



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SERVICE MOTOR HONDA PADA PT. KUSUMA SEJATI
INTI PRIMA TAJUR BOGOR**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Teguh Wibowo
021112190

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2018**

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SERVICE MOTOR HONDA PADA PT. KUSUMA SEJATI
INTI PRIMA TAJUR 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



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

Ketua Program Studi

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

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SERVICE MOTOR HONDA PADA PT. KUSUMA SEJATI
INTI PRIMA TAJUR BOGOR**

Skripsi

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

Teguh Wibowo
021112190

Menyetujui,

Ketua Sidang



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

Ketua Komisi Pembimbing



(Oktori Kiswati Zaini, S.E., M.M.)

Anggota Komisi Pembimbing



(Dra. Sri Pudjawati, M.M.)

ABSTRAK

TEGUH WIBOWO NPM 021112190 Manajemen Pemasaran. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Service Motor Honda Pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan dibawah bimbingan Ketua Komisi Pembimbing Oktor Kiswati Zaini dan Anggota Komisi Pembimbing Sri Pudjawati tahun 2018.

PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor merupakan dealer resmi penjualan dan servis motor merek Honda yang juga melayani klaim terhadap garansi motor Honda, pada tahun 2015-2016 secara rata-rata mengalami penurunan jumlah pelanggan diduga kurangnya kualitas pelayanan dan meningkatnya jumlah keluhan. Penurunan jumlah pelanggan servis motor tersebut tentunya menjadi masalah bagi Bengkel PT. Kusuma Sejati Inti Prima.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan servis motor Honda, untuk menganalisis kualitas pelayanan dan menganalisis seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan servis motor Honda.

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dengan 260 responden dengan metode penarikan metode accidental sampling, instrumen utama penelitian ini adalah kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya, metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus analisis deskriptif dan koefisien korelasi *rank spearman* dengan menggunakan bantuan SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor sebesar 80,69% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (80-100), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor Sangat Baik. Sedangkan tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor sebesar 79,94% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60-80), sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor Puas. Hasil analisis korelasi *rank spearman* antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,979. Karena nilai koefisien korelasi berada pada rentang (0,80-1,00) maka dapat disimpulkan bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor adalah Sangat Kuat. Dari hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan bahwa tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$ hal itu menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang signifikan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Service Motor Honda Pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor”**.

Pada kesempatan ini penyusun ini mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor. Baik kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan, bimbingan, dan doa yang begitu besar kuasa-Nya, juga bantuan moral, spirit, maupun materi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Perkenankan penyusun menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta, yang telah memberikan dukungan dalam bentuk moril maupun materil.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
3. Ibu Tutus Rully, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
4. Ibu Yudhia Mulya, S.E., M.M selaku sekretaris Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
5. Ibu Oktori Kiswati Zaini, S.E., M.M. selaku Ketua Komisi Pembimbing Skripsi atas segala bimbingan, masukan, saran, motivasi serta semangat pada penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Sri Pudjawati, M.M. selaku Anggota Komisi Pembimbing Skripsi atas segala bimbingan, masukan, saran, motivasi serta semangat pada penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
8. Bapak Sutopo selaku Kepala Bengkel di PT. KUSUMA SEJATI INTI PRIMA Tajur Bogor.
9. Semua teman-teman Kelas E Manajemen Angkatan 2012 dan teman-teman Angkatan 2013.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi, dukungan dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung, juga teman-teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Mudah-mudahan bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penyusun mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini, jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman penyusun. Oleh karena itu, penyusun sangat mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga berguna bagi perbaikan dan penyempurnaan dimasa yang akan datang.

Bogor, Mei 2018

Penyusun

DAFTAR ISI

	Hal
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasu dan Perumusan Masalah	4
1.2.1. Identifikasi Masalah	4
1.2.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1. Maksud Penelitian	5
1.3.2. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Manajemen Pemasaran	6
2.2. Pemasaran Jasa	7
2.2.1. Karakteristik Jasa	7
2.3. Kualitas Pelayanan	8
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	8
2.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	9
2.3.3. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	11
2.3.4. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan	12
2.3.5. Model Kualitas Pelayanan	14
2.4. Kepuasan	15
2.4.1. Pengertian Kepuasan	15
2.4.2. Model Konseptual kepuasan Pelanggan	16
2.4.3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	19
2.5. Penelitian Terdahulu dan Kerangka Penelitan	21
2.5.1. Penelitan Terdahulu	21
2.5.2. Kerangka Penelitian	22
2.6. Konstelasi Penelitian	22
2.7. Hipotesis Penelitian	23

BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
	3.1. Jenis Penelitian	24
	3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian.....	24
	3.2.1. Objek Penelitian.....	24
	3.2.2. Unit Analisis	24
	3.2.3. Lokasi Penelitian.....	24
	3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	24
	3.4. Operasionalisasi Variabel	25
	3.5. Metode Penarikan Sampel	26
	3.6. Metode Pengumpulan Data.....	26
	3.7. Metode Pengolahan data/Analisis Data	28
	3.7.1. Uji Validitas dan Realibilitas	28
	3.7.2. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	4.1. Gambaran Umum Perusahaan	35
	4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	35
	4.1.2. Kegiatan Usaha	35
	4.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	36
	4.1.4. Profil Responden.....	38
	4.2. Pembahasan	43
	4.2.1. Tingkat Kualitas Pelayanan pada PT. Kusuma sejati inti Prima Tajur Bogor	43
	4.2.2. Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor	55
	4.3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan	67
	4.4. Interpretasi Hasil Penelitian	68
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1. Kesimpulan	70
	5.2. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Perkembangan Jumlah Sepeda Motor di Indonesia Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2016	1
Tabel 2	Data keluhan Pelanggan service Motor Tahun 2015-2016.....	3
Tabel 3	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4	Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 5	Skala Likert Kinerja	27
Tabel 6	Skala Likert Kepuasan	27
Tabel 7	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	29
Tabel 8	Hasil Uji Validitas Kepuasan.....	30
Tabel 9	Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	32
Tabel 10	Uji Reabilitas Variabel Kepuasan	32
Tabel 11	Kriteria Koefisien Korelasi	33
Tabel 12	Dalam 1 tahun berapa kali ke bengkel	38
Tabel 13	Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 14	Usia Responden.....	39
Tabel 15	Pekerjaan Responden	40
Tabel 16	Pendidikan Terakhir Responden	40
Tabel 17	Pendapatan Responden.....	41
Tabel 18	Berdasarkan Status Alamat	42
Tabel 19	Pernyataan Responden “Bangunan Dealer dan Service Memadai” ...	43
Tabel 20	Pernyataan Responden “Fasilitas dan Peralatan yang memadai”	43
Tabel 21	Pernyataan Responden “Kebersihan dan Kerapihan Karyawan”	44
Tabel 22	Pernyataan Responden “Lokasi Dealer dan Servis motor strategis”..	45
Tabel 23	Pernyataan Responden “Pelayanan Diselesaikan Tepat Waktu”	45
Tabel 24	Pernyataan Responden “Penjadwalan Giliran Service Motor Secara Tepat”	46
Tabel 25	Pernyataan Responden “Pelanggan Yang Datang, Disambut dan Dilayani Dengan Segera”	47
Tabel 26	Pernyataan Responden “ Karyawan menerima keluhan dan saran pelanggan dengan baik ”	48

Tabel 27	Pernyataan Responden “Perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan”	48
Tabel 28	Pernyataan Responden “Karyawan Bengkel Selalu Sigap Menangani Keluhan Pelanggan”	49
Tabel 29	Pernyataan Responden “Karyawan memberikan pelayanan yang tepat”	50
Tabel 30	Pernyataan Responden “Para Karyawan Bengkel Menjelaskan kebutuhan service motor pelanggan”	50
Tabel 31	Pernyataan Responden “Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor”	51
Tabel 32	Pernyataan Responden “Pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda”	52
Tabel 33	Pernyataan Responden “Karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor”	53
Tabel 34	Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor	53
Tabel 35	Pernyataan Responden “Bangunan Dealer dan Servis Memadai”	55
Tabel 36	Pernyataan Responden “Fasilitas dan Peralatan yang memadai”	56
Tabel 37	Pernyataan Responden “Kebersihan dan kerapihan karyawan”	56
Tabel 38	Pernyataan Responden “Lokasi Dealer dan Servis motor strategis”..	57
Tabel 39	Pernyataan Responden “Pelayanan Diselesaikan Tepat Waktu”	58
Tabel 40	Pernyataan Responden “Penjadwalan Giliran Service Motor Secara Tepat”	58
Tabel 41	Pernyataan Responden “Pelanggan Yang Datang, Disambut dan Dilayani Dengan Segera”	59
Tabel 42	Pernyataan Responden “Karyawan menerima keluhan dan saran pelanggan dengan baik”	60
Tabel 43	Pernyataan Responden “Perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan”	61
Tabel 44	Pernyataan Responden “Karyawan Bengkel Selalu Sigap Menangani Keluhan Pelanggan”	61
Tabel 45	Pernyataan Responden “Para Karyawan memberikan pelayanan yang tepat”	62
Tabel 46	Pernyataan Responden “Para Karyawan mengetahui kebutuhan service motor pelanggan”	63

Tabel 47	Pernyataan Responden “Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service”	64
Tabel 48	Pernyataan Responden “Pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi honda”	64
Tabel 49	Pernyataan Responden “Karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor”	65
Tabel 50	Hasil Rata-Rata Kepuasan Pelanggan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor	66
Tabel 51	Hasil uji korelasi rank spearman	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Grafik Jumlah Pelanggan Service Motor Honda pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor tahun 2015-2016	3
Gambar 2.	Konsep Kepuasan Pelanggan	16
Gambar 3.	Pembentukan Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan	17
Gambar 4.	Model anteseden dan Kepuasan Pelanggan	18
Gambar 5.	Kontelasi Penelitian	23
Gambar 6.	Kurva Uji Hipotesis	34
Gambar 7.	Struktur Organisasi PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor	36
Gambar 8.	Dalam 1 tahun berapa kali ke bengkel	38
Gambar 9.	Jenis Kelamin Responden	39
Gambar 10.	Usia Responden	39
Gambar 11.	Pekerjaan Responden	40
Gambar 12.	Pendidikan Terakhir Responden	41
Gambar 13.	Pendapatan Responden	41
Gambar 14.	Alamat Responden	42
Gambar 15.	Kurva Uji Hipotesis	68

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Rekap Data Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Hasil *Output SPSS*
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Riset Perusahaan

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era kemajuan teknologi sekarang ini telah membawa kita pada kemajuan teknologi yang begitu pesat. Semua itu dapat dilihat dari gaya hidup masyarakat yang selalu dimanjakan oleh teknologi-teknologi mutakhir salah satunya adalah teknologi otomotif. Perkembangan dunia otomotif di tanah air terbilang selalu mengalami kemajuan dalam bidang transportasi, persaingan dalam dunia bisnis semakin kuat, sehingga akan membuat para pengusaha menciptakan berbagai strategi yang tepat untuk memasarkan produknya dan memenangkan persaingan untuk memaksimalkan pendapatan atau laba.

Industri otomotif juga memiliki peranan yang cukup penting dalam menggerakkan perekonomian di Indonesia karena banyak produsen dunia yang menanamkan investasinya. Memiliki kendaraan lebih dari satu menjadi hal yang wajar bagi kalangan masyarakat menengah keatas. Perkembangan jumlah kendaraan sepeda motor di Indonesia dari tahun ke tahun pun mengalami peningkatan.

Tabel 1
Perkembangan Jumlah Kendaraan Sepeda Motor di Indonesia Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016

No	Tahun	Jumlah sepeda motor
1	2013	84.732.652
2	2014	92.976.240
3	2015	98.881.267
4	2016	105.150.082

Sumber: www.bps.go.id, Tahun 2017

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa sepeda motor merupakan alat transportasi yang cukup diminati oleh kalangan masyarakat indonesia karena setiap tahun selalu mengalami peningkatan jumlah kendaraan sepeda motor di indonesia, di samping efisien waktu yang lebih cepat dibandingkan dengan menggunakan kendaraan mobil menggunakan motorpun masyarakat dapat lebih menghemat waktu.

Persaingan antar pelaku bisnis industri otomotif di Indonesia bisa dikatakan sangat ketat, beberapa langkah strategis pun dilakukan oleh para pelaku industri yang ada dari mulai aktivitas promosi yang sangat gencar, penekan harga produk hingga kualitas pelayanan yang diberikan dealer dan bengkel service motor kepada konsumen. Kebijakan-kebijakan tersebut dilakukan hanya untuk satu tujuan yaitu memenangi persaingan yang akan berdampak pada tingginya laba yang diterima.

Salah satu perusahaan penyedia solusi otomotif Honda adalah PT. Kusuma Sejati Inti Prima merupakan perusahaan yang bergerak di bidang dealer dan service motor Honda yang berada di Jalan Raya Tajur Bogor Timur, Jawa Barat yang berdiri

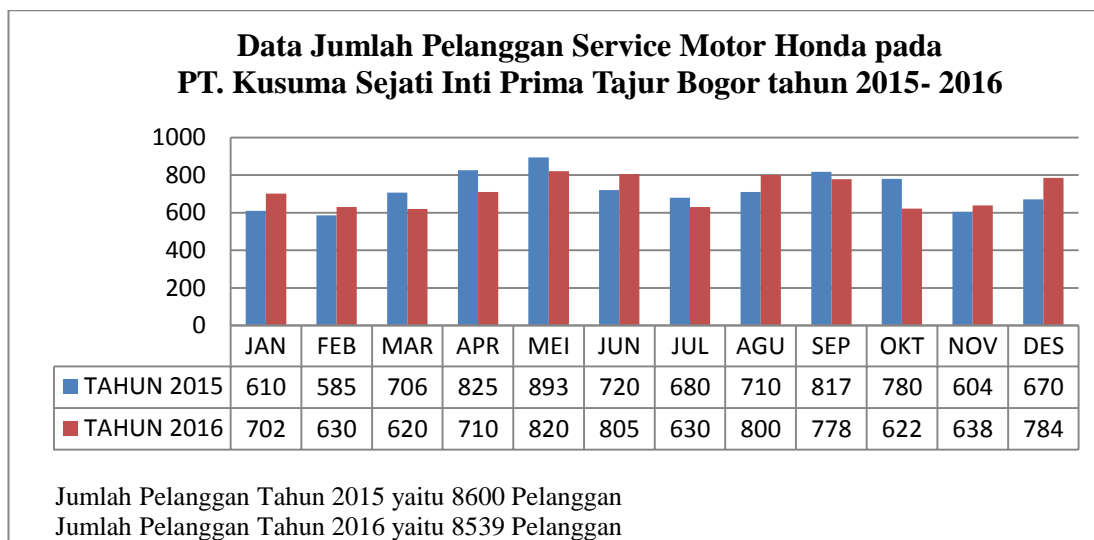
sejak tahun 2002 sampai sekarang. Selain menjual produk motor perusahaan itu juga menerima jasa service kendaraan motor, penjualan sparepart motor dan accesoris motor. Dalam menerima jasa perbaikan berkala kendaraan motor PT. Kusuma Sejati Inti Prima melakukan pelayanan yang baik bagi pelanggan agar pelanggan merasa nyaman ketika melakukan perbaikan berkala di PT. Kusuma Sejati Inti Prima. Karena kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk, yang di kehendaki oleh pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan yang dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan bersaing perusahaan.

Menurut J. Supranto (2011:228) kualitas adalah sifat dari penampilan produk atau kinerja yang merupakan bagian utama dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Sedangkan kepuasan pelanggan merupakan faktor penentu dalam strategi pemasaran dan dipastikan sebagai cara jitu dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat.

Menurut Philip Kotler, dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:181) kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipresepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan pelanggan terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, pelanggan akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lain.

Di dalam dunia bisnis telah banyak terdapat perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa. Khususnya di bidang dealer dan service motor. Maraknya persaingan bisnis dealer dan servis motor ditandai dengan semakin banyaknya jumlah perusahaan-perusahaan otomotif sejenis di beberapa lokasi yang bahkan saling berdekatan satu sama lain maka pelanggan dihadapkan oleh pilihan yang sangat banyak. Kualitas layanan kepada pelanggan menjadi sangat penting, hal ini berkaitan dengan *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan).

Meskipun demikian fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) dalam melakukan servis motor pada kenyataannya tidak cukup memberi pengaruh terhadap pelanggan pembeli jasa dan berdampak pada penurunan jumlah pelanggan service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima). Berikut merupakan data jumlah pelanggan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor tahun 2015-2016.



Sumber: PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor, Tahun 2017

Gambar 1

Grafik Jumlah Pelanggan Service Motor Honda pada
PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor tahun 2015-2016

Berdasarkan data jumlah pelanggan diatas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan dealer service motor PT. Kusuma Sejati Inti Prima tahun 2015-2016 mengalami penurunan, pada tahun 2015 besarnya jumlah pelanggan yaitu sebesar 8600 dan pada tahun 2016 terjadi penurunan jumlah pelanggan sebesar 8539. Penurunan jumlah pelanggan terbesar pada tahun 2015 terjadi pada bulan Februari sebesar 585 pelanggan, sedangkan jumlah penurunan pelanggan terbesar tahun 2016 terjadi pada bulan Maret sebesar 620 pelanggan. Penurunan jumlah pelanggan service tersebut diduga karena adanya ketidakpuasan pelanggan dan dilatar belakangi oleh persaingan bisnis sejenis. Adapun competitor yang dihadapi oleh (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) di daerah Tajur adalah bengkel service Honda Admitira Tajur dan bengkel service Honda PT. SAM motor Tajur.

Berikut ini adalah data keluhan pelanggan dealer dan service motor honda yang diterima (PT. Kusuma Sejati Inti Prima).

Tabel 2

Data keluhan Pelanggan service motor honda PT. Kusuma Sejati Inti Prima
Tahun 2015-2016

NO	INDIKATOR	KATEGORI KELUHAN	TAHUN	
			2015	2016
1	Realibility	Kemampuan staff service memahami masalah teknis	11	17
2	Responsivensess	Kecepatan proses pengerjaan service	13	16
3	Assurance	Penampilan staff service saat berinteraksi	7	12
4	Emphati	Menjelaskan secara meyakinkan	14	13

		kemampuan service		
5	Tangibles	Kenyamanan fasilitas ruang tunggu dan kebersihan	15	14
		TOTAL	60	72
		Jumlah Pelanggan	8600	8539
		Presentase	0.70%	0.84%

Sumber : PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor, Tahun 2017

Berdasarkan tabel 2 diatas jumlah keluhan pelanggan service motor pada tahun 2015-2016 terus mengalami kenaikan setiap tahun nya, jumlah keluhan pada tahun 2015 sebesar 60 keluhan dan pada tahun 2016 jumlah keluhan meningkat menjadi 72 keluhan. kenaikan jumlah pelanggan komplain tertinggi pada tahun 2015 yaitu pada indikator tangibles dengan jumlah keluhan sebesar 15 keluhan dan pada tahun 2016 jumlah komplain tertinggi yaitu pada indikator realibility sebesar 17 keluhan, diduga pelanggan yang merasa tidak puas setelah melakukan service motor, dan berdampak pada meningkatnya jumlah keluhan pelanggan yang melakukan service motor tahun 2015-2016 pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima. Dari banyaknya komplain atau keluhan jelas memperkuat adanya permasalahan yang dialami oleh PT. Kusuma Sejati Inti Prima tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen kurang maksimal. Kondisi ini memberikan dugaan bahwa menurunnya jumlah pelanggan service PT. Kusuma Sejati Inti Prima berdampak juga pada naiknya jumlah keluhan pelanggan PT. Kusuma Sejati Inti Prima yang diduga adanya ketidakpuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berakaitan dengan kepuasan pelanggan maka penulis mengambil judul: **“Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Service Motor Honda Pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor”**.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas terjadi penurunan jumlah pelanggan service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) di tahun 2015-2016 diduga fasilitas dan pelayanan yang diberikan kenyataannya tidak cukup memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan berdampak juga kepada meningkatnya jumlah keluhan pada bengkel service motor yang diterima PT. Kusuma Sejati Inti Prima pada tahun 2015-2016. Oleh karena itu PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor harus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan service motor honda sehingga pelanggan akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak bengkel agar memenuhi keinginan pelanggan.

1.2.2. Perumusan Masalah

1. Seperti apakah kualitas pelayanan service motor Honda pada PT.Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor?
2. Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan service motor Honda pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima?
3. Bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan service motor Honda pada PT.Kusuma Sejati Inti Prima?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan untuk menganalisis hubungan kualitas pelayanan service motor honda terhadap kepuasan pelanggan PT. Kusuma Sejati Inti Prima, sehingga permasalahan yang diharapkan dapat diselesaikan atau terpecahkan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan service motor honda pada PT.Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor.
2. Untuk mengetahui besaran tingkat kepuasan pelanggan service motor honda pada PT.Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor.
3. Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan service motor honda pada PT.Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian mencakup dua hal, di antaranya:

1. Kegunaan teoritik, yaitu penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi manajemen khususnya ilmu manajemen pemasaran mengenai hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kegunaan praktik, yaitu dapat dipakai sebagai bahan evaluasi perusahaan bersangkutan untuk lebih memperhatikan bahkan semakin meningkatkan kualitas pelayanan mereka di kemudian hari. Dari dimensi kualitas pelayanan yang diciptakan oleh perusahaan diharapkan kedepannya perusahaan mampu berbenah agar tercipta sebuah kepuasan konsumen dan mampu merebut perhatian masyarakat sehingga dapat menguasai pasar lebih baik lagi seperti yang diharapkan jangka panjang oleh perusahaan terkait.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Pemasaran

Perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan perusahaannya harus memiliki strategi dalam mengatur pemasarannya. Pemasaran harus dapat menafsirkan kebutuhan dan keinginan konsumen, mengembangkan produk, menetapkan harga produk, mendistribusikan produk, mempromosikan produk secara efektif. Serta mengkombinasikannya dengan data pasar seperti lokasi konsumen, jumlah dan keseluruhan konsumen.

Manajemen pemasaran menurut definisi Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam Bob Sabran (2009:10) adalah: “Seni dan ilmu memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar itu”. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian dalam penerapan suatu aktivitas pemasaran untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Konsep dasar yang melandasi pemasaran adalah kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia adalah pernyataan dari rasa kehilangan, dan manusia mempunyai banyak kebutuhan yang kompleks. Kebutuhan manusia yang kompleks tersebut karena bukan hanya fisik, tetapi juga rasa aman, aktualisasi diri, sosialisasi, penghargaan, kepemilikan. Semua kebutuhan berasal dari masyarakat konsumen, bila tidak puas konsumen akan mencari produk atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut.

Berikut ini adalah definisi pemasaran, menurut Philip Kotler dan Lane Keller (2012:27) adalah :

”Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value customers, clients, partners, and society at large”.

Marketing Association of Australia and New Zealand dalam Buchari Alma (2007:3) :

“Pemasaran adalah aktivitas yang memfasilitasi dan memperlancar suatu hubungan pertukaran yang saling memuaskan melalui penciptaan, pendistribusian, promosi dan penentuan harga dari barang, jasa dan ide”.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan serangkaian aktifitas perusahaan yang saling berhubungan, sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Tujuan kunci pemasaran adalah mengembangkan hubungan yang dalam dan bertahan lama dengan orang dan

organisasi yang dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kesuksesan aktivitas pemasaran perusahaan tersebut.

2.2. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa merupakan disiplin ilmu yang masih relatif baru. Industri jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh sangat pesat. Pertumbuhan tersebut akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Kondisi tersebut secara langsung menghadapkan para pelaku bisnis kepada permasalahan persaingan usaha yang semakin tinggi, semakin tingginya tingkat persaingan sehingga diperlukan manajemen pemasaran jasa yang berbeda dibandingkan dengan pemasaran tradisional (barang).

Menurut Payne dalam buku Ratih Hurriyati (2010:42) bahwa 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 penyelarasan sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar.

Menurut Yazid (2008:13) pemasaran jasa merupakan penghubung antara organisasi dengan konsumennya. Peran penghubung ini akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada pasar. Keterlibatan semua pihak, dari manajemen puncak hingga karyawan non-manajerial, dalam merumuskan maupun mendukung pelaksanaan pemasaran yang berorientasi kepada konsumen tersebut merupakan hal yang tidak bisa ditawar-menawar lagi.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Daryanto (2011:236), pemasaran jasa adalah mengenai janji-janji. Janji-janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga. Kerangka kerja strategik diketahui sebagai *service triangle* yang memperkuat pentingnya orang dalam perusahaan dalam membuat janji mereka dan sukses dalam membangun *customer relationship*.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa, pemasaran jasa merupakan penghubungan antara sebuah organisasi/perusahaan dengan para konsumen. Penghubung yang dimaksud disini ialah semua pihak dari manajemen puncak hingga karyawan non-manajerial mengenai janji-janji yang dibuat kepada konsumen dan janji tersebut harus dijaga dengan cara selalu membangun hubungan yang baik dengan konsumen.

2.2.1. Karakteristik Jasa

Menurut Fandy Tjiptono (2014:31) karakteristik produk jasa didefinisikan terdiri dari :

1) Tak berwujud (*intangibility*)

Sifat jasa tak berwujud artinya tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa tersebut dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian pembeli akan mencari bukti kualitas dengan mengambil kesimpulan dari tempat, orang, peralatan, bahan komunikasi, simbol, dan harga.

2) Tak terpisahkan (*inseparability*)

Sifat jasa tak terpisahkan, bahwa sementara barang fisik dibuat, dimasukkan dalam persediaan, didistribusikan melalui berbagai perantara, dan dikonsumsi kemudian. Jasa pada umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus.

3) Bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat beraneka rupa, karena tergantung siapa yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Seringkali pembeli jasa menyadari akan keanekaragaman yang besar ini dan membicarakan dengan yang lain sebelum memilih satu pelayanan jasa.

4) Mudah musnah (*Perishability*)

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sangat berkaitan, kualitas layanan merupakan hal yang sangat penting pada suatu bisnis pelayanan. Sifat jasa ini tidak dapat disimpan, jadi dapat musnahnya jasa bisa menjadi masalah ketika berfluktuasi.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan industri jasa sangat beragam, sehingga tidak mudah untuk menyamakan cara pemasarannya. Klasifikasi jasa dapat membantu memahami batasan-batasan dari industri jasa dan memanfaatkan pengalaman industri jasa lainnya yang mempunyai masalah dan karakteristik yang sama untuk diterapkan pada suatu bisnis jasa.

2.3. Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan kini sangat dibutuhkan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan pelanggan.

Menurut pengertian dalam buku Fandy Tjiptono (2014:83) kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut pengertian dalam buku Freddy Ranguti (2006:28) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan.

Menurut pengertian dalam buku Philip Kotler (2009:83) pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya apabila jasa yang diterima pelanggan lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk

Dari definisi-definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang telah mereka terima sesuai dengan yang mereka harapkan, maka kualitas pelayanan dapat diterima dengan baik dan memuaskan para konsumen.

2.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas suatu produk ataupun jasa perlu ditentukan melalui dimensi – dimensinya. Berikut dimensi kualitas jasa/pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra yang dikutip dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2014:198), yang telah melakukan berbagai riset mengenai kualitas jasa/pelayanan dan mengidentifikasi faktor - faktor yang mempengaruhi kualitas jasa/pelayanan yang dapat disebut sebagai dimensi kualitas. Dalam perkembangan riset yang dilakukan terdapat lima dimensi kualitas pelayanan utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1) Reliabilitas (*Reliability*),

Bahwa pada komponen ini, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan pelanggan, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

3) Jaminan (*Assurance*)

Yakni keyakinan yang meliputi perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

4) Empati (*Empathy*)

Berarti bahwa dimana perusahaan memberikan perhatian serta memahami masalah para pelanggan dan bertindak bagi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada pelanggan.

5) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Meliputi daya tarik fasilitas fisik dari kualitas, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, kebersihan gedung, kerapian, kenyamanan ruangan, serta penampilan karyawan.

Sedangkan menurut Philip Kotler (2006:284) dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai, berikut:

1) Berwujud (*Tangible*)

Berupa penampilan fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi yang baik.

2) Empati (*Empathy*)

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan, jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar terjaga hubungan yang harmonis, dengan cara menunjukkan rasa peduli yang tulus

3) Daya tanggap (*Responsivness*)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen

4) Keandalan (*Realibility*)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, dan akurat serta konsisten

5) Kepastian (*Assurance*)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen

Selanjutnya menurut Valarie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman yang dikutip dalam buku Christopher Lovelock dan Jochen Wirtz (2009:407) mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan yang menentukan kualitas pelayanan yaitu:

1) *Tangibles*

Appearance of physical facilities, equipment, personnel, and communication materials.

2) *Reliability*

Ability to perform the promised service dependably and accurately.

- 3) *Responsiveness*
Willingness to help customers and provide prompt service.
- 4) *Assurance*
 - *Credibility is trustworthiness, believability, honesty of the service provider.*
 - *Security is freedom from danger, risk, or doubt.*
 - *Competence is possession of the skills and knowledge required to perform the service*
 - *Courtesy is politeness, respect, consideration, and friendliness of contact personnel.*
- 5) *Empaty*
 - *Access is approachability and ease of contact.*
 - *Communication is listening to customers and keeping them informed in a language they can understand.*
 - *Understanding the customer is making the effort to know customers and their needs.*

Dari beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

2.3.3. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Dalam rangka menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi organisasi untuk menyempurnakan kualitas, organisasi bersangkutan harus mampu mengimplementasikan enam prinsip utama yang berlaku bagi perusahaan. Keenam prinsip ini sangat bermanfaat dalam membentuk mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh para pemasok, karyawan, dan pelanggan. Menurut Wolkins, yang dikutip oleh Muwafik Saleh (2010:105) keenam prinsip tersebut terdiri atas:

1) Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

2) Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat, teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas. Perencanaan Strategi Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran

dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

3) Review

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terusmenerus terhadap upaya mewujudkan sasaran-sasaran kualitas.

4) Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun dengan *stakeholder* lainnya.

5) Total Human Reward

Reward dan *recognition* merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki (*sense of belonging*) setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan produktifitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa prinsip-prinsip kualitas pelayanan diperlukan untuk menyempurnakan kualitas pelayanan.

2.3.4. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan

Unsur-unsur kualitas pelayanan yang dikutip dalam Muwafik Saleh (2010:125) antara lain adalah sebagai berikut:

1. Penampilan.

Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (resepsionis) memerlukan persyaratan seperti berpenampilan menarik, badan harus tegap/tidak cacat, tutur bahasa menarik, familiar dalam berperilaku, penampilan penuh percaya diri.

2. Tepat Waktu dan Janji.

Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelanggan bukan sebaliknya selalu ingkar janji. Demikian juga waktu jika mengutarakan 2 hari selesai harus betul-betul dapat memenuhinya.

3. Kesiediaan Melayani.

Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para pelanggan.

4. Pengetahuan dan Keahlian.

Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Di sini petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang diisyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.

5. Kesopanan dan Ramah Tamah.

Masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan sosial rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat dituntut adanya keramah-tamahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kepada pelanggan.

6. Kejujuran dan Kepercayaan.

Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayan yang dipercaya dari segi sikapnya, dapat dipercaya dari tutur katanya, dapat dipercayakan dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas. Unsur pelayanan prima dapat ditambah unsur yang lain.

7. Kepastian Hukum.

Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum. Bila setiap hasil yang tidak mempunyai kepastian hukum jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat, misalnya pengurusan KTP, KK dan lain-lain bila ditemukan cacat hukum akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang mengeluarkan surat legitimasi tersebut.

8. Keterbukaan.

Secara pasti bahwa setiap urusan/kegiatan yang memperlakukan ijin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegakkan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.

9. Efisien.

Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta kualitas yang tinggi. Dengan demikian efisiensi dan efektifitas merupakan tuntutan yang harus diwujudkan dan perlu diperhatikan secara serius.

10. Biaya.

Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

11. Tidak Rasial.

Pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukuan, agama, aliran dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.

12. Kesederhanaan.

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan.

Berdasarkan uraian-uraian diatas bahwa dapat disimpulkan kualitas pelayanan memlki banyak unsur-unsur yang berpengaruh kepada kualitas produk atau jasa

Dapat disimpulkan penjelasan ahli diatas bahwa untuk mencapai kualitas pelayanan yang baik diperlukan unsur-unsur tersebut tergantung industri jasa nya.

2.3.5. Model Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil sintesis terhadap berbagai riset yang telah dilakukan, Grongoos yang dikutip dalam Fandy Tjiptono (2014:261) mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik, yakni sebagai berikut:

1. *Professionalism and Skills.*

Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional (*outcomerelated criteria*).

2. *Attitudes and Behavior.*

Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa (*customer contact personel*) menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah.

3. *Accessibility and Flexibility.*
Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes.
4. *Reliability and Trustworthiness.*
Pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam menentukan janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan.
5. *Recovery.*
Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat.
6. *Reputation and Credibility.*
Pelanggan meyakini bahwa operasi dari jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai/imbalan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Kualitas layanan pada prinsipnya adalah untuk menjaga janji pelanggan agar pihak yang dilayani merasa puas dan diungkapkan. Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan organisasi pemberi layanan.

Dari penjelasan ahli diatas merupakan persepsi pelanggan atau konsumen terhadap jasa yang diterimanya sehingga pelanggan merasa terpuaskan dengan kinerja yg di berikan.

2.4. Kepuasan

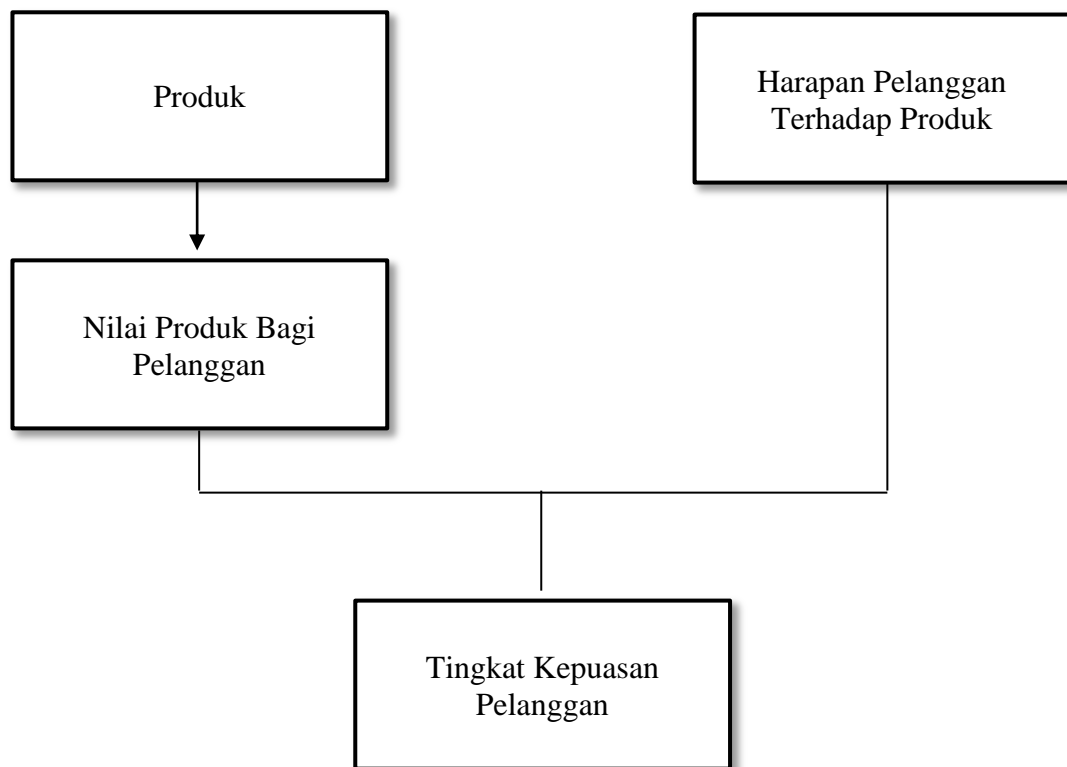
2.4.1. Pengertian Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller (2006:144), menandakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Untuk mengetahui masalah kepuasan konsumen terlebih dahulu harus didapati pengertian arti kepuasan itu sendiri.

Howard dan Sheth dalam Fandy Tjptono (2014:353), mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Menurut Westbrook dalam Fandy Tjiptono (2014:359), berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli .

Sedangkan menurut Mowen dalam Fandy Tjiptono (2014:370), merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya.



Sumber: Manajemen jasa, Fandy Tjiptono (2006)

Gambar 2 **Konsep Kepuasan Pelanggan memenuhi harapan dan keinginannya**

Pelanggan baru akan merasa puas apabila kinerja layanan servis motor yang diperolehnya sama atau melebihi harapannya atau sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan akan muncul apabila kinerja layanan servis motor yang diperolehnya tidak sesuai dengan harapannya.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kepuasan adalah perasaan seseorang terhadap hasil yang diterima serta memenuhi harapan dan keinginannya.

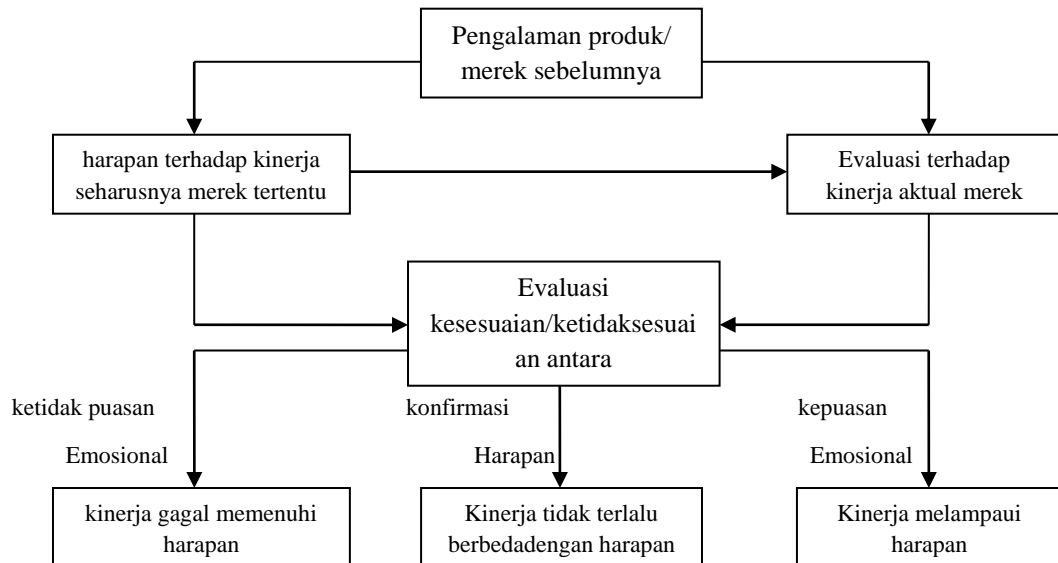
2.4.2. Model Konseptual Kepuasan Pelanggan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan/ketidakpuasan pelanggan menurut Fandy Tjiptono (2014:361) yaitu: model diskonfirmasi harapan (*expectansi*

disconfirmation model, *equity theory*, serta model anteseden dan konsekuensi kepuasan pelanggan.

1. *Expectansi Disconfirmation Model*

Model yang berkembang pada dekade 1970-an ini mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai “evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan”. Secara sistematis, model ini ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 3
pembentukan Kepuasan/ketidakpuasan Pelanggan

Berdasarkan konsumsi atau pemakaian produk/merek tertentu dan juga merek lainnya dalam kelas produk yang sama, pelanggan membentuk harapan mengenai kinerja seharusnya dari merek bersangkutan. Harapan atas kinerja ini dibandingkan dengan kinerja aktual produk (yakni persepsi terhadap kualitas produk). Jika kualitas lebih rendah dari pada harapan, yang terjadi adalah ketidakpuasan emosional (*negative disconfirmation*). Bila kinerja lebih besar dibandingkan harapan, kepuasan emosional yang terjadi (*positive disconfirmation*). Sedangkan bila kinerja samadengan harapan, maka yang terjadi adalah konfirmasi harapan (*simple disconfirmation* atau *non-satisfaction*). Situasi ini terjadi bila kinerja merek, jasa atau penyedia jasa tertentu menyamai harapan kinerja yang rendah, sehingga hasilnya bukan kepuasan dan bukan pula ketidakpuasan.

2. *Equity Theory*

Berdasarkan perspektif *Equity theory*, perasaan tidakpuas disebabkan keyakinan bahwa norma sosial telah dilanggar. Menurut teori ini, berlaku norma yang menegaskan bahwasetiap pihak dalam pertukaran harus mendapatkan perlakuan

adil atau fair. Sebaliknya ketidakpuasan terjadi jika pelanggan menyakini bahwa rasio hasil inputnya lebih jelek daripada perusahaan/penyedia jasa.

3. *Attribution Theory*

Attribution Theory mengidentifikasi proses yang dilakukan seseorang dalam menentukan penyebab aksi/tindakan dirinya, orang lain, dan obyek tertentu. Atribusi yang dilakukan seseorang bisa sangat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk atau jasa tertentu, karena atribusi memoderasi perasaan puas atau tidak puas.

4. *Experientially-Based Affective Feelings*

Pendekatan eksperiensial berpandangan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan pelanggan dengan barang atau jasa tertentu setelah pembelinya, dengan kata lain selain pemahaman kognitif mengenai diskonfirmasi harapan, perasaan yang timbul dalam proses beli juga mempengaruhi perasaan puas atau tidak puas terhadap produk yang dibeli.

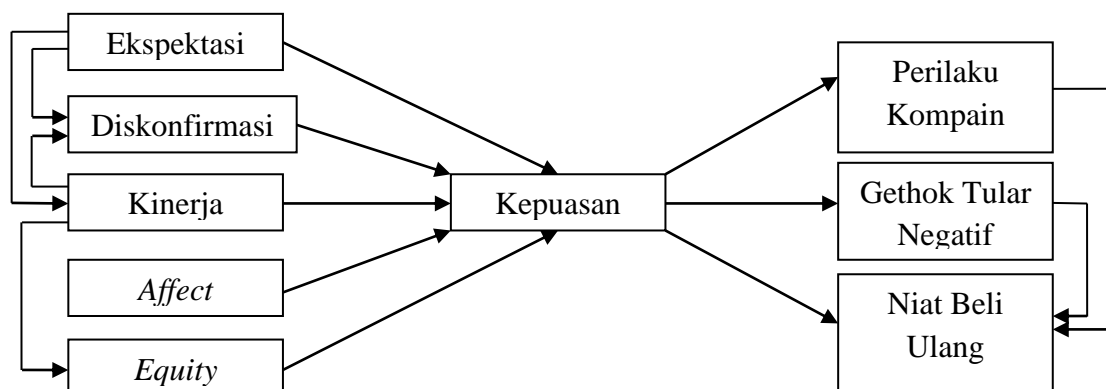
5. *Assimilation-Contrast Theory*

Menurut teori ini pelanggan mungkin menerima penyimpangan (*deviasi*) dari ekspektasinya dalam batas tertentu. Apabila produk jasa yang dibeli atau dikonsumsi tidak terlalu berbeda dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka kinerja produk/jasa tersebut akan diasimilasi/diterima dan produk/jasa bersangkutan akan dievaluasi secara positif (dinilai memuaskan). Akan tetapi jika produk/jasa melampaui zona penerimaan pelanggan (*zone of acceptance*), maka perbedaan yang akan dikonstraskan sedemikian rupa sehingga akan tampak lebih besar dari sesungguhnya.

6. *Opponent process theory*

Teori ini berusaha menjelaskan mengapa pengalaman pelanggan yang ada pada mulanya sangat memuaskan cenderung dievaluasi kurang memuaskan pada kejadian atau kesempatan berikutnya.

7. Model antecedent dan konsekuensi pelanggan



Gambar 4
Model antecedent dan kepuasan pelanggan

Gambar di atas menjelaskan model anteseden kepuasan pelanggan yang meliputi:

1. Ekspektasi pelanggan (sebagai antisipasi kepuasan)
2. Diskonfirmasi ekspektasi (ekspektasi berperan sebagai standar pembandingan kinerja)
3. Kinerja (*performance*)
4. *Affect*
5. *Equity* (penilaian pelanggan terhadap keadilan distributif, prosedural, dan interaksional)

Sedangkan konsekuensi kepuasan pelanggan diklasifikasikan menjadi tiga kategori:

1. Perilaku komplain
2. Perilaku gethok tular negatif (*negative word-of-mouth*)
3. Niat beli ulang (*repurchase intention*).

2.4.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Richard Gerson (2004:130) Kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor dari pihak pemberi pelayanan saja, tetapi juga dipengaruhi faktor dari luar maupun dari dalam diri pelanggan. Faktor dari dalam mencakup sumber daya, pendidikan, pengetahuan dan sikap. Faktor dari luar mencakup budaya, sosial ekonomi, keluarga dan situasi yang dihadapi.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:121) terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain:

1. Kualitas produk
Yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan dan jasa
Yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi
Yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih lagi.
4. Harga
Yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

5. Biaya

Yaitu pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Menurut M. Nur Nasution (2010:132), berpendapat bahwa faktor-faktor dasar yang mempengaruhi kepuasan yaitu:

1. Pengetahuan

Tingkat pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi perilaku individu, yang mana makin tinggi tingkat pengetahuan seseorang tentang kesehatan, maka makin tinggi untuk berperan serta.

2. Kesadaran

Bila pengetahuan tidak dapat dipahami, maka dengan sendirinya timbul suatu kesadaran untuk berperilaku berpartisipasi:

3. Sikap positif

Sikap merupakan reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek. Sedangkan salah satu kompensasi dari sikap yang positif adalah menerima (*receiving*), diartikan bahwa orang mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan.

4. Sosial ekonomi

Pelayanan yang diberikan oleh pegawai sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh pelanggan. Semakin tinggi biaya yang dikeluarkan oleh pasien maka semakin baik pelayanan yang diberikan.

5. Sistem nilai

Sistem nilai seseorang pelanggan sangat mempengaruhi seseorang pelanggan untuk mempersepsikan pelayanan yang diberikan.

6. Pemahaman pelanggan tentang jenis pelayanan yang akan diterimanya

Tingkat pemahaman pelanggan terhadap tindakan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang terhadap tindakan.

7. Empati

Yang ditunjukkan oleh pemberi pelayanan, sikap ini akan menyentuh emosi pelanggan. Faktor ini akan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pelanggan.

2.5. Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran

2.5.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 3
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Melia Anisah (2016)	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Bengkel PT. Sanprima Sentosa Bogor	1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Pelanggan	Analisis Deskriptif dan Koefisien Korelasi Rank Spearman	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan mempunyai hubungan yang kuat.
Yuli Septiani (2016)	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Honda Harika Motor Bogor	1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Pelanggan	Korelasi Product Moment dan Koefisien Korelasi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.
Rama Putra (2016)	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Mobil Mitsubishi PT. Srikandi Diamond Motors Cabang Cianjur	1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Pelanggan	Analisis Deskriptif dan Koefisien Korelasi Rank Spearman	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki hubungan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2.5.2. Kerangka Pemikiran

Dalam memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas, hendaknya memiliki cara-cara tersendiri dalam menarik minat konsumen untuk meningkatkan loyalitas dalam buku Fandy Tjiptono (2014:331). Adapun kriteria dalam memberikan pelayanan yang baik dilihat dari beberapa faktor antara lain :

1. Bukti fisik (*tangible*) yaitu meliputi lokasi dealer motor, penampilan gedung dan kelengkapan fasilitas dealer, ruang tunggu, kerapihan, kesopanan dan keramahan karyawan
2. Keandalan (*reability*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat. Misalnya kemudahan menghubungi perusahaan dan ketepatan janji mengenai waktu servis motor
3. Daya tanggap (*responsivene*) yaitu kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Misalnya kecepatan staff saat melayani pelanggan,
4. Jaminan (*assurance*) yaitu kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Misalnya keramahan dan kesopanan dari Costumer Service bengkel, kesopanan dari montir saat melayani pelanggan
5. Empati (*emphaty*) yaitu kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan atau konsumen. Misalnya perhatian dari karyawan untuk mendengar keluhan dari pelanggan dan memberi solusi serta pelayanan kepada pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas dan sebaliknya jika kinerja memenuhi dan melebihi harapan maka konsumen merasa sangat puas.

Menurut Philip Kotler (2006:36) ada 2 indikator kepuasan konsumen :

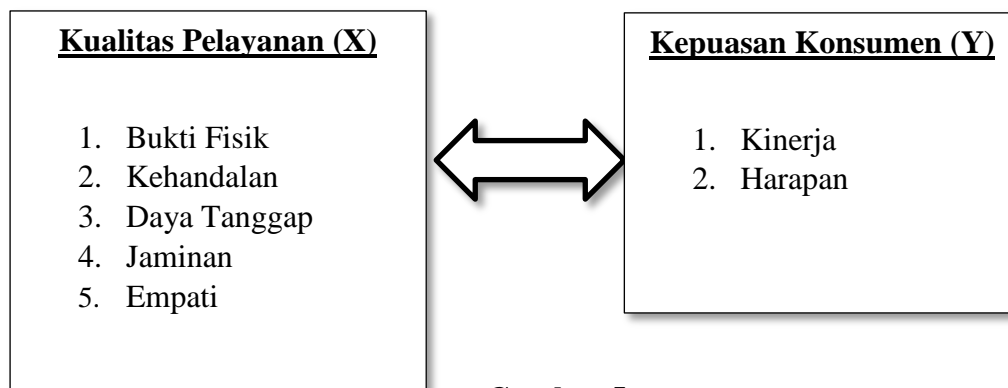
1. Kinerja adalah Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk yang dibeli.
2. Harapan adalah Pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk.

Kualitas Pelayanan dan jasa yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dalam buku Rambat Lupiyoadi (2013:121).

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka dapat di gambarkan Konstelasi Penelitian penelitian sebagai berikut:

2.6. Konstelasi Penelitian



Gambar 5
Konstelasi Penelitian

2.7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika terbukti salah, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Oleh karena itu rumusan hipotesis penelitian ini adalah

1. kualitas pelayanan yang dilakukan oleh dealer service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) terhadap pelanggan adalah baik.
2. Tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh dealer service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) di Tajur Bogor cukup memuaskan.
3. Kualitas Pelayanan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan dealer service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) di Tajur Bogor.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *Deskriptif Inferensial*, yaitu bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau status fenomena dalam mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan suatu keadaan (Arikunto:2010)

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel bebas, dengan indikator bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati sebagai variabel bebas (*independen*). Dan pengukuran kepuasan konsumen sebagai variabel terikat dengan indikator tingkat kinerja (*perceived performance*) dan tingkat harapan (*expectation*).

3.2.2. Unit Analisis

Unit analisis penelitian ini adalah tingkat individual, yaitu data yang dianalisis berasal dari setiap pelanggan service motor honda mengenai kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen pada PT Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor.

3.2.3. Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada salah satu Dealer Service motor Honda yang ber alamat di Jln Raya Tajur Bogor Timur No. 92

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penjelasan mengenai jenis dan sumber data penelitian yang peneliti ambil menggunakan metode data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dapat dihitung atau data-data yang tidak berupa angka tetapi merupakan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan masalah masalah yang diteliti seperti, pernyataan responden dan gambaran umum tentang Dealer Service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) yang dibuat menggunakan Skala Likert dan data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

mengacu pada informasi yang diperoleh yaitu : kuesioner,dan pengamatan atau observasi. Observasi dan kuesioner yang diisi oleh responden secara langsung kepada pengguna jasa service motor Honda PT. Kusuma Sejati Inti Prima

b. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data yang diperoleh dari beberapa sumber yaitu : jumlah pengunjung, gambaran perusahaan dan lain-lain

3.4. Operasionalisasi Variabel

Tabel 4
Operasionalisasi Variabel
Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Pelanggan Service Motor Honda PT. Kusuma Sejati Inti Prima

Variabel	Dimensi	Sub Variabel	Skala
Kualitas Pelayanan	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Bangunan dealer service motor Honda PT. Kusuma Sejati Inti Prima menarik dan memadai. • Fasilitas dan peralatan Service motor modern. • Penampilan karyawan rapi dan bersih. • Lokasi dealer dan service motor strategis. 	Ordinal
	Kehandalan (<i>Reability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Layanan diberikan kepada pelanggan sesuai prosedur perusahaan. • Pelanggan menerima pelayanan baik dan prima dari karyawan. • Pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan . 	Ordinal
	Empati (<i>Emphaty</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Menerima berbagai keluhan mengenai pelayanan yang diberikan. • Memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service motor. 	Ordinal
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Jika ada masalah pihak bengkel simpatik dan memberi kepastian waktu. • Karyawan memberikan pelayanan yang tepat . • Karyawan mengetahui kebutuhan service motor pelanggan 	Ordinal
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor. • Pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda . • Karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait servis motor. 	Ordinal

Kepuasan	Kinerja Harapan	<ul style="list-style-type: none"> • Mencapai tujuan yang diinginkan dengan service motor di dealer PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor. • Merasa puas service motor di dealer Motor PT. Kusuma Sejati Inti Prima sesuai dengan harapan. 	Ordinal
-----------------	--------------------------------------	---	---------

3.5. Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan cara penarikan sampel tidak berpeluang (*non probability sampling*). dengan metode *accidental sampling*, yaitu menentukan sampel secara kebetulan, dimana responden yang diambil adalah orang-orang yang secara kebetulan dijumpai atau diingat oleh peneliti, dan dalam penentuan jumlah sampel adalah dengan menerapkan metode *Slovin* dengan rumus :

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

$$n = \frac{712}{1+712(0,05)^2}$$

$$= 256,12 = 260$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi diambil dari rata-rata pelanggan perbulan tahun 2016 sebanyak $8539:12 = 712$

e = Batas kesalahan dalam pengambilan sampel sebesar 5%

3.6. Metode Pengumpulan Data

Ada dua jenis prosedur pengumpulan data yaitu dengan cara :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu pengumpulan data-data dari literature, jurnal internet, sumber-sumber lain yang berhubungan dengan masalah, membaca, dan mempelajari buku buku untuk memperoleh data-data berkaitan

2. Penelitian Lapangan (*field Research*)

Yaitu penulis melakukan pengamatan secara langsung ditempat dimana penelitian dilakukan akan dilakukan yaitu dealer motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) Tajur Bogor.

Adapun cara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

A. Wawancara

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

B. Observasi

Sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari jawaban yang diisi oleh responden yaitu dengan membagikan daftar pertanyaan yang telah disusun oleh penulis agar selanjutnya diisi oleh pelanggan dealer service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) Tajur Bogor, untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Dealer Service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) Tajur Bogor.

3. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk di isi. Dalam kuesioner terdapat uji validasi dan reliabilitas. Adapun pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena seseorang. Dalam skala likert, maka variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumental yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan. Jawaban setiap item instrumental yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, antara lain:

Tabel 5
Skala Likert Kinerja

Pilihan	Inisial	Skor
Sangat Baik	SB	5
Baik	B	4
Cukup Baik	CB	3
Kurang Baik	KB	2
Sangat Tidak Baik	STB	1

Tabel 6
Skala Likert Kepuasan

Pilihan	Inisial	Skor
Sangat Puas	SP	5
Puas	P	4
Cukup Puas	CP	3
Kurang Puas	KP	2
Sangat Tidak Puas	STP	1

3.7. Metode Pengolahan Data/Analisis Data

3.7.1. Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji validitas adalah tingkat keandalan dan keabsahan alat ukur yang digunakan. Instrument dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi (r) antar skor masing-masing pernyataan dengan total skor. Setelah itu dilakukan perbandingan antara r hitung dan 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 skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir.

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

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi antara variable X dan Y

$\sum X$ = Jumlah skor kali item pertanyaan X dan item pertanyaan Y.

$\sum Y$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan Y.

$\sum XY$ = Jumlah skor hasil Keterangan :

$\sum X^2$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan X yang telah dikuadratkan.

$\sum Y^2$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan y yang telah dikuadratkan.

n = Jumlah responden

Kriteria instrumen dikatakan valid apabila nilai korelasi adalah positif dan nilai probabilitas korelasi sig. (*2-tailed*) = derajat signifikansi 0,005 ($\alpha = 5\%$)

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika r hitung $< r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Tabel 7
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Indikator	r-tabel	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria
Pernyataan Kualitas Pelayanan				
Nilai yang diharapkan		0,361	> 0,361	Valid/ Tidak
Bukti Fisik (Tangible)				
1	Bangunan dealer dan service motor memadai dan layak	0,361	0,412	Valid
2	Fasilitas dan peralatan service motor modern.	0,361	0,435	Valid
3	Penampilan karyawan rapi dan bersih.	0,361	0,397	Valid
4	Lokasi Dealer dan Service motor strategis	0,361	0,462	Valid
Kehandalan (Reliability)				
5	Layanan diberikan kepada pelanggan sesuai prosedur perusahaan.	0,361	0,551	Valid
6	Pelanggan menerima pelayanan baik dan prima dari karyawan.	0,361	0,539	Valid
7	Pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan .	0,361	0,594	Valid
Empaty (Empathy)				
8	Menerima berbagai keluhan mengenai pelayanan yang diberikan.	0,361	0,631	Valid
9	Memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service motor	0,361	0,552	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)				
10	Jika ada masalah pihak bengkel simpatik dan memberi kepastian waktu.	0,361	0,563	Valid
11	Karyawan memberikan pelayanan yang tepat	0,361	0,587	Valid
12	Karyawan mengetahui kebutuhan service motor pelanggan .	0,361	0,587	Valid
Jaminan (Assurance)				
13	Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor.	0,361	0,653	Valid
14	Pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda .	0,361	0,377	Valid
15	Karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor.	0,361	0,642	Valid

Sumber : Data Hasil Olahan Penelitian (2018)

Berdasarkan hasil uji coba validitas variabel yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, empati, daya tanggap dan jaminan pada $n=30$ r tabel 0,361 dengan $\alpha= 0,05$ maka hasil pengujian validitas instrumen pada tabel diatas menunjukkan 15 pernyataan variabel kualitas pelayanan telah mencapai kriteria validitas. Semua koefisien validitas lebih tinggi daripada nilai kritis korelasi Pearson 0,361. Dengan demikian 15 pernyataan tersebut dianggap telah tepat digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan.

Tabel 8
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

No	Indikator	r-tabel	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria
Pernyataan Kepuasan				
	Nilai yang diharapkan	0,361	> 0,361	Valid/ Tidak
Bukti Fisik (Tangible)				
1	Bangunan dealer dan service motor memadai dan layak	0,361	0,492	Valid
2	Fasilitas dan peralatan Service motor modern.	0,361	0,449	Valid
3	Penampilan karyawan rapi dan bersih.	0,361	0,576	Valid
4	Lokasi Dealer dan Service motor strategis	0,361	0,386	Valid
Kehandalan (Reliability)				
5	Layanan diberikan kepada pelanggan sesuai prosedur perusahaan.	0,361	0,526	Valid
6	Pelanggan menerima pelayanan baik dan prima dari karyawan.	0,361	0,598	Valid
7	Pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan .	0,361	0,598	Valid
Empaty (Emphaty)				
8	Menerima berbagai keluhan mengenai pelayanan yang diberikan.	0,361	0,575	Valid
9	Perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan	0,361	0,529	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)				
10	Jika ada masalah pihak bengkel simpatik dan memberi kepastian waktu.	0,361	0,554	Valid
11	Karyawan memberikan pelayanan yang tepat.	0,361	0,621	Valid
12	Karyawan mengetahui kebutuhan service motor pelanggan .	0,361	0,634	Valid

Jaminan (Assurance)				
13	Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan servis motor.	0,361	0,685	Valid
14	Pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda .	0,361	0,482	Valid
15	Karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor.	0,361	0,597	Valid

Sumber : Data Hasil Olahan Penelitian (2018)

Berdasarkan hasil uji coba validitas kepuasan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, empati, daya tanggap dan jaminan pada $n=30$ r tabel 0,361 dengan $\alpha= 0,05$ maka hasil pengujian validitas instrumen pada tabel diatas menunjukkan 15 pernyataan tentang kepuasan telah mencapai kriteria validitas. Semua koefisien validitas lebih tinggi daripada nilai kritis korelasi Pearson 0,361. Dengan demikian 15 pernyataan tersebut dianggap telah tepat digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan.

2. Uji Realibilitas

Pengujian terhadap realibilitas atau keandalan dimaksudkan untuk mengetahui kuesioner dapat memberikan ukuran yang konsisten atau tidak, Instrument (kuesioner) yang reliable berarti mampu mengungkapkan data yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui ketetapan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat ukur . Suatu alat ukur mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi bila alat ukur tersebut diandalkan dalam arti pengukurannya dan dapat diandalkan karena penggunaan alat ukur tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang sempurna dengan memakai alat statistic SPSS.Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha cronbach*, Arikunto dalam Danang Sunyoto (2014:144)

$$\alpha = \left(\frac{1}{k - 1} \right) \left(\frac{1 - \sum_{t=1}^n Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan :

α = *Alpha cronbach's coefficient*

k = jumlah butir pertanyaan

Si^2 = variansi kelompok butir pertanyaan

St^2 = variansi total butir pertanyaan

Dalam penelitian ini untuk menentukan reliable atau tidak, menggunakan *alpha cronbach*. Kuesioner reliabel apabila *alpha cronbach* > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60 Danang Sunyoto (2014:125) jika kedua kriteria ini dipenuhi (uji validitas dan realibilitas).

Tabel 9
Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,877	15

Berdasarkan hasil uji coba koefisien reabilitas kualitas pelayanan sebesar 0,877 variable memiliki tingkat reliabilitas sangat baik jika nilai koefisien yang diperoleh > 0,6 atau 0,60. koefisien reliabilitas variable kualitas pelayanan sangat baik.

Tabel 10
Uji Reliabilitas Kepuasan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,887	15

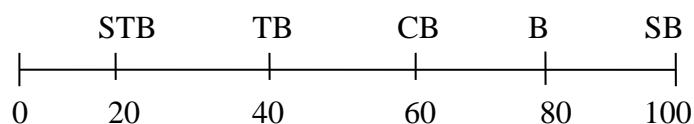
Berdasarkan hasil uji coba koefisien reliabilitas kepuasan konsumen sebesar 0,887 variable memiliki tingkat reliabilitas sangat baik jika nilai koefisien yang diperoleh >0,6 atau 0,60. Koefisien reliabilitas variable kepuasan konsumen sangat baik.

3.7.2. Metode Pengolahan/Analisis Data

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

1. Analisis deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor.
2. Total tanggapan responden:

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



3. Koefisien Korelasi Rank Spearman digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif/hubungan. Berikut rumus koefisien korelasi rank Spearman:

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

Dimana:

r = Koefisien korelasi rank Spearman

d_i^2 = Total kuadrat selisih antar ranking

n = Jumlah sampel penelitian

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

Tabel 11
Kriteria Koefisien Korelasi

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

Sumber: Sugiyono (2016,244)

4. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui signifikansi dari hasil penelitian apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak, dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : p = 0$: Tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dealer service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) Tajur Bogor.

$H_i : p \neq 0$: Adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dealer service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) Tajur Bogor.

Taraf nyata (α) yang digunakan yaitu $5\% = 0,05$

Statistik uji

$$Z_h = r \sqrt{n - 1}$$

keterangan:

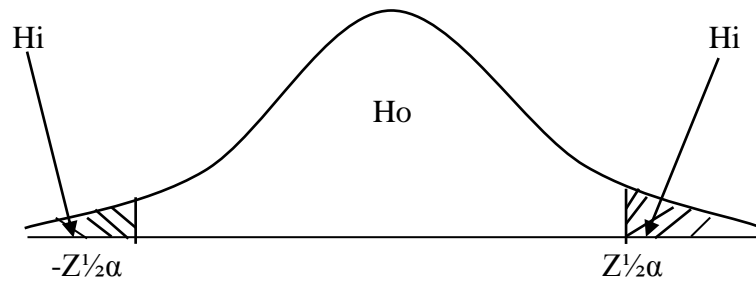
Z_h = nilai t_h

r = koefisien korelasi hasil r

n = jumlah responden

Kemudian menentukan daerah kritisnya dengan melihat table Z, kriteria penerimaan H_0 .

Terima H_0 jika: $-Z_{1/2\alpha} \leq Z_h \leq Z_{1/2\alpha}$



Gambar 6
Kurva Uji Hipotesis

Untuk memudahkan perhitungan maka penulis menggunakan komputer dengan program SPSS versi 22.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1. Sejarah dan Perkembangan PT. Kusuma Sejati Inti Prima

PT Kusuma Sejati Inti Prima adalah merupakan salah satu dealer dan Service resmi Honda. PT. Kusuma Sejati Inti Prima yang lebih dikenal dengan nama KUSUMA MOTOR, berdiri sejak tahun 2002 yang berlokasi di Tajur, tepatnya Jl Raya Tajur no 92 Bogor Timur.

Dealer ini tidak hanya bergerak dalam penjualan sepeda motor, tetapi juga menyediakan bengkel untuk melayani pengguna sepeda motor Honda.

Divisi bengkel dan perawatan PT. Kusuma Sejati Inti Prima merupakan salah satu AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) terbaik dari 2000 AHASS di seluruh Indonesia. AHASS Service Motor melayani One Stop Service untuk Perawatan / perbaikan ringan dan berat termasuk diantaranya perawatan / perbaikan yang memerlukan turun mesin / overhaul, oversize silinder (korter), dan lain lain.

Divisi suku cadang PT. Kusuma Sejati Inti Prima juga dilengkapi dengan sistem komputer dan fasilitas gudang yang terkelola dengan baik dan efisien. Menyediakan ribuan jenis item parts untuk semua model sepeda motor Honda yang diproduksi oleh PT. Astra Honda Motor (AHM).

4.1.2. Kegiatan Usaha

Kegiatan Usaha serta jenis layanan service yang diberikan Pt. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor yaitu antara lain:

1. Layanan Service

- Servis Ringan
- Service Berat
- Reparasi Tabrakan
- Konsultasi Tekhnik
- Booking Service (Harga Standart)
- Stroom Accu (gratis)

2. Penyediaan suku cadang

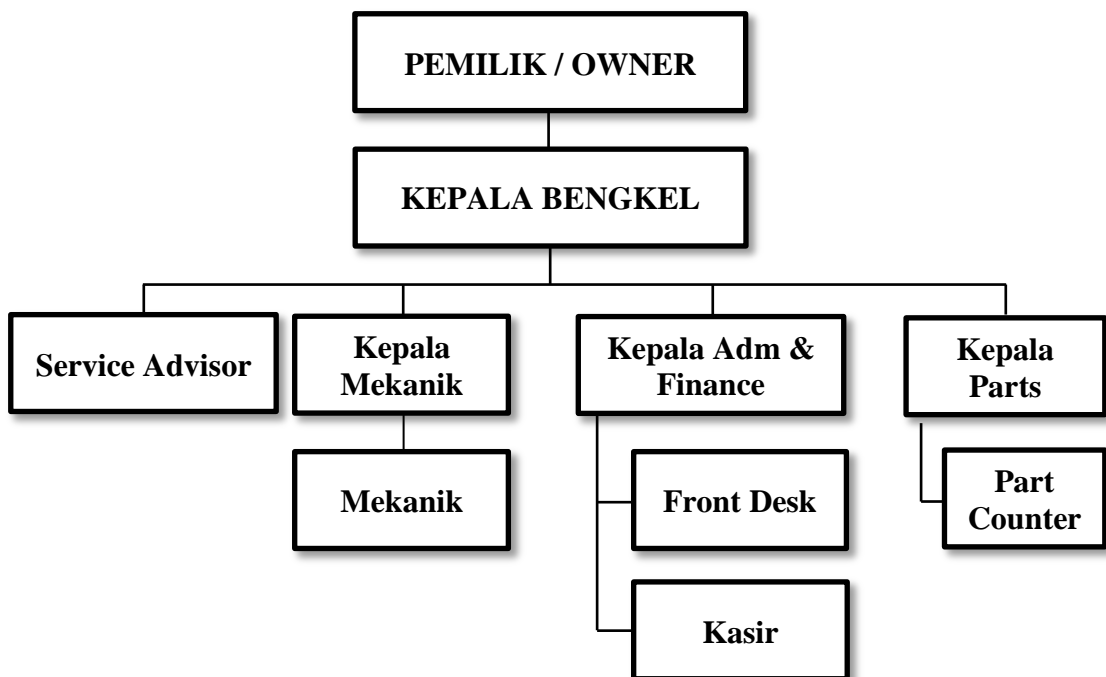
Beberapa Suku cadang di sediakan lengkap di bengkel PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor, antara lain:

a. Honda Genuine Parts

- Oli Federal Ultratec dan XX
- Busi
- Kanvas Rem Tromol dan Cakram
- Gear dan Rantai set (Drive Chain Kit)
- Ban Luar dan Dalam

- b. Accesories Part
- c. Racing Part
 - CDI Racing BRT
 - Kanvas Kopling Racing BRT
 - Per Kopling Racing BRT
 - Racing Kit
- d. Tools Part
 - Intelligent Charger Battery

4.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas



Sumber : PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor (2017)

Gambar 7
Struktur Organisasi PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor
Tahun 2017-2018

Kegiatan usaha di bengkel PT Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor dilakukan secara bersama atasan dan para karyawan secara keseluruhan.

Uraian tugas dari struktur organisasi bengkel PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor sebagai berikut:

1. Pemilik

Sebagai penanam modal sekaligus pimpinan dimana kekuasaan penuh, wewenang dan tanggung jawab atas bengkel tersebut.

2. Kepala Bengkel
Bertugas mengontrol dan mengawasi serta bertanggung jawab atas kegiatan-kegiatan yang ada di bengkel secara langsung dan berusaha menyelesaikan masalah yang ada.
3. Service Advisor
Bertugas melayani pelanggan ketika pertama kali datang, untuk menanyakan apa yang perlu diperbaiki dan mengecek motor waktu pertama kali datang ke bengkel
4. Kepala Mekanik
Bertugas membagi tugas kepada mekanik, mengawasi jalannya bengkel baik dari segi manajemen maupun dari segi kualitas mekanik, mengawasi cara kerja mekanik dan memberi instruksi mengenai lembar kerja, serta memantau dan bertanggung jawab atas sarana dan prasarana yang berada di bengkel.
5. Kepala Adm dan Finance
Bertugas mencatat dan mengontrol uang masuk dan keluar serta membuat laporan keuangan harian dan bulanan.
6. Kepala Parts
Bertugas mengontrol dan memfollow up order suku cadang baik untuk keperluan gudang suku cadang atau pesanan pelanggan sesuai dengan standar dan target persediaan suku cadang.
7. Mekanik
Bertugas melakukan atau melayani service motor sesuai yang ada pada lembar kerja atau sesuai dengan keinginan konsumen.
8. Front Desk
Berugas memanggil pemilik motor yang akan melakukan servis ataupun yang sudah diservis.
9. Kasir
Bertugas mencatat dan menerima pembayaran dari konsumen.
10. Part Counter
Bertugas menyimpan suku cadang untuk persediaan sesuai dengan lokasi penempatan suku cadang yang telah disediakan. Atau mengatur tata letak gudang agar efektif dan efisien.

4.1.4. Profil Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang akan melakukan service motor sebanyak 260 orang responden yang merupakan pelanggan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor.

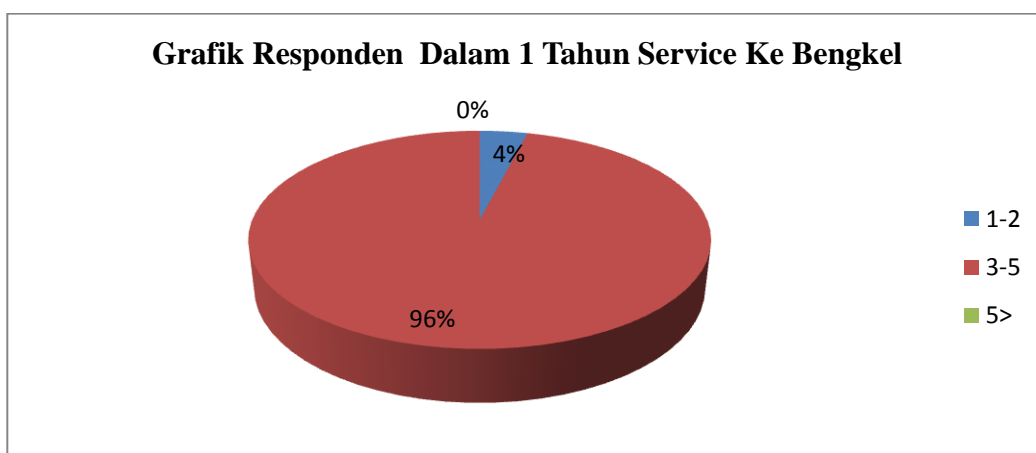
Karakteristik responden yang diteliti mencakup 7 kriteria, yaitu berdasarkan jenis dalam 1 Tahun service ke bengkel, Jenis kelamin, usia, status pekerjaan, pendidikan terakhir, pendapatan dan status alamat yang di miliki oleh responden. Berikut hasil data karakteristik responden yang merupakan keseluruhan pelanggan service motor Honda pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor yaitu sebagai berikut:

1. Dalam 1 Tahun Service Ke Bengkel

Tabel 12
Dalam 1 Tahun Service Ke Bengkel

Service Ke Bengkel	Jumlah Responden	Presentase (%)
1-2	11	4
3-5	249	96
>5	0	0
Jumlah	260	100

Sumber: Data kuesioner diolah 2018



Gambar 8
Dalam 1 Tahun Service Ke Bengkel

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar dengan berdasarkan dalam 1 tahun service ke bengkel adalah 3-5 kali ke bengkel yaitu 249 responden dengan persentase 96%, kemudian jumlah responden yang 1-2 kali ke bengkel yaitu 11 responden dengan persentase 4% dan 0 responden (0%) yang 5 > kali atau lebih melakukan servis ke bengkel.

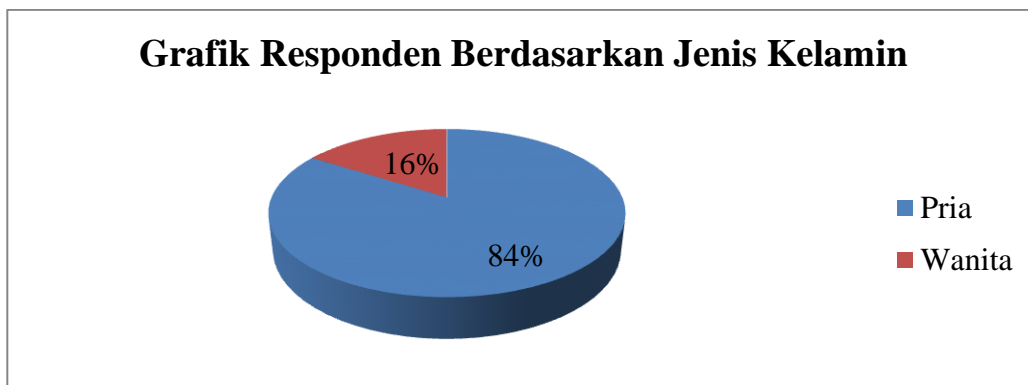
Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ada pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor jumlah responden yang paling banyak dalam 1 tahun service ke bengkel adalah responden yang 3-5 kali ke bengkel yaitu 249 responden dengan persentase 96%.

2. Jenis Kelamin Responden

Tabel 13
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Pria	218	84
Wanita	42	16
Jumlah	260	100

Sumber: Data kuesioner diolah 2018



Gambar 9
Jenis Kelamin Responden

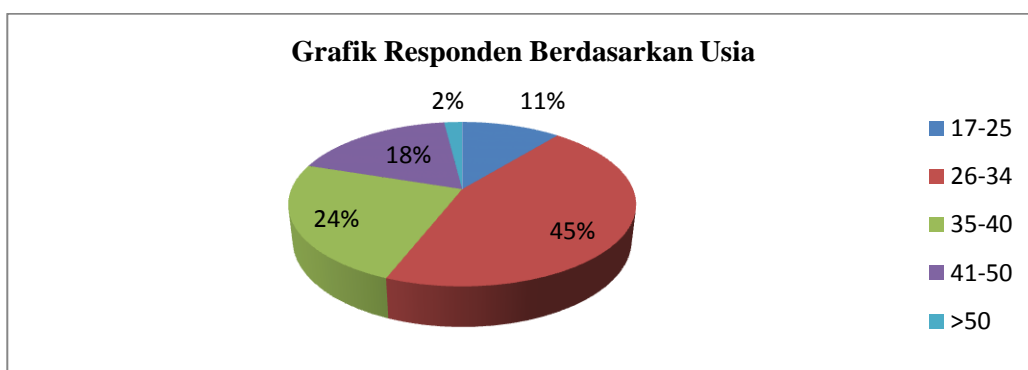
Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa jenis kelamin responden terdiri dari 218 responden (84%) pria dan 42 responden (16%) wanita. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan service motor di PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor lebih banyak berjenis pria dibandingkan wanita.

3. Usia Responden

Tabel 14
Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
17-25 Tahun	28	11
26-34 Tahun	118	45
35-40 Tahun	63	24
41-50 Tahun	46	18
>50 Tahun	5	2
Jumlah	260	100

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 10
Usia Responden

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar adalah 118 responden (45%) yang berusia 26-34 tahun, kemudian diikuti oleh responden berusia 35-40 tahun sebanyak 63 responden (24%), dan 46 responden (18%) yang berusia 41-50 tahun, sedangkan usia > 50 tahun yang terdiri dari 5 responden dan dengan jumlah presentase terkecil dengan (2%). Dari presentase

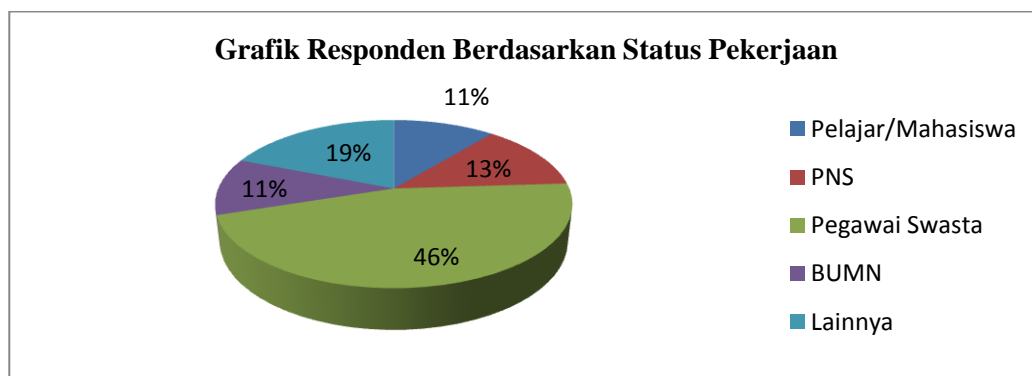
tersebut terlihat, bahwa pelanggan dari PT. Kusuma Sejati Inti Prima dominan berusia 26-34 tahun.

4. Status Pekerjaan Responden

Tabel 15
Pekerjaan Responden PT Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	29	11
PNS	34	13
Pegawai Swasta	119	46
BUMN	28	11
Lainnya	50	19
Jumlah	260	100

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 11
Pekerjaan Responden

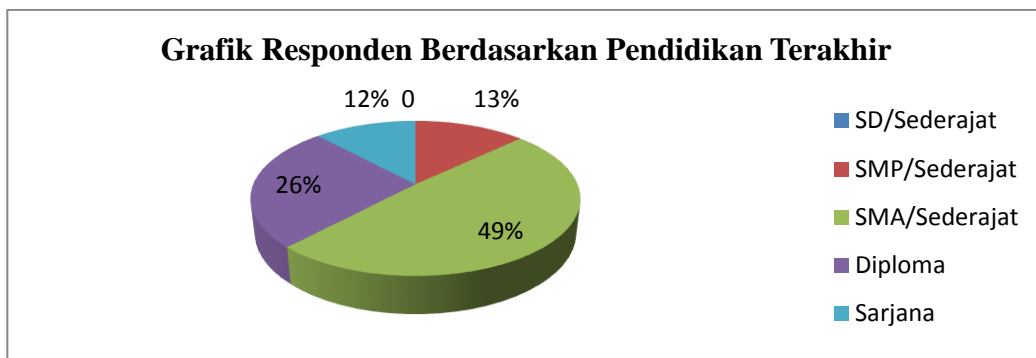
Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jumlah terbesar pengguna service motor adalah yang bekerja sebagai pegawai swasta 119 responden (46%), dan 50 responden (19%) adalah status pekerjaan lainnya, di ikuti dengan 34 responden (13%) yang bekerja sebagai PNS, 29 responden (11%) sebagai pelajar/mahasiswa, dan 28 responden (11%) bekerja sebagai BUMN. Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan responden pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor yang paling dominan adalah pegawai swasta.

5. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 16
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase (%)
SD/Sederajat	0	0
SMP/Sederajat	34	13
SMA/Sederajat	126	49
Diploma	68	26
Sarjana	32	12
Jumlah	260	100%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 12
Pendidikan Terakhir Responden

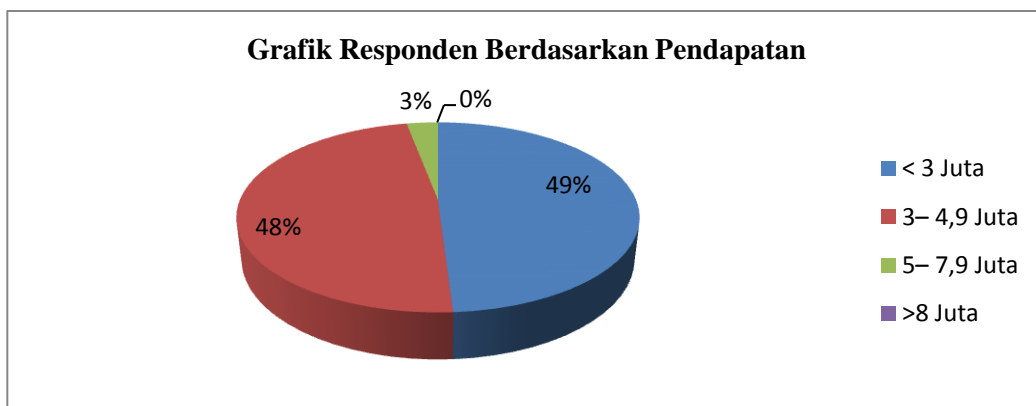
Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jumlah terbesar pendidikan terakhir responden adalah SMA/Sederajat 126 responden (49%), dan 68 responden (26%) adalah Diploma, di ikuti dengan 34 responden (13%) berpendidikan SMP/Sederajat, 32 responden (12%) yang berpendidikan Sarjana, dan 0 responden (0%) yang berpendidikan SD/Sederajat. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor yang paling dominan adalah SMA/Sederajat.

6. Pendapatan responden

Tabel 17
Pendapatan Responden PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor

Pendapatan	Jumlah Responden	Presentase (%)
< 3 Juta	127	49
3– 4,9 Juta	124	48
5– 7,9 Juta	9	3
>8 Juta	0	0
Jumlah	260	100

Sumber: Data Kuesioner Diolah 2018



Gambar 13
Pendapatan Responden

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa responden yang berpendapatan paling tinggi adalah 127 responden (49%) dengan pendapatan

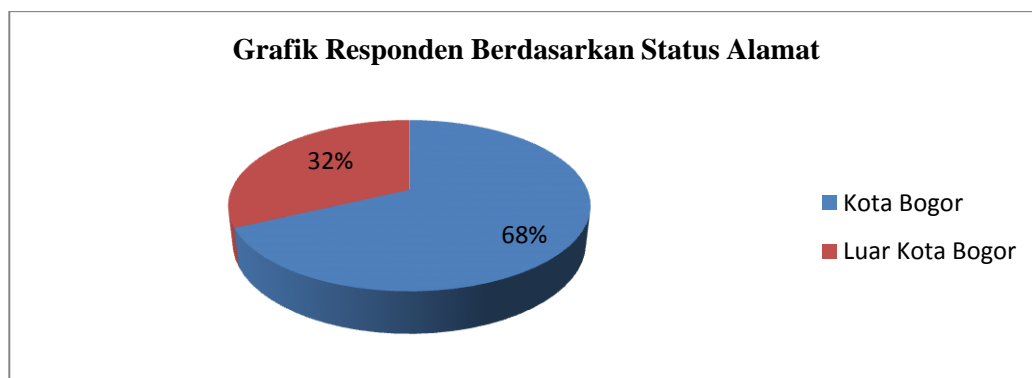
sebesar Rp. 3.000.000 per bulan dan di ikuti 124 responden (48%) dengan berpendapatan Rp. 3.000.000,-s/d Rp. 4.900.000 per bulan. Dan 9 responden (3%) berpendapatan Rp. 5.000.000,- s/d 7.900.000 per bulan, dan 0 responden (0%) berpendapatan Rp. 8.000.000 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ada pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor pendapatan terbesar adalah Rp. 3.000.000 per bulan sebanyak 127 responden dengan presentase 49% dan diikuti dengan pendapatan Rp. 3.000.000,-s/d Rp. 4.900.000 sebanyak 124 responden dengan persentase 48 %.

7. Status Alamat Responden

Tabel 18
Status Alamat

Alamat	Jumlah Responden	Presentase
Kota Bogor	117	68
Luar Kota Bogor	83	32
Jumlah	260	100

Sumber : Data kuesioner diolah, 2018



Gambar 14
Status Alamat Responden

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar dengan berdasarkan alamat adalah yang beralamat di Kota Bogor yaitu 117 responden dengan presentase 68%, kemudian jumlah responden yang beralamat di Luar Kota Bogor 83 responden dengan presentase 32%.

Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ada pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor jumlah responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah responden yang beralamat di Kota Bogor yaitu sebanyak 117 responden dengan presentase 68%.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Tingkat Kualitas Pelayanan Pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor

Penerapan kualitas pelayanan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima mempunyai lima indikator, yaitu berwujud (*tangible*), kepastian (*empathy*), cepat tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reability*), jaminan (*assurance*).

1. Berwujud (*Tangible*)

- a. Pendapat responden mengenai pernyataan Bangunan dealer dan service memadai, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 19
Pernyataan Responden
“Bangunan Dealer dan Service Memadai”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	46	18	230
Baik	4	172	66	688
Cukup Baik	3	37	14	111
Tidak Baik	2	5	2	10
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1039

Sumber : Hasil data diolah, 2018

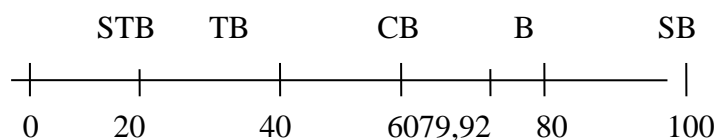
Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 260 responden mengenai kualitas pelayanan pada indikator berwujud (*tangible*) dengan pernyataan bangunan Dealer dan Service memadai, persentase tertinggi adalah 66% baik, dan 18% menyatakan sangat baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1039}{5 \times 260} \times 100\% = 79,92\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai bangunan dealer dan service memadai dengan hasil 79,92% adalah baik.

- b. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan fasilitas dan peralatan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 20
Pernyataan Responden
“Fasilitas dan Peralatan Yang Memadai”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	43	12	215
Baik	4	186	72	744
Cukup Baik	3	31	16	93
Tidak Baik	2	0	0	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1052

Sumber : Hasil data diolah, 2018

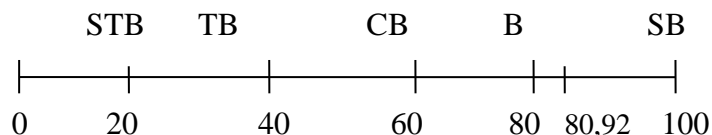
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan Fasilitas dan Peralatan Memadai dimana persentase 72% menyatakan baik, 16 % cukup baik, dan 12% sangat baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1052}{5 \times 260} \times 100\% = 80,92\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai Fasilitas dan Peralatan yang memadai dengan hasil 80,92 % adalah baik.

- c. Pendapat responden mengenai pernyataan kebersihan dan kerapihan karyawan menjadi pertimbangan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 21
Pernyataan Responden
“Kebersihan dan Kerapihan Karyawan”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	94	36	470
Baik	4	108	42	432
Cukup Baik	3	58	22	174
Tidak Baik	2	0	0	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1076

Sumber : Hasil data diolah, 2018

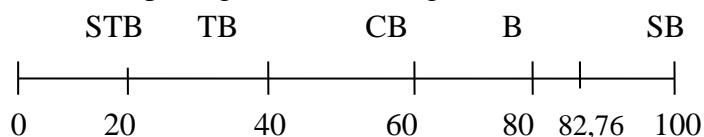
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai kebersihan dan kerapihan karyawan yang dibebankan kepada pelanggan adalah menjadi pertimbangan di lihat persentase tertinggi yaitu 42% baik, 36% responden menyatakan sangat baik, 22% responden menyatakan cukup baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1076}{5 \times 260} \times 100\% = 82,76\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai kebersihan dan kerapuhan yang dibebankan kepada pelanggan dengan hasil 82,76 adalah baik.

- d. Pendapat responden mengenai pernyataan lokasi dealer dan servis motor yang strategis dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 22
Pernyataan Responden
“Lokasi Dealer dan Service Motor Strategis”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	65	25	325
Baik	4	154	59	616
Cukup Baik	3	41	16	123
Tidak Baik	2	0	0	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1064

Sumber : Hasil data diolah, 2018

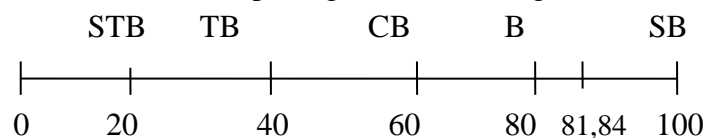
Berdasarkan penelitian 260 mengenai emphati (*Emphaty*) dengan pernyataan lokasi dealer dan servis motor strategis persentase tertinggi 59% baik, 25% sangat baik, dan 16% responden menyatakan cukup baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1064}{5 \times 260} \times 100\% = 81,84\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai lokasi dealer dan servis motor strategis dengan hasil 81,84 adalah sangat baik.

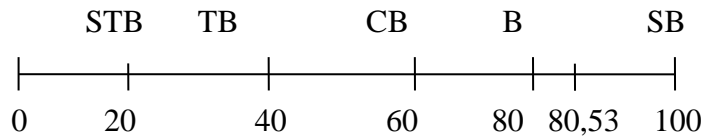
2. Keandalan (*Reliability*)

- a. Pendapat responden mengenai pernyataan pelayanan diselesaikan dalam waktu yang tepat dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 23
Pernyataan Responden
“Pelayanan Diselesaikan Tepat Waktu”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	32	12	160
Baik	4	167	64	668
Cukup Baik	3	54	21	162
Tidak Baik	2	7	3	14
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1004

Sumber : Hasil data diolah, 2018



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai penjadwalan giliran service motor secara tepat yang dilakukan oleh PT. Kusuma Sejati Inti Prima dengan hasil 80,53% adalah sangat baik.

- c. Pendapat responden mengenai pernyataan pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 25
Pernyataan Responden
“Pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	55	21	275
Baik	4	137	53	548
Cukup Baik	3	58	22	174
Tidak Baik	2	10	4	20
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1017

Sumber : Hasil data diolah, 2018

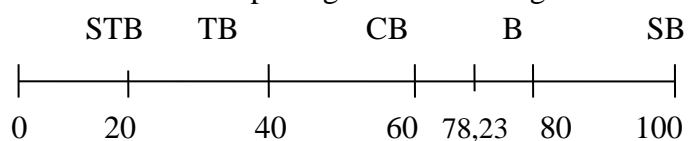
Berdasarkan penelitian 260 pada pernyataan mengenai pelanggan yang datang, disambut dan dilayani dengan segera persentase tertinggi 53% baik, 22% cukup baik, 21% sangat baik dan 4% responden menyatakan tidak baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1017}{5 \times 260} \times 100\% = 78,23\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai pelanggan yang datang, disambut dan dilayani dengan segera dengan hasil 78,23% adalah baik.

3. Empati (*Emphaty*)

- a. Pendapat responden mengenai pernyataan karyawan menerima keluhan dan saran pelanggan dengan baik dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 26
Pernyataan Responden
“Karyawan Menerima Keluhan dan Saran Pelanggan Dengan Baik”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	82	31	410
Baik	4	140	54	560
Cukup Baik	3	38	15	114
Tidak Baik	2	0	0	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1084

Sumber : Hasil data diolah, 2018

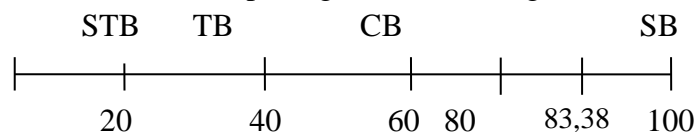
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai para karyawan menerima keluhan dan saran pelanggan dengan baik persentase tertinggi 54% baik, 31% sangat baik, dan 15% responden menyatakan cukup baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1084}{5 \times 260} \times 100\% = 83,38\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai para karyawan menerima keluhan dan saran konsumen dengan baik dengan hasil 83,38% adalah sangat baik.

- b. Pendapat responden mengenai pernyataan memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service motor dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 27
Pernyataan Responden
“Memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service motor”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	74	29	370
Baik	4	151	58	604
Cukup Baik	3	35	13	105
Tidak Baik	2	0	0	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1079

Sumber : Hasil data diolah, 2018

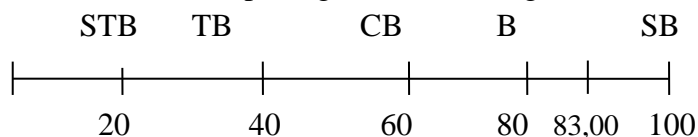
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai Memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service motor persentase tertinggi 58% baik, 29% sangat baik, dan 13% responden menyatakan cukup baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1079}{5 \times 260} \times 100\% = 83,00\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service motor dengan hasil 83,00% adalah sangat baik.

4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

- a. Pendapat responden mengenai pernyataan para karyawan bengkel selalu sigap dalam menangani setiap keluhan pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 28

Pernyataan Responden

“Karyawan Bengkel Selalu Sigap Menangani Keluhan Pelanggan”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	57	22	285
Baik	4	166	64	664
Cukup Baik	3	28	11	84
Tidak Baik	2	9	3	18
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1051

Sumber : Hasil data diolah, 2018

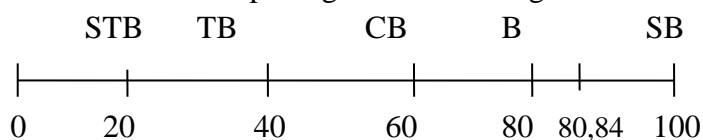
Berdasarkan penelitian 260 responden mengenai daya tanggap (*responsiveness*) dengan pernyataan para karyawan bengkel selalu sigap dalam menangani setiap keluhan pelanggan persentase tertinggi 64% baik, 22% sangat baik, 11% cukup baik, dan 3% responden menyatakan tidak baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1051}{5 \times 260} \times 100\% = 80,84\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai para karyawan yang selalu sigap dalam menangani setiap keluhan pelanggan dengan hasil 80,84 adalah sangat baik.

- b. Pendapat responden mengenai pernyataan karyawan memberikan pelayanan yang tepat dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 29
Pernyataan Responden
“Karyawan Memberikan Pelayanan Yang Tepat”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	44	17	220
Baik	4	185	71	740
Cukup Baik	3	29	11	87
Tidak Baik	2	2	1	4
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1051

Sumber : Hasil data diolah, 2018

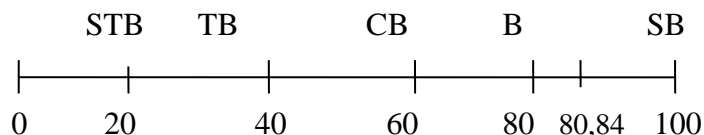
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai para karyawan memberikan pelayanan yang tepat persentase tertinggi 71% baik, 17% sangat baik, 11% cukup baik dan 1% responden menyatakan tidak baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1051}{5 \times 260} \times 100\% = 80,84\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai para karyawan memberikan pelayanan yang tepat dengan hasil 80,84% adalah sangat baik.

- c. Pendapat responden mengenai pernyataan para karyawan bengkel menjelaskan kebutuhan service pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 30
Pernyataan Responden
“Para Karyawan Bengkel Menjelaskan Kebutuhan Service Motor Pelanggan”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	49	19	245
Baik	4	153	59	612
Cukup Baik	3	44	17	132
Tidak Baik	2	14	5	28
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1017

Sumber : Hasil data diolah, 2018

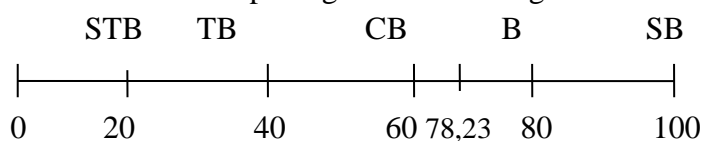
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai para karyawan bengkel menjelaskan kebutuhan service motor pelanggan persentase tertinggi 59% baik, 19% sangat baik, 17% cukup baik, dan 5% responden menyatakan tidak baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1017}{5 \times 260} \times 100\% = 78,23\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai para karyawan mengetahui kebutuhan service motor pelanggan dengan hasil 78,23% adalah baik.

5. Jaminan (*Assurance*)

- a. Pendapat responden mengenai pernyataan pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor ini dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 31
Pernyataan Responden
“Pelanggan Percaya dan Merasa Aman Saat Sesudah Melakukan Service Motor”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	37	14	185
Baik	4	161	62	644
Cukup Baik	3	55	21	165
Tidak Baik	2	7	3	14
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1008

Sumber : Hasil data diolah, 2018

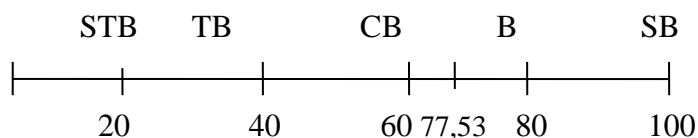
Berdasarkan penelitian 260 responden pada indikator Jaminan (*assurance*) dengan pernyataan mengenai pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor ini persentase tertinggi 62% baik, 21% cukup baik, 14% sangat baik dan 3% responden menyatakan tidak baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1008}{5 \times 260} \times 100\% = 77,53\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai merasa diperlakukan adil oleh pihak PT. Kusuma Sejati Inti Prima dengan hasil 77,53% adalah baik.

- b. Pendapat responden mengenai pernyataan pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 32
Pernyataan Responden
“Pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	82	31	410
Baik	4	145	59	580
Cukup Baik	3	33	13	99
Tidak Baik	2	0	0	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1089

Sumber : Hasil data diolah, 2018

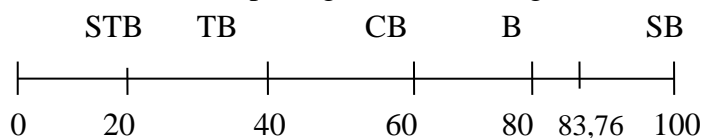
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda persentase tertinggi 59% baik, 31% sangat baik, dan 13% responden menyatakan cukup baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1089}{5 \times 260} \times 100\% = 83,76\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda dengan hasil 83,76% adalah sangat baik.

- c. Pendapat responden mengenai pernyataan para karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 33
Pernyataan Responden
“Karyawan Memahami Segala Bentuk Permasalahan Terkait Service Motor”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Baik	5	49	19	245
Baik	4	180	69	720
Cukup Baik	3	31	12	93
Tidak Baik	2	0	0	0
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Total		260	100	1058

Sumber : Hasil data diolah, 2018

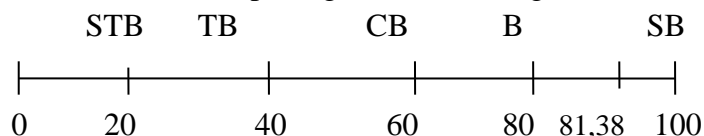
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor persentase tertinggi 69% baik, dan 19% responden menyatakan sangat baik, dan 12% responden cukup baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1058}{5 \times 260} \times 100\% = 81,38\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor dengan hasil 81,38% adalah sangat baik.

Tabel 34
Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor

No	Indikator Kualitas Pelayanan	Persentase (Tanggapan Responden) (%)
1.	Bukti Fisik :	
	1. Bangunan Dealer dan Service memadai	79,92
	2. Fasilitas dan Peralatan yang Memadai	80,92
	3. Kebersihan dan Kerapihan Karyawan	82,76
2.	Kehandalan :	
	1. Pelayanan diselesaikan tepat waktu	77,23
	2. Penjadwalan giliran service motor secara tepat	80,53
	3. Dilayani dengan segera dan tepat	78,23
3.	Empati:	
	1. Mendengarkan keluhan dan masalah pelanggan	83,38
	2. Memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service	83,00

4.	Daya Tanggap : 1. Karyawan bengkel selalu sigap menangani keluhan 2. Karyawan memberikan pelayanan yang tepat 3. Karyawan mengetahui kebutuhan service motor pelanggan	80,84 80,84 78,23
5.	Jaminan : 1. Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor. 2. Pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda . 3. Karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor.	77,53 83,76 81,38
Total =		1210,39
N =		15
Rata-rata =		80,69%

Sumber : Hasil olahan penulis 2018

Berdasarkan tabel 34 diatas Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor yang masih berada di bawah persentase 80,69% yaitu pada Indikator Bukti Fisik dengan pernyataan Bangunan Dealer dan Service Memadai sebesar 79,92%. Indikator Keandalan seluruhnya masih di bawah rata-rata persentase dengan pernyataan Pelayanan diselesaikan tepat waktu sebesar 77,23% , Penjadwalan giliran service motor secara tepat sebesar 80,53% , Dilayani dengan segera dan tepat sebesar sebesar 78,23%. Indikator Daya Tanggap dengan pernyataan Karyawan mengetahui kebutuhan servis motor pelanggan sebesar 78,23%. Indikator Jaminan dengan pernyataan Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor sebesar 77,53%. Sedangkan Indikator yang telah di atas persentase 80,69% yaitu pada Indikator Empati dengan pernyataan Mendengarkan keluhan dan masalah pelanggan sebesar 83,38%, Perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan sebesar 83,00%.

Nilai tanggapan rata-rata Kualitas Pelayanan dapat dilihat dengan skala Likert

Nilai Persentase Kualitas Pelayanan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor

Nilai	Persentase	Keterangan
80 – 100	80,69%	Sangat Baik
60 – 80		Baik
40 – 60		Cukup Baik
20 – 40		Tidak Baik
0 – 20		Sangat Tidak Baik

Sumber : hasil olahan penulis 2018

Berdasarkan hasil tanggapan rata-rata kualitas pelayanan diatas, dengan nilai persentase sebesar 80,69% responden menjawab sangat baik setuju terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor, yang artinya kualitas pelayanan secara rata-rata dapat dikatakan sangat baik.

4.2.2 Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor

Tingkat kepuasan pelanggan PT. Kusuma Sejati Inti Prima mempunyai lima indikator, yaitu bukti fisik, empati, jaminan, daya tanggap dan kehandalan.

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

- a. Pendapat responden mengenai pernyataan bangunan dealer dan servis memadai, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 35
Pernyataan Responden
“Bangunan Dealer dan Servis Memadai”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	31	12	155
Puas	4	184	71	736
Cukup Puas	3	45	17	135
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1026

Sumber : Hasil data diolah, 2018

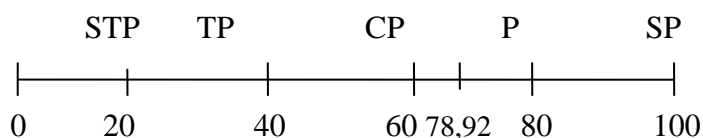
Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 260 responden mengenai kualitas pelayanan pada indikator berwujud (*tangible*) dengan pernyataan bangunan dealer dan servis memadai persentase tertinggi adalah 71% puas, 12% menyatakan sangat puas dan 17% responden menyatakan cukup puas.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1026}{5 \times 260} \times 100\% = 78,92\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai bangunan dealer dan servis memadai dengan hasil 78,92,00% adalah puas.

- b. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan fasilitas dan peralatan yang memadai dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 36
Pernyataan Responden
“Fasilitas dan Peralatan Yang Memadai”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	34	12	170
Puas	4	194	75	776
Cukup Puas	3	32	12	96
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1042

Sumber : Hasil data diolah, 2018

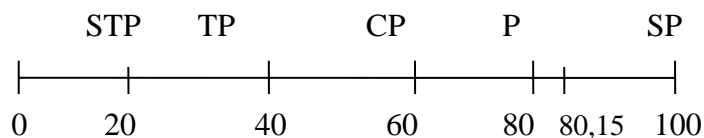
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan fasilitas dan peralatan dimana persentase tertinggi menyatakan 75% puas, 12 % sangat puas dan 12% cukup puas

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1042}{5 \times 260} \times 100\% = 80,15\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai fasilitas dan peralatan yang memadai dengan hasil 80,15 % adalah sangat puas

- c. Pendapat responden mengenai pernyataan kebersihan dan kerapihan karyawan menjadi pertimbangan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 37
Pernyataan Responden
“Kebersihan dan Kerapihan Karyawan”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	99	38	495
Puas	4	102	39	408
Cukup Puas	3	59	23	177
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1080

Sumber : Hasil data diolah, 2018

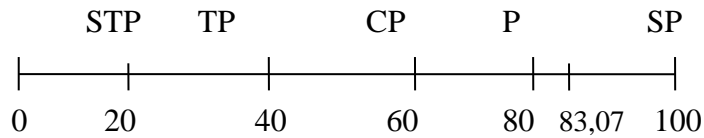
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai kebersihan dan kerapihan karyawan di lihat persentase tertinggi yaitu 39% puas, 38% responden menyatakan sangat puas dan 23% responden menyatakan cukup puas.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1080}{5 \times 260} \times 100\% = 83,07\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai kebersihan dan kerapihan dengan hasil 83,07 adalah sangat puas

- d. Pendapat responden mengenai pernyataan lokasi dealer dan servis motor strategis dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 38
Pernyataan Responden
“Lokasi Dealer dan Servis Motor Strategis”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	51	20	255
Puas	4	168	64	672
Cukup Puas	3	41	16	123
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1050

Sumber : Hasil data diolah, 2018

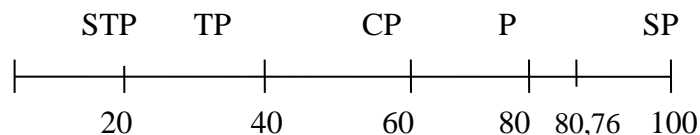
Berdasarkan penelitian 260 mengenai empati (*Emphaty*) dengan pernyataan lokasi dealer dan servis motor strategis persentase tertinggi 64% puas, 20% sangat puas dan 16% responden menyatakan cukup puas.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1046}{5 \times 260} \times 100\% = 80,76\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai lokasi dealer dan servis motor strategis dengan hasil 80,46 adalah sangat puas.

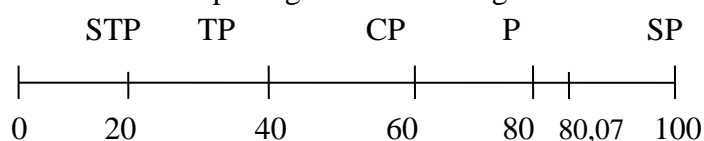
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai penjadwalan giliran service motor secara tepat persentase tertinggi 74% baik, 14% sangat baik, 11% responden menyatakan cukup baik, dan 1% responden menyatakan tidak baik.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1041}{5 \times 260} \times 100\% = 80,07\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai penjadwalan giliran service motor secara tepat yang dilakukan oleh PT. Kusuma Sejati Inti Prima dengan hasil 80,07% adalah sangat puas.

- c. Pendapat responden mengenai pernyataan pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 41
Pernyataan Responden
“Pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	50	19	250
Puas	4	131	50	524
Cukup Puas	3	69	27	207
Tidak Puas	2	10	4	20
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1001

Sumber : Hasil data diolah, 2018

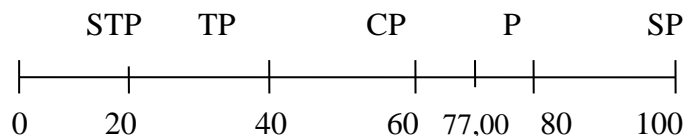
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan persentase tertinggi 50% puas, 27% cukup puas, 19% sangat puas dan 4% responden menyatakan tidak puas..

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1001}{5 \times 260} \times 100\% = 77,00\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan dengan hasil 77,00% adalah puas.

3. Empati (*Empathy*)

- a. Pendapat responden mengenai pernyataan karyawan menerima keluhan dan saran pelanggan dengan baik dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 42
Pernyataan Responden
“Karyawan Menerima Keluhan dan Saran Pelanggan Dengan Baik”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	77	30	385
Puas	4	139	53	556
Cukup Puas	3	44	17	132
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1046

Sumber : Hasil data diolah, 2018

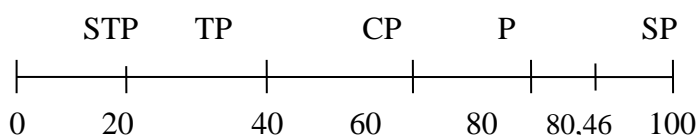
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai para karyawan menerima keluhan dan saran pelanggan dengan baik persentase tertinggi 53% puas, 30% sangat puas, dan 44% responden menyatakan cukup puas.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1046}{5 \times 260} \times 100\% = 80,46\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai karyawan menerima keluhan dan saran pelanggan dengan baik dengan hasil 80,46% adalah puas.

- b. Pendapat responden mengenai pernyataan memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service motor dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 43
Pernyataan Responden
“Memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service motor”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	68	26	340
Puas	4	157	60	628
Cukup Puas	3	35	14	105
Tidak Puas	2	3	1	6
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1073

Sumber : Hasil data diolah, 2018

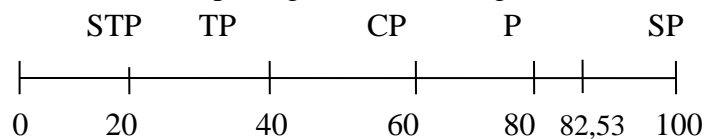
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service motor persentase tertinggi 60% puas, dan 26% sangat puas, 14% cukup puas dan 1% responden menyatakan tidak puas..

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1073}{5 \times 260} \times 100\% = 82,53\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service motor dengan hasil 82,53% adalah sangat puas.

4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

- Pendapat responden mengenai pernyataan para karyawan bengkel selalu sigap dalam menangani setiap keluhan pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 44
Pernyataan Responden
“Karyawan Bengkel Selalu Sigap Menangani Keluhan Pelanggan”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	42	16	210
Puas	4	184	71	736
Cukup Puas	3	31	12	93
Tidak Puas	2	3	1	6
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1045

Sumber : Hasil data diolah, 2018

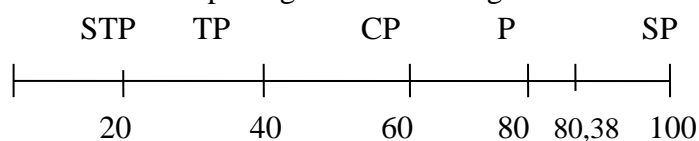
Berdasarkan penelitian 260 responden mengenai daya tanggap (*responsiveness*) dengan pernyataan para karyawan bengkel selalu sigap dalam menangani setiap keluhan pelanggan persentase tertinggi 71% puas, 16% sangat puas, 12% cukup puas dan 1% responden menyatakan tidak puas.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1045}{5 \times 260} \times 100\% = 80,38\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai para karyawan yang selalu sigap dalam menangani setiap keluhan pelanggan dengan hasil 80,38 adalah sangat puas.

- b. Pendapat responden mengenai pernyataan karyawan memberikan pelayanan yang tepat dengan baik dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 45
Pernyataan Responden
“Para Karyawan Memberikan Pelayanan Yang Tepat”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	41	16	205
Puas	4	188	72	752
Cukup Puas	3	29	11	87
Tidak Puas	2	2	1	4
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1048

Sumber : Hasil data diolah, 2018

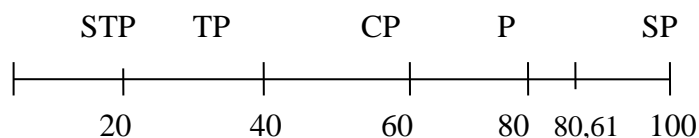
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai para karyawan memberikan pelayanan yang tepat persentase tertinggi 72% puas, 16% sangat puas, 11% cukup puas dan 1% responden menyatakan tidak puas.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1048}{5 \times 260} \times 100\% = 80,61\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai para karyawan memberikan pelayanan yang tepat dengan hasil 80,61% adalah sangat puas.

- c. Pendapat responden mengenai pernyataan para karyawan mengetahui kebutuhan service motor pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 46
Pernyataan Responden
“Para Karyawan Mengetahui Kebutuhan Service Motor Pelanggan”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	48	19	240
Puas	4	154	59	616
Cukup Puas	3	44	17	132
Tidak Puas	2	14	5	28
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1016

Sumber : Hasil data diolah, 2018

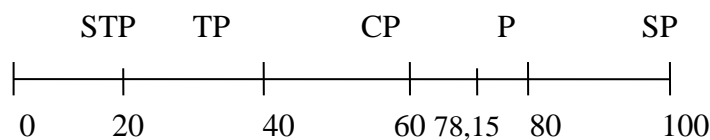
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai para karyawan mengetahui kebutuhan service motor pelanggan persentase tertinggi 59% puas, 19% sangat puas, 17% cukup puas dan 5% responden menyatakan tidak puas.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1016}{5 \times 260} \times 100\% = 78,15\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai para karyawan mengetahui kebutuhan service motor pelanggan dengan hasil 78,15% adalah puas.

5. Jaminan (Assurance)

- a. Pendapat responden mengenai pernyataan pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service ini dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 47
Pernyataan Responden
“Pelanggan Percaya Dan Merasa Aman Saat Sesudah Melakukan Service”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	32	12	160
Puas	4	166	64	664
Cukup Puas	3	55	21	165
Tidak Puas	2	7	3	14
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1003

Sumber : Hasil data diolah, 2018

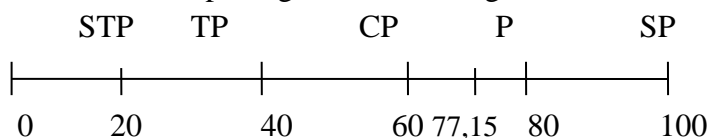
Berdasarkan penelitian 260 responden pada indikator jaminan (*assurance*) dengan pernyataan mengenai pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor persentase tertinggi 64% puas, 21% cukup puas, 12% sangat puas dan 3% responden menyatakan tidak puas..

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1003}{5 \times 260} \times 100\% = 77,15\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima dengan hasil 77,15% adalah puas.

- b. Pendapat responden mengenai pernyataan pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi honda dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 48
Pernyataan Responden
“Pelanggan Tidak Ragu Untuk Setelah Service Motor Di Dealer Resmi Honda”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	68	26	340
Puas	4	158	61	632
Cukup Puas	3	34	13	102
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1074

Sumber : Hasil data diolah, 2018

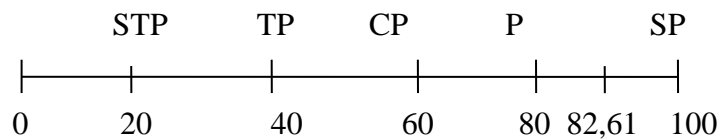
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda persentase tertinggi 61% puas, 26% sangat puas, dan 13% responden menyatakan cukup puas.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1074}{5 \times 260} \times 100\% = 82,61\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi honda dengan hasil 82,61% adalah sangat puas.

- c. Pendapat responden mengenai pernyataan para karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 49

Pernyataan Responden

“Karyawan Memahami Segala Bentuk Permasalahan Terkait Service Motor”

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Puas	5	34	13	170
Puas	4	195	75	780
Cukup Puas	3	31	12	93
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		260	100	1043

Sumber : Hasil data diolah, 2018

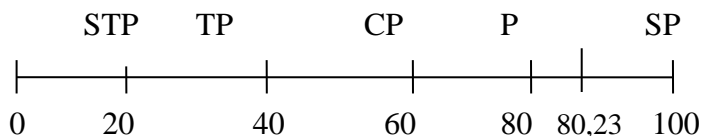
Berdasarkan penelitian 260 responden pada pernyataan mengenai karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor persentase tertinggi 75% puas, 13% sangat puas dan 12% responden menyatakan cukup puas.

Total tanggapan responden:

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

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{1043}{5 \times 260} \times 100\% = 80,23\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut :



Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa responden menilai mengenai karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor dengan hasil 80,23% adalah sangat puas.

Tabel 50
Hasil Rata-Rata Kepuasan Pelanggan
PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor

No	Indikator Kualitas Pelayanan	Persentase (Tanggapan Responden) (%)
1.	Bukti Fisik : 1. Bangunan Dealer dan Service memadai 2. Fasilitas dan peralatan yang memadai 3. Kebersihan dan kerapihan karyawan 4. Lokasi Dealer dan Service motor strategis	78,92 80,15 83,07 80,76
2.	Kehandalan : 1. Pelayanan diselesaikan tepat waktu 2. Penjadwalan giliran service motor secara tepat 3. Dilayani dengan segera dan tepat	77,15 80,07 77,00
3.	Empati: 1. Mendengarkan keluhan dan masalah pelanggan 2. Memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service	80,46 82,53
4.	Daya Tanggap: 1. Karyawan bengkel selalu sigap menangani keluhan 2. Karyawan memberikan pelayanan yang tepat 3. Karyawan mengetahui kebutuhan service motor pelanggan	80,38 80,61 78,15
5.	Jaminan : 1. Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor 2. Pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda 3. Karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor	77,15 82,61 80,23
	Total =	1199,24
	N =	15
	Rata-rata =	79,94%

Sumber : Hasil olahan penulis 2018

Berdasarkan Tabel 50 diatas Hasil Rata-Rata Kepuasan Pelanggan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor yang masih berada di bawah persentase 79,94% yaitu pada Indikator Bukti Fisik dengan pernyataan Bangunan Dealer dan Service Memadai sebesar 78,92%. Indikator kehandalan dengan pernyataan Pelayanan diselesaikan tepat waktu sebesar 77,15% , Dilayani dengan segera dan tepat sebesar 77,00%. Indikator Daya Tanggap dengan pernyataan Karyawan mengetahui kebutuhan servis motor pelanggan sebesar 78,15%. Indikator Jaminan dengan

pernyataan Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor sebesar 77,15%. Sedangkan Indikator yang telah di atas persentase 79,94% yaitu pada Indikator Empati dengan pernyataan Mendengarkan keluhan dan masalah pelanggan sebesar 80,46%, Perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan sebesar 82,53%.

Nilai tanggapan rata-rata kepuasan dapat dilihat dengan skala Likert.

Nilai Persentase Kepuasan PT. Kusuma Sejati Inti Prima

Nilai	Persentase	Keterangan
80 – 100		Sangat puas
60 – 80	79,94	Puas
40 – 60		Cukup Puas
20 – 40		Tidak Puas
0 – 20		Sangat Tidak Puas

Sumber : hasil olahan penulis 2018

Berdasarkan hasil tanggapan rata-rata kepuasan pelanggan diatas, dengan nilai persentase sebesar 79,94% responden menjawab puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kusuma Sejati Inti Prima.

4.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan pelanggan service motor Honda pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima

Koefisien korelasi digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif atau hubungan berikut hasil perhitungan koefisien korelasi rank spearman melalui program SPSS:

Tabel 51
Hasil Uji Korelasi Rank Spearman

Correlations			Kualitas Pelayanan	Kepuasan
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	,979**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	260	260
	Kepuasan	Correlation Coefficient	,979**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	260	260

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

Berdasarkan hasil perhitungan melalui program SPSS 22 diketahui bahwa korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan bernilai 0,979. Hasil perhitungan ini berada pada rentang 0,80 – 1,00 hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sangat kuat, yaitu jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan juga akan mengalami peningkatan. Dari hasil di atas terlihat bahwa memang terbukti ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan karena nilai sig $0,00 < 0,05$. Atau jika dilakukan uji hipotesis secara manual dengan langkah

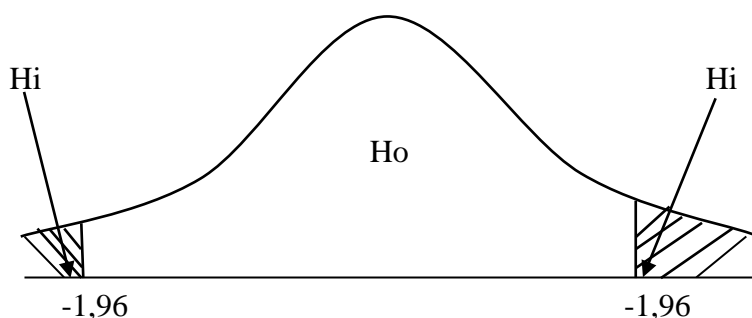
$H_0 : p = 0$: Tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dealer service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) Tajur Bogor.

$H_i : p \neq 0$: Adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dealer service motor Honda (PT. Kusuma Sejati Inti Prima) Tajur Bogor.

$$Z_h = 0,979 \sqrt{260 - 1}$$

$$Z_h = 14,78$$

Z tabel, dibaca pada : 0,05 atau $Z^{1/2}\alpha = 1,96$



Gambar 15
Kurva Uji Hipotesis

Karena $Z_h > Z\alpha$ maka tolak H_0 artinya adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor.

4.4. Interpretasi Hasil Penelitian

Kualitas pelayanan yang terdapat pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima adalah sangat baik, hal ini dibuktikan berdasarkan hasil tanggapan responden pada tiap indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, empati, daya tanggap, dan jaminan yang hasilnya sangat baik.

Kepuasan pelanggan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima adalah memuaskan, dibuktikan melalui tanggapan responden yang hasilnya adalah puas.

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sangat kuat, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,979 artinya jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor juga akan meningkat. Berdasarkan uji hipotesis ternyata terbukti memang terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian dari Melia Anisah (2016) yang berjudul Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Bengkel PT. Sanprima Sentosa Bogor dan Yuli Septiani (2016) yang berjudul Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Honda Harika Motor Bogor yang memaparkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan di buktikan dengan hasil uji hipotesisnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

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

1. Berdasarkan hasil kuesioner kualitas pelayanan menunjukkan bahwa rata-rata kualitas pelayanan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor adalah Sangat Baik. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata kualitas pelayanan 80,69% yang termasuk dalam kategori Sangat Baik.
2. Berdasarkan hasil kuesioner kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa rata-rata kepuasan pelanggan pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor adalah Puas. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata kepuasan pelanggan 79,94% yang termasuk dalam kategori Puas.
3. Melalui hasil perhitungan koefisien korelasi diperoleh nilai r sebesar 0,979 artinya terdapat hubungan yang kuat antara Kualitas Pelayanan (Variabel X) dengan Kepuasan Pelanggan (Variabel Y). Dan hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan karena nilai signifikansi (0,00) lebih kecil dari nilai α (0,05). Hal ini disimpulkan bahwa apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan akan meningkat.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor dilihat dari semua variable kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, empati, jaminan, daya tanggap, dan kehandalan semua menunjukkan hasil yang sangat baik. Tetapi pada variable kehandalan tersebut menunjukkan hasil yang lemah, maka dari itu perusahaan perlu mengevaluasi atau memperbaiki kinerja perusahaan, Untuk meningkatkan kualitas pelayanan diharapkan pihak perusahaan lebih baik lagi dalam proses pelayanan kepada pelanggan walaupun hasil menunjukkan sangat baik namun itu belum membuat pelanggan puas misalnya dengan memberikan pelatihan kerja pada karyawan agar dapat meningkatkan kualitas kinerja serta mengayomi dan melayani setiap kebutuhan pelanggan dalam memperbaiki kendaraan untuk menjaga intensitas hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, sehingga membuat pelanggan merasa istimewa.

2. Variabel kepuasan pelanggan harus di tingkatkan lagi demi memuaskan keinginan pelanggan pada bengkel PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor. Oleh karena itu pihak bengkel PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor harus lebih menyadari bahwa pada kualitas pelayanan akan sangat berpengaruh dengan kepuasan pelanggan. Dengan cara selalu memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan, seperti lebih meningkatkan pelatihan kepada karyawan bengkel agar pelayanan servis bengkel dapat selesai dengan waktu yang dijanjikan serta menambahkan atau menyediakan kursi cadangan agar pada saat jam sibuk setiap pelanggan service dapat menunggu dengan nyaman.
3. Untuk mengevaluasi kinerja dari bengkel servis motor honda PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor dan harapan pelanggan, maka pihak PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor harus bisa menerima dan memperbaiki dari semua saran dan keluhan Pelanggan dan terus mengevaluasi kinerja secara berkala dalam waktu satu bulan satu kali agar pelanggan merasa puas. Karena berdasarkan hasil penelitian apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto (2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta , Yogyakarta.
- Buchari Alma (2013), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Danang,Sunyoto. (2014), *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, CAPS, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono (2014), *Pemasaran Jasa*, Gramedia, Jakarta.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012), *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI
- Freddy Rangkuti (2013), *Riset Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- J.Supranto, (2011). *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Cetakan Keempat, PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Kotler dan Armstrong (2012), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Gramedia, Jakarta
- Kotler, P. and Lane K. (2009), *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Penerbit. Erlangga Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.*
- Kotler, Philip dan Gary armstrong, 2009, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, jilid 2., Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14 Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, (2013), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salemba Empat.
- M.Nur Nasution, (2010), *Manajemen Mutu Terpadu, Total Quality Manajemen* Edisi II, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Phillip Kotler and Kevin Lane Keller (2012). *Pricipel MarketingI*, Jilid 1, Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi (2013), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi ketiga, Jakarta. Salemba Empat.
- Ratih Hurriyati (2010), *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Alfabetam Bandung.
- Richard Gerson F (2004), *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, PPM, Jakarta.

- Saleh, Muwafik, (2010), *Public Service Communication*, UMM Press, Malang.
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah (2013), *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal penelitian*, Edisi pertama. Yogyakarta
- Sugiyono (2015), *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabet, Bandung.
- Yazid (2008), *Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta, Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII
- Zeithaml. Valarie, Bitner & Gremler (2009), *Services Marketing - Integrating Customer Focus Across the Firm* McGraw Hill, New York.



UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
Alamat: Jl. Pakuan PO Box 452 Bogor 16143 Jawa Barat Telepon: 0251 – 8312206

TEGUH WIBOWO / NPM : 0211 12 190

Bapak/Ibu yang saya hormati,
Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pakuan Bogor. Dalam hal ini saya sedang mengadakan penelitian untuk skripsi dengan judul **“Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Service Motor Honda Pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima Tajur Bogor”** Kuesioner ini berhubungan dengan persepsi anda sebagai pelanggan service pada PT. Kusuma Sejati Inti Prima. Hasil kuesioner ini tidak untuk di publikasikan, melainkan untuk kepentingan penelitian semata.

Atas bantuan, ketersediaan waktu, dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hari/Tgl:.....

A. Kuesioner Karakteristik Pelanggan

Petunjuk Pengisian: Isilah jawaban Bapak / Ibu / Sdr / I atas pertanyaan yang ada dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang telah tersedia sesuai keadaan yang anda alami.

- | | |
|--|--|
| <p>1. Dalam 1 Tahun Service ke Bengkel
<input type="checkbox"/> 1 – 2 <input type="checkbox"/> > 5 Kali
<input type="checkbox"/> 3 – 5</p> | <p>5. Pendidikan Terakhir:
<input type="checkbox"/> SD/Sederajat <input type="checkbox"/> Diploma
<input type="checkbox"/> SMP/Sederajat <input type="checkbox"/> Sarjana
<input type="checkbox"/> SMA/Sederajat</p> |
| <p>2. Jenis Kelamin :
<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan</p> | <p>6. Pendapatan
<input type="checkbox"/> < 3 Juta
<input type="checkbox"/> 3 – 4,9 Juta
<input type="checkbox"/> 5 – 7,9 Juta
<input type="checkbox"/> > 8 Juta</p> |
| <p>3. Usia :
<input type="checkbox"/> 17 – 25 Th <input type="checkbox"/> 41 – 50 Th
<input type="checkbox"/> 26 – 34 Th <input type="checkbox"/> > 50 Th
<input type="checkbox"/> 35 – 40 Th</p> | <p>7. Alamat
<input type="checkbox"/> Kota Bogor,
Sebutkan:.....
<input type="checkbox"/> Luar Kota Bogor,</p> |
| <p>4. Status Pekerjaan:
<input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa
<input type="checkbox"/> PNS
<input type="checkbox"/> Pegawai Swasta
<input type="checkbox"/> BUMN
<input type="checkbox"/> Lainnya</p> | |

PERTANYAAN		KINERJA					KEPUASAN				
C	EMPATI (EMPHATY)	STB	TB	CB	B	SB	STP	TP	KP	P	SP
8	Menerima berbagai keluhan mengenai pelayanan yang diberikan.										
9	Memahami masalah teknis dalam pelaksanaan service motor.										

PERTANYAAN		KINERJA					KEPUASAN				
D	DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS)	STB	TB	CB	B	SB	STP	TP	KP	P	SP
10	Jika ada masalah pihak bengkel simpatik dan memberi kepastian waktu.										
11	Karyawan memberikan pelayanan yang tepat .										
12	Karyawan mengetahui kebutuhan service motor pelanggan .										

PERTANYAAN		KINERJA					KEPUASAN				
E	JAMINAN (ASSURANCE)	STB	TB	CB	B	SB	STP	TP	KP	P	SP
13	Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan service motor.										
14	Pelanggan tidak ragu untuk setelah service motor di dealer resmi Honda .										
15	Karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait service motor.										

Terimakasih atas partisipasi anda dan selamat beraktifitas....

No	Data Responden						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	2	1	2	3	2	2	1
2	2	1	2	3	3	1	1
3	2	1	2	3	2	2	1
4	2	1	1	3	5	1	1
5	2	1	2	5	4	1	1
6	2	1	3	3	5	1	2
7	2	1	2	2	4	2	2
8	2	1	4	3	3	2	1
9	2	1	2	3	3	2	1
10	2	1	4	3	2	2	1
11	2	1	2	3	3	2	1
12	2	1	3	4	3	2	1
13	2	1	2	4	3	2	1
14	2	1	2	3	5	1	2
15	2	2	2	3	3	1	1
16	2	1	1	3	4	1	2
17	2	1	2	5	2	1	2
18	2	1	2	5	3	2	1
19	2	1	3	5	3	2	2
20	2	1	2	1	3	3	1
21	2	1	1	3	4	1	1
22	2	1	2	3	3	1	1
23	2	1	2	4	4	1	1
24	2	1	4	3	3	2	1
25	2	1	4	4	5	2	1
26	2	1	2	3	4	1	1
27	2	1	2	5	5	2	1
28	2	1	1	3	4	2	2
29	2	1	2	4	3	2	1
30	2	1	2	3	4	2	1
31	2	1	4	2	4	2	2
32	2	2	3	5	3	2	1
33	2	1	4	3	4	2	1
34	2	1	2	3	4	3	2
35	2	1	2	5	2	2	1
36	2	1	2	2	3	2	1
37	2	2	4	5	3	2	1
38	2	1	3	5	4	2	1
39	2	1	2	4	3	2	1
40	2	1	2	3	2	2	1
41	2	1	2	3	3	2	1
42	2	1	2	5	4	2	1
43	2	1	2	2	3	1	2
44	2	1	4	4	4	1	2

45	2	2	3	1	3	1	2
46	2	1	5	3	4	1	1
47	2	2	2	3	5	1	1
48	2	2	4	3	5	2	2
49	2	1	4	3	3	2	1
50	2	1	2	4	4	2	1
51	2	1	2	5	2	2	1
52	2	1	2	2	4	2	1
53	2	1	4	3	3	2	2
54	2	1	3	4	3	2	2
55	2	1	4	5	4	2	1
56	2	1	2	5	4	1	1
57	2	1	2	3	3	1	1
58	2	1	2	1	4	1	1
59	2	1	4	3	4	1	1
60	2	1	2	3	3	1	1
61	2	1	4	3	4	1	1
62	2	1	2	3	3	1	1
63	2	1	2	1	4	3	1
64	2	1	2	2	5	3	2
65	2	2	3	3	3	3	2
66	2	1	2	3	4	2	1
67	2	2	2	3	3	2	2
68	2	1	2	1	2	2	1
69	2	1	2	3	4	1	1
70	2	1	2	3	3	1	2
71	2	1	2	5	3	2	2
72	2	1	3	5	5	2	2
73	2	1	2	3	4	1	1
74	2	1	4	4	3	1	1
75	2	1	4	5	4	1	2
76	2	1	3	1	4	1	2
77	2	1	2	2	4	2	1
78	2	2	2	5	4	1	1
79	2	1	2	3	3	1	2
80	2	1	5	5	4	2	1
81	2	1	4	2	5	1	2
82	2	1	2	4	3	1	2
83	2	1	2	3	2	1	2
84	2	1	3	5	4	2	1
85	2	1	4	4	3	2	2
86	2	1	2	3	5	2	1
87	2	1	2	1	3	1	1
88	2	1	3	5	4	2	1
89	2	1	4	4	3	2	1
90	2	1	4	5	3	2	1

91	2	1	2	3	3	1	2
92	2	1	4	3	5	1	1
93	2	1	2	5	4	1	1
94	2	2	1	3	4	2	1
95	2	2	4	1	4	1	1
96	2	1	2	2	4	2	1
97	2	1	4	5	3	2	2
98	2	2	2	2	5	2	1
99	2	1	4	5	4	1	1
100	2	1	3	4	2	1	1
101	2	2	3	3	3	1	1
102	2	1	2	2	4	1	2
103	2	2	2	3	4	2	2
104	2	2	4	5	3	2	1
105	2	1	5	4	4	1	1
106	2	2	1	5	3	3	1
107	2	1	3	5	3	1	2
108	2	1	2	2	5	1	2
109	2	1	4	3	3	1	1
110	2	1	3	5	3	2	2
111	2	1	3	4	3	1	1
112	2	1	2	3	3	2	1
113	2	1	4	3	4	1	1
114	2	1	3	4	3	2	2
115	2	1	1	5	4	1	1
116	2	1	4	3	5	2	1
117	2	1	4	5	2	2	1
118	2	1	4	4	3	2	2
119	2	1	2	2	3	1	1
120	2	1	4	3	3	1	1
121	2	1	3	3	3	1	1
122	2	1	2	3	3	2	2
123	2	1	1	3	4	2	1
124	2	1	2	2	3	1	1
125	2	1	3	3	4	2	1
126	2	2	1	1	4	2	2
127	2	1	3	3	3	2	2
128	2	1	4	1	3	1	1
129	2	1	4	3	3	2	1
130	2	2	2	3	5	2	2
131	2	1	1	1	2	1	1
132	2	1	2	3	5	3	2
133	2	1	3	1	4	2	1
134	2	1	4	5	3	2	2
135	2	1	4	3	2	1	1
136	2	1	3	1	3	1	2

137	2	1	2	5	5	1	1
138	2	1	1	1	4	2	1
139	2	1	3	5	2	2	1
140	2	1	1	2	5	1	1
141	2	2	2	5	5	1	1
142	2	1	3	2	4	1	2
143	2	1	3	3	2	1	2
144	2	1	3	3	2	2	2
145	2	1	4	5	5	2	1
146	2	1	3	3	3	2	1
147	2	1	2	3	4	2	1
148	2	1	1	3	2	2	2
149	2	1	2	3	5	2	2
150	2	1	2	2	2	2	1
151	2	1	3	3	5	1	2
152	1	2	1	5	3	2	2
153	2	2	4	3	3	1	1
154	2	1	3	3	2	1	2
155	2	2	2	3	5	1	2
156	2	1	4	3	2	2	1
157	2	1	3	3	3	2	1
158	2	1	2	3	5	1	1
159	2	2	2	2	5	1	1
160	2	1	5	3	4	1	1
161	1	1	4	5	3	2	1
162	2	1	1	5	2	2	1
163	2	1	3	3	3	2	2
164	2	1	2	2	3	1	2
165	2	2	2	3	3	1	1
166	2	1	2	3	5	1	1
167	2	2	2	3	5	2	1
168	2	1	3	3	3	2	1
169	2	2	4	3	3	1	1
170	2	1	3	3	3	2	1
171	1	1	3	3	4	3	1
172	2	2	2	3	3	2	1
173	2	1	2	2	2	1	1
174	2	1	1	3	4	2	1
175	2	1	4	3	3	1	1
176	2	1	2	3	3	1	1
177	2	1	1	3	3	1	2
178	2	1	2	3	3	2	1
179	2	1	4	1	3	2	1
180	2	1	2	2	2	1	1
181	2	1	3	4	4	2	1
182	1	1	2	1	5	1	2

183	2	1	3	3	3	2	2
184	2	1	2	4	4	1	1
185	2	1	2	5	3	2	2
186	2	1	3	4	4	1	1
187	1	1	2	5	4	1	1
188	2	1	2	5	2	2	1
189	2	1	2	3	3	1	2
190	2	1	3	5	4	2	1
191	2	1	5	5	3	1	1
192	2	1	3	5	3	2	1
193	2	1	1	3	3	1	1
194	2	1	3	3	4	1	1
195	2	1	3	3	2	2	1
196	2	1	2	2	5	2	1
197	2	1	2	1	3	1	2
198	2	1	2	4	4	2	1
199	1	1	3	1	3	1	1
200	2	1	2	3	3	1	2
201	2	2	1	3	2	2	1
202	2	2	2	3	3	1	1
203	2	1	2	3	2	1	1
204	2	2	1	3	3	1	2
205	2	1	2	3	3	2	1
206	2	2	3	3	3	1	2
207	2	1	3	3	3	1	1
208	1	1	3	4	3	1	1
209	2	1	2	3	3	1	1
210	2	1	1	3	3	2	1
211	2	1	3	3	4	1	2
212	2	1	3	4	3	2	1
213	2	1	1	2	3	2	1
214	2	2	3	3	3	1	1
215	1	1	2	2	4	1	1
216	2	1	2	2	3	1	1
217	2	1	3	3	3	1	2
218	2	1	3	2	3	1	2
219	2	1	2	2	2	2	1
220	2	2	3	5	3	1	1
221	2	1	2	2	3	2	1
222	2	2	2	1	3	1	1
223	1	1	2	2	2	2	1
224	2	2	1	2	3	2	2
225	2	1	3	3	4	2	2
226	2	1	2	5	5	3	1
227	2	1	2	5	3	1	1
228	1	1	2	3	3	1	2

229	2	1	2	3	3	1	1
230	2	1	3	4	2	2	2
231	2	2	2	2	3	2	2
232	2	2	4	3	3	1	2
233	2	1	3	3	3	1	1
234	2	1	2	3	2	1	1
235	2	1	4	5	3	2	2
236	2	1	3	3	3	2	1
237	2	1	3	1	3	2	1
238	2	2	3	3	4	2	2
239	2	1	2	2	3	1	1
240	2	1	3	1	3	1	2
241	2	1	1	1	3	1	1
242	2	1	1	1	3	2	1
243	2	1	2	1	4	1	2
244	2	1	2	5	3	1	2
245	2	1	2	3	4	1	1
246	2	2	3	1	4	2	2
247	2	1	2	1	2	2	1
248	2	2	2	4	5	1	2
249	2	1	2	5	3	1	1
250	2	2	1	4	2	1	2
251	2	1	1	2	3	2	1
252	1	1	3	4	2	2	2
253	2	1	2	3	3	2	1
254	2	1	3	3	3	1	2
255	2	1	1	3	3	1	1
256	2	1	2	2	4	1	1
257	2	1	2	1	3	1	1
258	2	1	3	3	3	2	1
259	2	1	4	1	3	1	1
260	2	2	4	1	3	1	1

No Responden	Kualitas Pelayanan (X)															SKOR
	Bukti Fisik				Kehandaan			Empati		Daya Tanggap			Jaminan			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	47
2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	47
4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	44
5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	50
6	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	48
7	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	47
8	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	47
9	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	49
10	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
11	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
12	4	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	53
13	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	51
14	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
15	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	43
16	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	51
17	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	45
18	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	52
19	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	53
20	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
21	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
22	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	51
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
25	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	4	3	4	3	3	46
26	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	44
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
29	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	50
30	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	45
31	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	57
32	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	56
33	4	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	59
34	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	61
35	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	66
36	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	67
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	61
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
40	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	63
41	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
42	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62
43	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	62
44	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
45	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
46	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	55
47	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	56
48	3	3	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	3	5	3	53
49	5	5	3	5	3	3	2	3	3	4	4	2	3	3	5	53
50	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	53
51	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	49
52	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	50
53	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	63
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	61
56	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	60
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
58	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	62
59	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	71
60	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	72
61	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	70
62	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
64	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	58
65	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	58
66	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
67	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
68	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	60

211	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	62
212	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	63
213	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	60
214	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	54
215	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	56
216	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	53
217	5	5	3	4	3	3	2	3	3	4	4	2	3	3	5	52
218	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	54
219	4	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	48
220	3	5	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	52
221	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	63
222	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
223	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	61
224	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	58
225	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
226	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	62
227	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	72
228	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
229	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	70
230	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58
231	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	61
232	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	58
233	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	58
234	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
235	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	61
236	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	59
237	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
238	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	68
239	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	70
240	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	69
241	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
242	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	62
243	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	61
244	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	72
245	5	5	3	4	3	4	2	3	3	4	4	2	3	3	5	53
246	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	54
247	4	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	48
248	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	51
249	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
250	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	70
251	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	61
252	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	63
253	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
254	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	70
255	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	73
256	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	64
257	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	63
258	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	60
259	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	61
260	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	62
Jumlah	1039	1052	1076	1064	1004	1047	1017	1084	1079	1051	1051	1017	1008	1089	1058	

250	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	70
251	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	60
252	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	62
253	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
254	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	69
255	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	73
256	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	64
257	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
258	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	59
259	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
260	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
Jumlah	1026	1042	1080	1050	1003	1041	1001	1073	1073	1045	1048	1016	1003	1074	1043	

Hasil SPSS Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	46,43	22,116	,412	,875
P2	46,43	22,323	,435	,874
P3	46,50	22,603	,397	,875
P4	46,47	22,257	,462	,872
P5	46,53	21,637	,551	,869
P6	46,67	21,402	,539	,869
P7	46,50	20,328	,594	,867
P8	46,40	21,421	,631	,865
P9	46,40	21,766	,552	,869
P10	46,53	20,878	,563	,868
P11	46,50	21,017	,587	,867
P12	46,50	21,017	,587	,867
P13	46,57	21,289	,653	,864
P14	46,33	22,506	,377	,876
P15	46,43	21,426	,642	,865

Hasil SPSS Uji Validitas Variabel Kepuasan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	46,23	23,013	,492	,883
P2	46,20	23,131	,449	,884
P3	46,27	22,754	,576	,880
P4	46,20	23,407	,386	,887
P5	46,30	22,286	,526	,881
P6	46,40	21,903	,598	,878
P7	46,23	21,082	,598	,879
P8	46,20	22,579	,575	,880
P9	46,13	22,671	,529	,881
P10	46,27	21,720	,554	,881
P11	46,23	21,633	,621	,877
P12	46,23	21,564	,634	,877
P13	46,30	21,941	,685	,875
P14	46,10	22,852	,482	,883
P15	46,17	22,420	,597	,879

Hasil SPSS Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,877	15

Hasil SPSS Uji Reabilitas Kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,887	15

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Indikator	r-tabel	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria
Pernyataan Kualitas Pelayanan				
Nilai yang diharapkan		0,361	> 0,361	Valid/ Tidak
Bukti Fisik (Tangible)				
1	Bangunan dealer dan service motor memadai dan layak	0,361	0,412	Valid
2	Fasilitas dan peralatan service motor modern.	0,361	0,435	Valid
3	Penampilan karyawan rapi dan bersih.	0,361	0,397	Valid
4	Lokasi Dealer dan Servis motor strategis	0,361	0,462	Valid
Kehandalan (Reliability)				
5	Layanan diberikan kepada pelanggan sesuai prosedur perusahaan.	0,361	0,551	Valid
6	Pelanggan menerima pelayanan baik dan prima dari karyawan.	0,361	0,539	Valid
7	Pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan .	0,361	0,594	Valid
Empaty (Empathy)				
8	Menerima berbagai keluhan mengenai pelayanan yang diberikan.	0,361	0,631	Valid
9	Perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan	0,361	0,552	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)				
10	Jika ada masalah pihak bengkel simpatik dan memberi kepastian waktu.	0,361	0,563	Valid
11	Karyawan memberikan pelayanan yang tepat	0,361	0,587	Valid
12	Karyawan mengetahui kebutuhan servis motor pelanggan .	0,361	0,587	Valid
Jaminan (Assurance)				
13	Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan servis motor.	0,361	0,653	Valid
14	Pelanggan tidak ragu untuk setelah servis motor di dealer resmi Honda .	0,361	0,377	Valid
15	Karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait servis motor.	0,361	0,642	Valid

Sumber : Data Hasil Olahan Penelitian (2018)

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

No	Indikator	r-tabel	Corrected Item-Total Correlation	Kriteria
Pernyataan Kepuasan				
	Nilai yang diharapkan	0,361	> 0,361	Valid/ Tidak
Bukti Fisik (Tangible)				
1	Bangunan dealer dan service motor memadai dan layak	0,361	0,492	Valid
2	Fasilitas dan peralatan Service motor modern.	0,361	0,449	Valid
3	Penampilan karyawan rapi dan bersih.	0,361	0,576	Valid
4	Lokasi Dealer dan Service motor strategis	0,361	0,386	Valid
Kehandalan (Reliability)				
5	Layanan diberikan kepada pelanggan sesuai prosedur perusahaan.	0,361	0,526	Valid
6	Pelanggan menerima pelayanan baik dan prima dari karyawan.	0,361	0,598	Valid
7	Pelayanan dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan .	0,361	0,598	Valid
Empaty (Empathy)				
8	Menerima berbagai keluhan mengenai pelayanan yang diberikan.	0,361	0,575	Valid
9	Perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan	0,361	0,529	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)				
10	Jika ada masalah pihak bengkel simpatik dan memberi kepastian waktu.	0,361	0,554	Valid
11	Karyawan memberikan pelayanan yang tepat	0,361	0,621	Valid
12	Karyawan mengetahui kebutuhan servis motor pelanggan .	0,361	0,634	Valid
Jaminan (Assurance)				
13	Pelanggan percaya dan merasa aman saat sesudah melakukan servis motor.	0,361	0,685	Valid
14	Pelanggan tidak ragu untuk setelah servis motor di dealer resmi Honda .	0,361	0,482	Valid
15	Karyawan memahami segala bentuk permasalahan terkait servis motor.	0,361	0,597	Valid

Sumber : Data Hasil Olahan Penelitian (2018)



SURAT KETERANGAN RISET

Bersama surat ini, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SUTOPO
Jabatan : KEPALA BENGKEL

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : TEGUH WIBOWO
NPM : 0211 12 190
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : "HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERVICE MOTOR HONDA PADA PT. KUSUMA SEJATI INTI PRIMA TAJUR BOGOR".

Telah melakukan Riset / Penelitian di PT. KUSUMA SEJATI INTI PRIMA Tajur Bogor.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bogor, 02 November 2017

Kepala Bengkel



PT. KUSUMASEJATI INTIPRIMA
CIAWI-BOGOR
(SUTOPO)



KUSUMA MOTOR

DEALER RESMI SEPEDA MOTOR HONDA
Jl. Raya Tajur No. 92 Ciawi - Bogor
Telp. 0251-8379288 (Hunting) Fax. 0251-8313831
e-mail : kusumamotor@indo.net.id