81,07 % adalah sangat baik.

Tabel 31.

Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Memberikan Keamanan Kepada Pelanggan Dalam Melakukan Transaksi

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 115 | 38,3 | 575 |
| Baik | 4 | 110 | 33,3 | 440 |
| Cukup Baik | 3 | 74 | 24,7 | 222 |
| Tidak Baik | 2 | 9 | 3,0 | 18 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 2 | 0,7 | 2 |
| Total | | 300 | 100 | 1257 |
| Rata-rata | 4,19% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan keamanan kepada pelanggan dalam melakukan transaksi dengan persentase tertinggi adalah 38,3% responden menyatakan sangat baik, 33,3% responden menyatakan baik, 24,7% responden menyatakan cukup baik, 3,0% responden menyatakan tidak baik, dan 0,7% responden menyatakan sangat tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1257}{5 \times 300} \times 100 \% = 83,80 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan keamanan kepada pelanggan dengan hasil 83,80% adalah sangat baik.

Tabel 32.

Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Bertanggung Jawab Atas Kesalahan Yang Merugikan Pelanggan Dengan Memberikan Ganti Rugi

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------|-------|--------|------------|------|
| Sangat Baik | 5 | 116 | 38,7 | 580 |
| Baik | 4 | 98 | 32,7 | 392 |
| Cukup Baik | 3 | 82 | 27,3 | 246 |

| | | | | |
|-------------------|--------------|------------|------------|-------------|
| Tidak Baik | 2 | 4 | 1,3 | 8 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 300 | 100 | 1226 |
| Rata-rata | 4,09% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor bertanggung jawab atas kesalahan yang merugikan pelanggan dengan memberikan ganti rugi dengan persentase tertinggi adalah 38,7% responden menyatakan sangat baik, 32,7% responden menyatakan baik, 27,3% responden menyatakan cukup baik, dan 1,3% responden menyatakan tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1226}{5 \times 300} \times 100 \% = 81,73 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor bertanggung jawab atas kesalahan yang merugikan pelanggan dengan memberikan ganti rugi dengan hasil 81,73% adalah sangat baik.

5. Empati (*Empathy*)

Tabel 33.

Mekanik Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Menyediakan Waktu Yang Cukup Untuk Pelanggan

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|---------------|-------------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 116 | 38,7 | 580 |
| Baik | 4 | 108 | 36,0 | 432 |
| Cukup Baik | 3 | 71 | 23,7 | 213 |
| Tidak Baik | 2 | 4 | 1,3 | 8 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 1 | 0,3 | 1 |
| Total | | 300 | 100 | 1234 |
| Rata-rata | 4,11% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan mekanik Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor menyediakan waktu yang cukup untuk pelanggan dengan persentase tertinggi adalah 38,7% responden menyatakan sangat baik, 36,0%

responden menyatakan baik, 23,7% responden menyatakan cukup baik, 1,3% responden menyatakan tidak baik dan 0,3% responden menyatakan sangat tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1234}{5 \times 300} \times 100 \% = 82,27 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai Bengkel PT Sanprima PT Sanprima Sentosa Bogor menyediakan waktu yang cukup untuk pelanggan dengan hasil 82,27% adalah sangat baik.

Tabel 34.

Mekanik Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Berkomunikasi Dalam Bahasa Yang Mudah Dimengerti

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 111 | 37,0 | 555 |
| Baik | 4 | 116 | 38,7 | 464 |
| Cukup Baik | 3 | 68 | 22,7 | 204 |
| Tidak Baik | 2 | 4 | 1,3 | 8 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 1 | 0,3 | 1 |
| Total | | 300 | 100 | 1232 |
| Rata-rata | 4,10% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan mekanik Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti dengan persentase tertinggi adalah 38,7% responden menyatakan baik, 37,0% responden menyatakan sangat baik, 22,7% responden menyatakan cukup baik, 1,3% responden menyatakan tidak baik dan 0,3% responden menyatakan sangat tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1232}{5 \times 300} \times 100 \% = 82,13 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai Bengkel PT Sanprima PT Sanprima Sentosa Bogor berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti dengan hasil 82,13% adalah sangat baik.

Tabel 35.

Karyawan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Memberikan Perhatian Secara Individual

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Baik | 5 | 116 | 38,7 | 580 |
| Baik | 4 | 117 | 39,0 | 468 |
| Cukup Baik | 3 | 63 | 21,0 | 189 |
| Tidak Baik | 2 | 3 | 1,0 | 6 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 1 | 0,3 | 1 |
| Total | | 300 | 100 | 1244 |
| Rata-rata | 4,15% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan karyawan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan perhatian secara individual dengan persentase tertinggi adalah 39,0% responden menyatakan baik, 38,7% responden menyatakan sangat baik, 21,0% responden menyatakan cukup baik, 1,0% responden menyatakan tidak baik dan 0,3% responden menyatakan sangat tidak baik.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1244}{5 \times 300} \times 100 \% = 82,90 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai karyawan Bengkel PT Sanprima PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan perhatian secara individual dengan hasil 82,90% adalah sangat baik.

Tabel 36.

Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan

| No | Indikator Kualitas Pelayanan | Kualitas Pelayanan Tanggapan responden (%) |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1. | Bukti Nyata (<i>Tangible</i>) : | |
| | a. Tersedia fasilitas pendukung (kantin/toilet) | 84,67 |
| | b. Peralatan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor masih layak dan modern | 84,27 |
| | c. Penampilan mekanik rapi/menarik | 82,40 |

| | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 2. | Kehandalan (<i>Reliability</i>) : | |
| | a. Mekanik memberikan pelayanan dengan tepat waktu | 83,10 |
| | b. Mekanik membantu memecahkan masalah/keluhan pelanggan | 82,00 |
| | c. Mekanik memberikan pelayanan yang benar kepada pelanggan | 81,50 |
| 3. | Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) : | |
| | a. Mekanik melakukan tindakan perbaikan motor secara cepat | 80,60 |
| | b. Karyawan bengkel bersedia menjawab berbagai pertanyaan dari pelanggan | 82,93 |
| | c. Karyawan bengkel selalu bersedia membantu pelanggan diluar jam operasional kerja | 81,00 |
| 4. | Jaminan (<i>Assurance</i>) : | |
| | a. Karyawan bengkel selalu sopan kepada pelanggan | 81,40 |
| | b. Petugas perbaikan motor adalah seorang mekanik yang berpengalaman | 81,07 |
| | c. Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan keamanan kepada pelanggan dalam melakukan transaksi | 83,80 |
| | d. Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor bertanggung jawab atas kesalahan yang merugikan pelanggan dengan memberikan ganti rugi | 81,73 |
| 5. | Empati (<i>Emphaty</i>) : | |
| | a. Mekanik bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor menyediakan waktu yang cukup kepada pelanggan | 82,27 |
| | b. Mekanik bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti | 82,13 |
| | c. Karyawan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan perhatian secara individual | 82,90 |
| | Total | 1.317,77 |
| | N | 16 |
| | Rata-Rata | 82,36 |

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan yang diberikan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor adalah 82,36% dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada pelanggan sangat baik.

4.2.2. Tanggapan Responden Kepuasan Pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor

1. Kesesuaian Harapan

Tabel 37.

Karyawan Dan Mekanik Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Memberikan Pelayanan Dengan Cepat Tanggap

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Puas | 5 | 104 | 34,7 | 520 |
| Puas | 4 | 126 | 42,0 | 504 |
| Cukup Puas | 3 | 64 | 21,3 | 192 |
| Tidak Puas | 2 | 4 | 1,3 | 8 |
| Sangat Tidak Puas | 1 | 2 | 0,7 | 2 |
| Total | | 300 | 100 | 1226 |
| Rata-rata | 4,09% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan karyawan dan mekanik Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan pelayanan dengan cepat tanggap dengan persentase tertinggi adalah 42,0% responden menyatakan puas, 34,7% responden menyatakan sangat puas, 21,3% responden menyatakan cukup puas, 1,3% responden menyatakan tidak puas dan 0,7% responden menyatakan sangat tidak puas.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1226}{5 \times 300} \times 100 \% = 81,70 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai karyawan dan mekanik Bengkel PT Sanprima PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan pelayanan dengan cepat tanggap dengan hasil 81,70% adalah sangat puas.

Tabel 38.**Pelayanan Yang Diberikan Sesuai Dengan Kebutuhan Pelanggan**

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Puas | 5 | 108 | 36,0 | 540 |
| Puas | 4 | 123 | 41,0 | 492 |
| Cukup Puas | 3 | 65 | 21,7 | 195 |
| Tidak Puas | 2 | 3 | 1,0 | 6 |
| Sangat Tidak Puas | 1 | 1 | 0,3 | 1 |
| Total | | 300 | 100 | 1234 |
| Rata-rata | 4,11% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan persentase tertinggi adalah 41,0% responden menyatakan puas, 36,0% responden menyatakan sangat puas, 21,7% responden menyatakan cukup puas, 1,0% responden menyatakan tidak puas dan 0,3% responden menyatakan sangat tidak puas.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1234}{5 \times 300} \times 100 \% = 82,27 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan hasil 82,27% adalah sangat puas.

Tabel 39.**Spareparts Yang Disediakan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Lengkap**

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Puas | 5 | 114 | 38,0 | 570 |
| Puas | 4 | 121 | 40,3 | 484 |
| Cukup Puas | 3 | 60 | 20,0 | 180 |
| Tidak Puas | 2 | 5 | 1,7 | 10 |
| Sangat Tidak Puas | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 300 | 100 | 1244 |
| Rata-rata | 4,15% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan *spareparts* yang disediakan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor lengkap dengan persentase tertinggi adalah 40,3% responden menyatakan puas, 38,0% responden menyatakan sangat puas, 20,0% responden menyatakan cukup puas, dan 1,7% responden menyatakan tidak puas.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1244}{5 \times 300} \times 100 \% = 82,90 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai *spareparts* yang disediakan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor lengkap dengan hasil 82,90% adalah sangat puas.

2. Minat Berkunjung Kembali

Tabel 40.

Selalu Memakai Jasa *Service* Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Tanpa Mementingkan Harga

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|-------|--------------|------------|-------------|
| Sangat Puas | 5 | 124 | 41,3 | 620 |
| Puas | 4 | 107 | 35,7 | 428 |
| Cukup Puas | 3 | 62 | 20,7 | 186 |
| Tidak Puas | 2 | 4 | 1,3 | 8 |
| Sangat Tidak Puas | 1 | 3 | 1,0 | 3 |
| Total | | 300 | 100 | 1245 |
| Rata-rata | | 4,15% | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan selalu memakai jasa *service* bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor tanpa mementingkan harga dengan persentase tertinggi adalah 41,3% responden menyatakan sangat puas, 35,7% responden menyatakan puas, 20,7% responden menyatakan cukup puas, 1,3% responden menyatakan tidak puas dan 1,0% responden menyatakan sangat tidak puas.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1245}{5 \times 300} \times 100 \% = 83,00 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai pertanyaan selalu memakai jasa *service* bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor tanpa mementingkan harga dengan hasil 83,00% adalah sangat puas.

Tabel 41.

Bersedia Menggunakan Jasa *Service* Di Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Untuk Masa Yang Akan Datang

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Puas | 5 | 121 | 40,3 | 605 |
| Puas | 4 | 117 | 39,0 | 468 |
| Cukup Puas | 3 | 59 | 19,7 | 177 |
| Tidak Puas | 2 | 2 | 0,7 | 4 |
| Sangat Tidak Puas | 1 | 1 | 0,3 | 1 |
| Total | | 300 | 100 | 1255 |
| Rata-rata | 4,18% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan bersedia menggunakan jasa *service* di bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor untuk masa yang akan datang dengan persentase tertinggi adalah 40,3% responden menyatakan sangat puas, 39,0% responden menyatakan puas, 19,7% responden menyatakan cukup puas, 0,7% responden menyatakan tidak puas dan 0,3% responden menyatakan sangat tidak puas.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1255}{5 \times 300} \times 100 \% = 83,67 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai pertanyaan selalu bersedia menggunakan jasa *service* di bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor untuk masa yang akan datang dengan hasil 83,67% adalah sangat puas.

Tabel 42.

Selalu Percaya Menggunakan Jasa *Service* Di Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------|-------|--------|------------|------|
| Sangat Puas | 5 | 134 | 44,7 | 670 |
| Puas | 4 | 105 | 35,0 | 420 |

| | | | | |
|-------------------|--------------|------------|------------|-------------|
| Cukup Puas | 3 | 57 | 19,0 | 171 |
| Tidak Puas | 2 | 3 | 1,0 | 6 |
| Sangat Tidak Puas | 1 | 1 | 0,3 | 1 |
| Total | | 300 | 100 | 1268 |
| Rata-rata | 4,23% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan selalu percaya menggunakan jasa service di bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor dengan persentase tertinggi adalah 44,7% responden menyatakan sangat puas, 35,0% responden menyatakan puas, 19,0% responden menyatakan cukup puas, 1,0% responden menyatakan tidak puas dan 0,3% responden menyatakan sangat tidak puas.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1268}{5 \times 300} \times 100 \% = 84,53 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai pertanyaan selalu percaya menggunakan jasa service di bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor dengan hasil 84,53% adalah sangat puas.

3. Kesiediaan Merekomendasikan

Tabel 43.

Mengatakan Hal-Hal Yang Baik / Positif Mengenai Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Kepada Orang Lain Yang Baru Dikenal

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|---------------|-------------------|-------------|
| Sangat Puas | 5 | 155 | 51,7 | 775 |
| Puas | 4 | 90 | 30,0 | 360 |
| Cukup Puas | 3 | 55 | 18,3 | 165 |
| Tidak Puas | 2 | 0 | 0 | 0 |
| Sangat Tidak Puas | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 300 | 100 | 1300 |
| Rata-rata | 4,33% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan mengatakan hal-hal yang baik / positif mengenai bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada orang lain yang baru dikenal dengan persentase tertinggi adalah 51,7% responden menyatakan

sangat puas, 30,0% responden menyatakan puas, 18,3% responden menyatakan cukup puas.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1300}{5 \times 300} \times 100 \% = 86,67 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai pertanyaan mengatakan hal-hal yang baik / positif mengenai bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada orang lain yang baru dikenal dengan hasil 86,67% adalah sangat puas.

Tabel 44.

Mereferensikan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Kepada Teman-Teman

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Puas | 5 | 161 | 53,7 | 805 |
| Puas | 4 | 94 | 31,3 | 376 |
| Cukup Puas | 3 | 44 | 14,7 | 132 |
| Tidak Puas | 2 | 0 | 0 | 0 |
| Sangat Tidak Puas | 1 | 1 | 0,3 | 1 |
| Total | | 300 | 100 | 1314 |
| Rata-rata | 4,38% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan mereferensikan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada teman-teman dengan persentase tertinggi adalah 53,7% responden menyatakan sangat puas, 31,3% responden menyatakan puas, 14,7% responden menyatakan cukup puas, dan 0,3% responden menyatakan sangat tidak puas.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1314}{5 \times 300} \times 100 \% = 87,60 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai pertanyaan mereferensikan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada teman-teman dengan hasil 87,60% adalah sangat puas.

Tabel 45.

Menyarankan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor Kepada Keluarga

| Penilaian | Bobot | Jumlah | Persentase | Skor |
|-------------------|--------------|------------|------------|-------------|
| Sangat Puas | 5 | 164 | 54,7 | 820 |
| Puas | 4 | 90 | 30,0 | 360 |
| Cukup Puas | 3 | 45 | 15,0 | 135 |
| Tidak Puas | 2 | 1 | 0,3 | 2 |
| Sangat Tidak Puas | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 300 | 100 | 1317 |
| Rata-rata | 4,39% | | | |

Sumber : Data Kuesioner Diolah (2018)

Berdasarkan penelitian 300 responden pada pertanyaan menyarankan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada keluarga dengan persentase tertinggi adalah 54,7% responden menyatakan sangat puas, 30,0% responden menyatakan puas, 15,0% responden menyatakan cukup puas, dan 0,3% responden menyatakan tidak puas.

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1317}{5 \times 300} \times 100 \% = 87,80 \%$$

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa responden mengenai pertanyaan menyarankan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada keluarga dengan hasil 87,80% adalah sangat puas.

Tabel 46.

Hasil Rata-Rata Kepuasan Pelanggan

| No | Indikator Kepuasan Pelanggan | Kepuasan Pelanggan Tanggapan responden (%) |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1. | Kesesuain Harapan : | |
| | a. Karyawan dan mekanik bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan pelayanan dengan cepat tanggap | 81,70 |
| | b. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan | 82,27 |
| | c. <i>Spareparts</i> yang disediakan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor lengkap | 82,90 |

| | | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 2. | Minat Berkunjung Kembali : | |
| | a. Selalu memakai jasa <i>service</i> bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor tanpa mementingkan harga | 83,00 |
| | b. Bersedia menggunakan jasa <i>service</i> di bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor untuk masa yang akan datang | 83,67 |
| | c. Selalu percaya menggunakan jasa <i>service</i> di bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor | 84,53 |
| 3. | Kesediaan Merekomendasikan : | |
| | a. Mengatakan hal-hal yang baik / positif mengenai bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada orang lain yang baru dikenal | 86,67 |
| | b. Mereferensikan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada teman-teman | 87,60 |
| | c. Menyarankan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada keluarga | 87,80 |
| | Total | 760.14 |
| | N | 9 |
| | Rata-Rata | 84,46 |

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata dari tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan yang diberikan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor adalah 84,46% dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan yang diberikan oleh bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada pelanggan sangat puas.

4.2.3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor

Tabel 47.

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor

| Correlations | | | KEPUASAN PELANGGAN | KUALITAS PELAYANAN |
|----------------|--------------------|-------------------------|--------------------|--------------------|
| Spearman's rho | KEPUASAN PELANGGAN | Correlation Coefficient | 1.000 | .644** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | | N | 300 | 300 |
| | KUALITAS PELAYANAN | Correlation Coefficient | .644** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . |

| | | | |
|--|---|-----|-----|
| | N | 300 | 300 |
|--|---|-----|-----|

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil perhitungan korelasi menjelaskan tentang nilai koefisien korelasi dan nilai signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Dari output SPSS diatas dapat diketahui hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan didapat nilai koefisien sebesar 0,644.

Tabel 48.

Tingkat korelasi dan kekuatan hubungan

| No | Nilai Korelasi (r) | Tingkat Hubungan |
|----|----------------------|------------------|
| 1. | 0,00 – 0,199 | Sangat Lemah |
| 2. | 0,20 – 0,399 | Lemah |
| 3. | 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 4. | 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 5. | 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

Sumber : Data Diolah (2018)

Karena nilai koefisien berada pada rentang 0,60-0,799 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah kuat.

Koefisien Determinasi

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

$$KD = 0,644^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,4147 \times 100\% = 41,47\%$$

Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 41,47%.

Uji Hipotesis

Nilai Z hitung :

$$Z_{hitung} = r \sqrt{n-1} = 0,644 \sqrt{300-1} = 0,644 \times 17 = 10,95$$

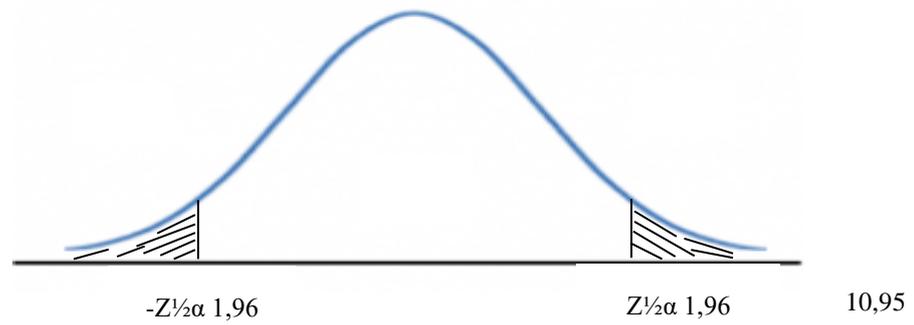
Nilai Z tabel :

$$Z_{tabel} = -1,96 \text{ dan } +1,96$$

Jika $Z_{hitung} < \text{dari } -1,96 \text{ dan } > \text{dari } +1,96$ (Ho ditolak Hi diterima)

Jika $Z_{hitung} > \text{dari } -1,96 \text{ dan } < \text{dari } +1,96$ (Ho diterima Hi ditolak)

Kurva :



Gambar 5.
Kurva Uji Hipotesis

Dengan Z_{hitung} sebesar 10,95 artinya nilai ini lebih besar daripada nilai Z_{tabel} yaitu 1,96. Dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.

4.3. Interpretasi Hasil Penelitian

Dari 5 (lima) indikator kualitas pelayanan yang diteliti terdiri dari bukti nyata (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan dari 3 (tiga) indikator kepuasan pelanggan yang terdiri dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan telah dinilai oleh responden setuju.

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi menjelaskan tentang nilai koefisien korelasi dan nilai signifikansi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Dari output SPSS dapat diketahui hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang kuat, hal ini sesuai dengan penelitian Erdha Ervinna Putri Ningrum (2017) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian terdapat hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian Muhammad Fakhri Nugroho (2016) pengaruh *service quality* terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitian terdapat hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Kemudian penelitian Edy Mulyanto (2011) analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian terdapat hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, selanjutnya penelitian menurut Anjar Tri Wahyuni (2016) pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, hasil penelitian terdapat hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, sedangkan penelitian menurut DA Mandala (2012) analisa kepuasan konsumen dengan kepuasan konsumen. Hasil penelitian terdapat hubungan antara variabel kepuasan konsumen dengan kepuasan konsumen.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor secara umum pelanggan mengatakan sangat baik, dengan hasil jawaban responden rata-rata 82,36% yang artinya pelayanan yang diberikan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor sangat baik.
2. Kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor secara umum pelanggan mengatakan sangat puas, dengan hasil jawaban 84,46% yang artinya Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor sudah memberikan pelayanan yang sangat puas bagi pelanggannya.
3. Dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis korelasi rank spearman terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan terbukti dari nilai $r = 0,644$ dan kekuatan hubungan kuat ,karena nilai $r = 0.644$ berada diantara nilai $0,600 - 0,799$ (kuat). Kemudian didapat nilai koefisien determinasi sebesar 41,47% hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 41,47% . Maka hipotesis yang diajukan diterima yaitu ada hubungan yang signifikan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada pelanggan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut :

1. Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor harus berusaha untuk terus mengembangkan keterampilan mekaniknya dengan memberikan pelatihan secara terus menerus agar tetap memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya.
2. Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor harus menyiapkan kotak saran sebagai sarana untuk menyalurkan berbagai keluhan pelanggan agar lebih meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Memperbaiki kinerja kualitas pelayanan terutama pada dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) yang mendapat persentase terendah terutama sub indikator mekanik melakukan tindakan perbaikan motor secara cepat, sedangkan untuk ke empat dimensi lainnya (kehandalan, jaminan, empati, bukti fisik) harus tetap di terapkan untuk mempertahankan kinerja kualitas pelayanan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2008. *Marketing*. Jakarta : Penerbit PT. Buku Kita
- Ali Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Penerbit CAPS
(Center For Academic Publishing Service)
- Ariani D Wahyu. 2008. *Manajemen Operasi Jasa*. Jakarta : Penerbit Graha Ilmu
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung :
Penerbit CV. Alfabeta
- Danang Sunyoto. 2013. *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta :
Penerbit CAPS
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*.
Yogyakarta : Penerbit Gava Media
- Deliyanti Oentoro. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Laksbang
Pressindo
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta :
Penerbit Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2012. *Service Management*. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Fandy Tjiptono. 2013. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset
- Ginting, Hartimbul Nembah. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan 1. Bandung :
Yrama Widia
- Gunawan Adisaputro. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Sekolah
Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Handi Irawan D. 2008. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT Elex
Media Komputindo
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- J Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit
Rineka Cipta
- Kotler, Philip, Veronica Wong, John Saunders, dan Armstrong Gary. 2005. *Principles
of Marketing*. New York : Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta :
Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa
Indonesia*. Jakarta : Penerbit Erlangga

- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi Milenium*. Alih bahasa : Hendra Teguh, Ronny A Rusli, dan Benjamin Molan. Edisi Milenium. Jakarta : Penerbit PT Prenhallindo
- Lovelock, Christopher dan Jochen Wirtz. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Penerbit PT Indeks
- Lovelock, Christopher dan Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing, People, Technology and Strategy*. New Jersey : Prentice Hall Upper Sadle River
- Lupiyoadi Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi dan Edisi 3*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- M. Mursid. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Maynard, Weidler dan Beckham. 2011. *Principles of Marketing*. New York : Ronald Press Company
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen*. Jakarta Pusat : Penerbit Lentera Ilmu Cendikia
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung : Penerbit CV Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Penerbit CV. Alfabeta
- Stanton, William J. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa oleh Sadu Sundaru, Jilid Satu, Edisi Kesepuluh, Jakarta : Penerbit Erlangga
- Tai, Jacky and Chew, Wilson. 2012. *Brand Management*. Jakarta : PT Indeks
- Zulian Yamit. 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta : Penerbit EKONISIA
- Zeithmal A., Varlerie, Bitner J Mary, and Gremler D. Dwayne. 2013. *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across The Firm, Sixth Edition*. Boston : Irwin McGraw-Hill Inc

LAMPIRAN

KUESIONER

Petunjuk pengisian kuesioner :

Berilah tanda silang (X) sesuai dengan jawaban yang anda tentukan.

Data responden :

1. Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Usia
 - a. <20 tahun
 - b. 21 s/d 30 tahun
 - c. 31 s/d 40 tahun
 - d. 41 s/d 50 tahun
 - e. >50 tahun
3. Pendidikan Terakhir
 - a. SLTP / Sederajat
 - b. SLTA / Sederajat
 - c. Diploma (D1-D3)
 - d. Sarjana
4. Pekerjaan
 - a. Pegawai Negeri
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Pelajar
 - e. Lainnya
5. Penghasilan anda perbulan
 - a. Kurang dari Rp. 3.000.000
 - b. Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000
 - c. Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000
 - d. Lebih dari Rp 7.000.000

A. KUALITAS PELAYANAN

Petunjuk pengisian : Berilah tanda silang (X) pada tempat yang disediakan

Keterangan :

*) Pelayanan Yang Diterima

| | | |
|-----|---------------------|-----|
| SS | : Sangat Baik | = 5 |
| S | : Baik | = 4 |
| CS | : Cukup Baik | = 3 |
| TS | : Tidak Baik | = 2 |
| STS | : Sangat Tidak Baik | = 1 |

| NO | PERNYATAAN | Pelayanan Yang Diterima *) | | | | |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---|----|----|-----|
| | | SB | B | CB | TB | STB |
| Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) | | | | | | |
| 1. | Tersedia fasilitas pendukung (kantin/toilet) | | | | | |
| 2. | Peralatan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor masih layak dan modern | | | | | |
| 3. | Penampilan mekanik rapi/menarik | | | | | |
| Kehandalan (<i>Reliability</i>) | | | | | | |
| 4. | Mekanik memberikan pelayanan dengan tepat waktu | | | | | |
| 5. | Mekanik membantu memecahkan masalah/ keluhan pelanggan | | | | | |
| 6. | Mekanik memberikan pelayanan yang benar kepada pelanggan | | | | | |
| Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) | | | | | | |
| 7. | Mekanik melakukan tindakan perbaikan motor secara cepat | | | | | |
| 8. | Karyawan bengkel bersedia menjawab berbagai pertanyaan dari pelanggan | | | | | |
| 9. | Karyawan bengkel selalu bersedia membantu pelanggan diluar jam operasional kerja | | | | | |
| Jaminan (<i>Assurance</i>) | | | | | | |
| 10. | Karyawan bengkel selalu sopan kepada pelanggan | | | | | |
| 11. | Petugas perbaikan motor adalah seorang mekanik yang berpengalaman | | | | | |
| 12. | Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan keamanan kepada pelanggan dalam melakukan transaksi | | | | | |
| 13. | Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor bertanggung jawab atas kesalahan yang merugikan pelanggan dengan memberikan ganti rugi | | | | | |
| Empati (<i>Emphaty</i>) | | | | | | |
| 14. | Mekanik bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| | menyediakan waktu yang cukup untuk pelanggan | | | | | |
| 15. | Mekanik bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor berkomunikasi dalam bahasa yang mudah dimengerti | | | | | |
| 16. | Karyawan Bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan perhatian secara individual | | | | | |

B. KEPUASAN PELANGGAN

Petunjuk pengisian : Berilah tanda silang (X) pada tempat yang disediakan

Keterangan :

*) Pelayanan Yang Diterima

| | | |
|-----|---------------------|-----|
| SS | : Sangat Puas | = 5 |
| S | : Puas | = 4 |
| CS | : Cukup Puas | = 3 |
| TS | : Tidak Puas | = 2 |
| STS | : Sangat Tidak Puas | = 1 |

| NO | PERNYATAAN | Pelayanan Yang Diterima *) | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---|----|----|-----|
| | | SP | P | CP | TP | STP |
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Karyawan dan mekanik bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor memberikan pelayanan dengan cepat tanggap | | | | | |
| 2. | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan | | | | | |
| 3. | <i>Spareparts</i> yang disediakan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor lengkap | | | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 4. | Selalu memakai jasa <i>service</i> bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor tanpa mementingkan harga | | | | | |
| 5. | Bersedia menggunakan jasa <i>service</i> di bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor untuk masa yang akan datang | | | | | |
| 6. | Selalu percaya menggunakan jasa <i>service</i> di bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor | | | | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 7. | Mengatakan hal-hal yang baik / positif mengenai bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada orang lain yang baru dikenal | | | | | |
| 8. | Mereferensikan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada teman-teman | | | | | |
| 9. | Menyarankan bengkel PT Sanprima Sentosa Bogor kepada keluarga | | | | | |