



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN PADA BENGKEL NAWILIS AUTO SERVICE CENTER
BOGOR**

Skripsi

Disusun Oleh :

Renaldi
021114215

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

2018

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN PADA BENGKEL *NAWILIS AUTO SERVICE CENTER*
BOGOR**

SKRIPSI

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



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

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

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN PADA BENGKEL NAWILIS AUTO SERVICE CENTER
BOGOR**

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari : Rabu, Tanggal : 25 / Juli / 2018

Renaldi
021114215

Menyetujui,

Ketua Sidang



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

Ketua Komisi Pembimbing



(Herdiyana, S.E., M.M.)

Anggota Komisi Pembimbing



(Salmah, S.E., M.M.)

ABSTRAK

RENALDI. NPM 021114215. Manajemen. Manajemen Pemasaran. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor. Dibawah bimbingan Bapak HERDIYANA dan Ibu SALMAH. Tahun 2018.

Bengkel memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen sebagai tempat untuk perbaikan dan perawatan kendaraan apabila mengalami gangguan masalah pada salah satu mesin maupun *chassis* (body). Kota Bogor merupakan salah satu kota dengan jumlah transportasi yang sangat padat, baik kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat. Badan Pusat Statistika Kota Bogor mencatat pada tahun 2015 jumlah kendaraan roda dua dan roda empat sebanyak 83.382 mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 104.104. Bengkel *Nawilis Auto Service Center* merupakan bengkel *spooring and balancing specialist* yang terletak di Kota Bogor dan berlokasi di Jalan Batu Tulis no 70, Kota Bogor, Jawa Barat. Perusahaan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* harus memiliki kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Jika harapan konsumen ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan konsumen tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanannya tidak ramah, tidak tanggap dan servis nya tidak baik, sudah dapat dipastikan konsumen tidak merasa puas.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan apakah terdapat hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor. Jenis penelitian ini merupakan penelitian verifikatif dengan metode penelitian *explanatory survey* yang menggunakan data primer dan sekunder, penentuan sampel menggunakan metode insidental sampling dengan jumlah 400 responden.

Berdasarkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan Bengkel *Nawilis Auto Servis Center* Bogor sebesar 73,96%. Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60%-80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* baik hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center*. Sedangkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen Bengkel *Nawilis Auto Servis Center* Bogor sebesar 74,22%. Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60%-80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* puas hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai membeli lagi, merekomendasikan (*word of mouth*) dan konfirmasi harapan pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center*.

Berdasarkan hasil analisis korelasi *Spearman Rank* dapat diketahui korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen yaitu sebesar 0,487. Karena nilai koefisien berada pada rentang 0,40 – 0,599 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada bengkel *Nawilis Auto Service Center* adalah cukup kuat. Didalam hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan bahwa tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$ hal itu menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen yang signifikan dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan yang positif terbukti.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan HidayahNya. Shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW, yang telah menerangi dunia dengan ilmu pengetahuan dan dakwah beliau yang tiadaandingannya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL NAWILIS AUTO SERVICE CENTER BOGOR.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis secara langsung atau tidak langsung telah mendapatkan bimbingan, pengarahan, bantuan dan dukungan yang sangat berharga dari banyak pihak sehingga skripsi ini dapat selesai. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, AK., M.M., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
2. Bapak Ferdisar Adrian, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
3. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
4. Ibu Yudhia Mulya, S.E., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
5. Bapak Herdiyana, S.E., MM., selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Ibu Salmah, S.E., MM., selaku Anggota Komisi Pembimbing yang senantiasa sabar dalam membimbing, selalu memberikan pencerahan dan selalu memberikan motivasi bagi penulis.
6. Seluruh Dosen, Staff Tata Usaha dan Karyawan Perpustakaan di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu. Yang telah memberi ilmu pengetahuan dan memperlancar dalam penyusunan skripsi ini.
7. Pimpinan dan karyawan *Nawilis Auto Service Center* Cabang Kota Bogor, terimakasih telah memberikan izin penelitian dan membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
8. Organisasi sekaligus rumah kecil saya HMM 2014, Kelas E Manajemen 2014, Bem Fe Unpak 2017, terimakasih atas do'a, semangat, perjuangan, motivasi dan proses pembelajaran hidup yang sangat luar biasa selama masa – masa di perkuliahan.
9. Sahabat-sahabat saya Gorengan Manajemen, Dibawah Pohon Rindang Dalam, Teman Masa Gitu, The Julitah terima kasih atas cerita, cinta dan cita – cita selama masa perkuliahan yang sangat berarti bagi penulis.

10. Yang saya banggakan tak lupa pula ucapan terimakasih kepada keluarga besar Alm. Abah tikuk yang selalu memberikan semangat serta dorongan selama proses perkuliahan dari awal sampai saat ini.

Yang istimewa dan terkasih penulis berikan tempat kepada kedua orang tua penulis, Pepen Supendi dan Satni yang telah mendidik dengan sabar, selalu memberikan semangat serta doa yang tiada henti, dan selalu berusaha memenuhi kebutuhan penulis. Kepada merekalah penulisan ini saya persembahkan dengan penuh cinta dan kasih sayang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih belum sempurna dan terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga menambah wawasan bagi yang membutuhkannya. Akhir kata penulis berharap agar penulisan ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagai bahan referensi bacaan bagi semua pihak yang ingin mengetahui lebih lanjut pembahasan dalam penulisan ini.

Bogor, Juli 2018

Renaldi

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	4
1.2.1. Identifikasi Masalah	4
1.2.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Jasa	5
2.1.1. Pengertian Jasa	5
2.1.2. Karakteristik Jasa	5
2.2. Kualitas Pelayanan	6
2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	6
2.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	6
2.3. Kepuasan Konsumen & Kepuasan Pelanggan	9
2.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	9
2.3.2. Pengertian Kepuasan Pelanggan	9
2.3.3. Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan	11
2.3.4. Dimensi Untuk Mengukur Kepuasan Konsumen	12
2.3.5. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan	13
2.3.6. Manfaat Kepuasan Pelanggan	14
2.4. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran	16
2.4.1. Penelitian Sebelumnya	16
2.4.2. Kerangka Pemikiran	18
2.5. Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	20
3.2. Objek Penelitian, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	20
3.3. Jenis Dan Sumber Data Penelitian	20
3.4. Operasionalisasi Variabel	20
3.5. Metode Penarikan Sampel	22

3.6.	Metode Pengumpulan Data	23
3.7.	Metode Analisis Data	24
3.7.1.	Uji Validitas	24
3.7.2.	Uji Reliabilitas.....	24
3.7.3.	Analisis Deskriptif.....	25
3.7.4.	Korelasi Spearman Rank	25
3.7.5	Uji Hipotesis Koefisien Korelasi.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN		
4.1.	Hasil Pengumpulan Data.....	28
4.1.1.	Profil Perusahaan.....	28
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan	29
4.1.3.	Kegiatan Usaha	29
4.1.4.	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	30
4.1.5.	Profil Responden	31
4.2.	Analisis Data	36
4.2.1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	36
4.2.2.	Kualitas Pelayanan pada Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor	40
4.2.3.	Kepuasan Konsumen pada Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor	56
4.2.4.	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen.....	67
4.3.	Interpretasi Dan Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.3.1.	Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan.....	68
4.3.2.	Tanggapan Responden Kepuasan Konsumen	68
4.3.3.	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen.....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	70
5.2	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Data Pengunjung <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor	1
Tabel 2	: Data Kepuasan <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor.....	2
Tabel 3	: Keluhan Konsumen <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor	3
Tabel 4	: Hasil Penelitian Sebelumnya	16
Tabel 5	: Operasionalisasi Variabel	21
Tabel 6	: Skala Likert.....	23
Tabel 7	: Interpretasi Hasil.....	25
Tabel 8	: Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r.....	26
Tabel 9	: Data Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 10	: Data Konsumen Berdasarkan Usia	33
Tabel 11	: Data Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	34
Tabel 12	: Data Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 13	: Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Pada Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor.....	36
Tabel 14	: Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor.....	38
Tabel 15	: Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	39
Tabel 16	: Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	39
Tabel 17	: Interpretasi Hasil.....	40
Tabel 18	: Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memiliki penampilan karyawan yang rapih dan bersih.....	41
Tabel 19	: Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memiliki Peralatan bengkel yang lengkap	41
Tabel 20	: Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor Memiliki ruangan bengkel yang rapih dan bersih.....	42
Tabel 21	: Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor Memberikan Keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada pelanggan.....	43
Tabel 22	: Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memiliki Mekanik yang mampu memperbaiki kerusakan	44
Tabel 23	: Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor mengenai Perubahan positif pasca perbaikan	45
Tabel 24	: Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memiliki mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan.....	46
Tabel 25	: Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan	47

Tabel 26 :	Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor dapat memenuhi permintaan khusus dari pelanggan	48
Tabel 27 :	Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas	49
Tabel 28 :	Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan	50
Tabel 29 :	Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memberikan perhatian khusus kepada pelanggan.....	51
Tabel 30 :	Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial	52
Tabel 31 :	Tanggapan Responden Tentang Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan	53
Tabel 32 :	Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden	54
Tabel 33 :	Interpretasi Hasil	56
Tabel 34 :	Tanggapan Responden Tentang Membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor	57
Tabel 35 :	Tanggapan Responden Tentang Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor	57
Tabel 36 :	Tanggapan Responden Tentang Membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor	58
Tabel 37 :	Tanggapan Responden Tentang Ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor	59
Tabel 38 :	Tanggapan Responden Tentang Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor	60
Tabel 39 :	Tanggapan Responden Tentang Lokasi <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor yang strategis.....	61
Tabel 40 :	Tanggapan Responden Tentang Servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen <i>Nawilis Auto Service Center</i>	62
Tabel 41 :	Tanggapan Responden Tentang Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan <i>Nawilis Auto Service Center</i>	63
Tabel 42 :	Tanggapan Responden Tentang Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen <i>Nawilis Auto Service Center</i>	64
Tabel 43 :	Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden	65
Tabel 44 :	Analisis Korelasi Rank Spearman	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Konsep Kepuasan Pelanggan	10
Gambar 2 : Konstelasi Penelitian	19
Gambar 3 : Kurva Pengujian Hipotesis Koefisien Korelasi.....	27
Gambar 4 : Struktur Organisasi Perusahaan	30
Gambar 5 : Tingkat Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Gambar 6 : Tingkat Presentase Responden Berdasarkan Usia	33
Gambar 7 : Tingkat Presentase Responden Berdasarkan Pendidikan.....	34
Gambar 8 : Tingkat Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Surat riset perusahaan Bengkel *Nawilis Auto Service Center*

Lampiran 3 : Kodingan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kesibukan sehari-hari menjadikan orang tidak memiliki waktu banyak memperbaiki atau merawat mobilnya. Apalagi jika sampai harus mengantri untuk dilayani. Peluang inilah yang dimanfaatkan pengusaha bengkel mobil dalam menjalankan bisnisnya. Menunggu merupakan kegiatan yang tidak menyenangkan. Bahkan ditengah rutinitas yang padat, menunggu adalah sebuah hal yang menghabiskan waktu (Kontan.co.id, diakses pada tanggal 20 Januari 2018).

Bengkel memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen sebagai tempat untuk perbaikan dan perawatan kendaraan apabila mengalami gangguan masalah pada salah satu mesin maupun *chassis* (body). Kota Bogor merupakan salah satu kota dengan jumlah transportasi yang sangat padat, baik kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat. Badan Pusat Statistika Kota Bogor mencatat pada tahun 2015 jumlah kendaraan roda dua dan roda empat sebanyak 83.382 mengalami peningkatan pada tahun 2016 menjadi 104.104. Dengan meningkatnya jumlah kendaraan di Kota Bogor, menjadikan peluang usaha bagi pebisnis untuk mendirikan perusahaan bengkel. Jumlah bengkel kendaraan roda dua maupun roda empat di Kota Bogor pada tahun 2016 mencapai 41 bengkel (www.carialamat.com, diakses pada tanggal 20 Januari 2018).

Salah satu perusahaan bengkel yang berada di Kota Bogor adalah *Nawilis Auto Service Center* merupakan bengkel *spooring and balancing specialist* yang terletak di Kota Bogor dan berlokasi di Jalan Batu Tulis no 70, Kota Bogor, Jawa Barat. *Nawilis Auto Service Center* memiliki perawatan berkala dengan berbagai pilihan servis yaitu apabila di bagian produk *Chassis (Body)* terdapat servis *spooring, balancing*, rotasi ban, cek kondisi ban. Sedangkan apabila dibagian produk Mesin terdapat servis *tune up, carbon clean*, oli mesin, oli tranmisi manual (*perseneling*). Berikut data pengunjung *Nawilis Auto Service Center* pada tahun 2015 – 2017 :

Tabel 1
Data Pengunjung Konsumen *Nawilis Auto Service Center* Bogor
Tahun 2015-2017

Tahun	Target	Realisasi
2015	7.200	5.606
2016	7.200	5.329
2017	7.200	5.130

Sumber : *Nawilis Auto Service Center* (2017)

Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa jumlah pengunjung *Nawilis Auto Service Center* pada tahun 2015 terdapat 5.606, pada tahun 2016 mengalami penurunan menjadi 5.329 sedangkan pada tahun 2017 mengalami penurunan menjadi 5.130 pengunjung, ini berbanding terbalik dengan meningkatnya jumlah kendaraan di Kota Bogor setiap tahun nya.

Penurunan konsumen *Nawilis Auto Service Center* Bogor tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam pelaksanaan operasional bengkel, salah satunya ada yang merasa puas dan ada juga yang tidak puas terhadap bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor. Untuk itu, penulis melakukan survei awal terhadap penilaian konsumen yang pernah melakukan servis di bengkel *Nawilis Auto Service Center* guna mengetahui faktor penurunan jumlah pengunjung dan puas atau tidaknya terhadap bengkel *Nawilis Auto Service Center*. Berdasarkan hasil survei awal diperoleh hasil penilaian seperti dibawah ini :

Tabel 2
Data Kepuasan Konsumen *Nawilis Auto Service Center* Bogor
Tahun 2017

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Puas	10	33,3
2.	Tidak Puas	20	66,6

Sumber : Peneliti (2017)

Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa 66,6% konsumen tidak puas terhadap bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor yang menyebabkan konsumen tidak melakukan pembelian ulang. Karena konsumen yang puas akan menjadi pelanggan setia dan memberikan pangsa bisnis yang lebih besar kepada perusahaan.

Kepuasan konsumen dapat diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual (Sopiah dan Sangadji, 2013, 181). Oleh karena itu, perusahaan di tuntut untuk dapat memahami harapan setiap konsumennya untuk memberikan nilai kenyataan atau kinerja maksimal yang dapat melampaui nilai harapan konsumen tersebut.

Menurut Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H Aksa (2016, 117) beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Kualitas pelayanan menurut Sangadji dan Sopiah (2013, 100) menyatakan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Lebih lanjut, Tjiptono (2005) menjelaskan apabila pelayanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Setelah melakukan survei awal terhadap penilaian konsumen yang pernah melakukan servis di bengkel *Nawilis Auto Service Center* sebanyak 30 orang, penurunan jumlah pengunjung *Nawilis Auto Service Center* ini disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya terdapat adanya keluhan-keluhan dari konsumen yang membuat konsumen merasa tidak puas, dan juga banyaknya perusahaan bengkel mobil yang ada di Kota Bogor. Berikut adalah data keluhan konsumen Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor :

Tabel 3
Keluhan-Keluhan Konsumen *Nawilis Auto Service Center* Bogor
Tahun 2017

N No	Keluhan	Jumlah	Persentase
11.	Harga	6	30
22.	Pelayanan	12	60
33.	Fasilitas	2	10

Sumber: Peneliti (2017)

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* masih memiliki penilaian yang kurang terkait dengan kualitas pelayanannya. Hal ini dapat terlihat dari survei awal diatas mengenai kualitas pelayanan dengan hasil 60% konsumen mengeluhkan tentang kualitas pelayanan bengkel *Nawilis Auto Service Center*. Kepuasan konsumen merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan konsumen menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang, menjadi pemicu upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Ali Hasan, 2013, 89).

Penelitian yang mendukung pernyataan tersebut, seperti yang dilakukan oleh Abner Tahendrika (2015) dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan *Service* Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Motor Suzuki pada Bengkel PT Sinar Galesong Pratama Makasar (Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan, Volume 1, Nomer 3, Desember 2015, ISSN 24608114). Terdapat persamaan dengan penulis yaitu membahas tentang variabel Independen Kualitas Pelayanan serta variabel Dependen Kepuasan Konsumen. Adapun perbedaan dengan penulis yaitu peneliti menggunakan metode penelitian Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan semuanya berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* penulis tertarik untuk melakukan penelitian melalui judul, **“HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL NAWILIS AUTO SERVICE CENTER BOGOR”**.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di kemukakan diatas, permasalahan yang terjadi Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor adalah :

1. Adanya penurunan jumlah pengunjung pada tahun 2017 yang menunjukkan adanya ketidakpuasan konsumen.
2. Adanya keluhan konsumen yang menunjukkan penurunan kualitas pelayanan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

- Untuk menjelaskan apakah terdapat hubungan antara Kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan antara lain:

1. Kegunaan Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan dalam pengaplikasian teori yang telah diperoleh dalam dunia nyata mengenai pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan di industri jasa servis bengkel.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dan masukan bagi pihak perusahaan agar dapat melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanannya sehingga kepuasan konsumen bisa meningkat dengan maksimal dan hal ini tentunya akan meningkatkan keuntungan sendiri bagi perusahaan.
 - b. Bagi penulis, untuk mengetahui penerapan teori yang terdapat pada masalah-masalah pemasaran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA.

2.1 Jasa

2.1.1 Pengertian Jasa

Sejumlah ahli pada bidang jasa telah melakukan berbagai upaya dalam tujuan untuk dapat merumuskan definisi jasa, namun demikian hingga saat ini belum ada satu definisi yang dapat diterima secara bulat. Keanekaragaman definisi tentang jasa tersebut dapat dilihat dari pendapat beberapa ahli sebagai berikut :

Menurut William J. Stanton (1981, 529) dalam buku Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa pengarang Buchari Alma (2013, 243) *Service are those separately identifiable, essentially intangible activities that provide want-satisfaction, and that are not necessarily tied to the sale of a product or another service. To produce a service may or may not require the use of tangible goods. However, when such use is required there is no transfer of the title (permanent ownership) to these tangible goods.*

Menurut Christopher Lovelock dan Evert Gummesson (2010, 15) menetapkan bahwa jasa (*services*) adalah suatu bentuk sewa-menyewa yang dapat memberikan suatu manfaat bagi konsumen.

Menurut Olsen dan Wyckoff (1978) dalam buku Manajemen Produk dan Jasa Zulian Yamit (2013, 22) mendefinisikan jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun insplisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli bahwa jasa merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat dipindah kepemilikan.

2.1.2 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari produk barang, jasa memiliki karakteristik khusus yang harus dipertimbangkan perusahaan ketika merancang program pemasaran. Menurut Leonard L. Berry dalam buku Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa pengarang Buchari Alma (2013, 244) terdapat tiga karakteristik jasa yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Lebih bersifat tidak berwujud daripada berwujud (*more intangible than tangible*).
2. Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*).

3. Kurang memiliki standard dan keseragaman (*less standardized and uniform*).

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bisa diartikan, kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berpengaruh dengan kondisi produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mempengaruhi atau melebihi harapan. Sehingga kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Berikut merupakan pengertian kualitas pelayanan menurut beberapa para ahli:

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2013, 87) *service quality a critical element of customer perception. In the case of pure service (e.g., health care, financial service, education), service quality will be the dominant element in customers evaluation.*

Menurut Gronroos (1990) dalam buku Konsumen dan Pelayanan Prima pengarang Daryanto dan Ismanto Setyabudi (2014, 135) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal – hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Menurut Kotler dan Lukman (2000, 8) dalam buku Konsumen dan Pelayanan Prima pengarang Daryanto dan Ismanto Setyabudi (2014, 135) pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli bahwa kualitas pelayanan merupakan elemen terpenting dari persepsi pelanggan dan aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan dan menawarkan suatu kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat.

2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang telah mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut – atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, jika kualitas jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Zeitham, Berry dan Parasuraman (1985) dalam buku Manajemen Produk dan Jasa Zulian Yamit (2013, 11) mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut :

1. *Tangible* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan menjamin pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya dan resiko ataupun keragu-raguan.
5. *Emphaty* (Empati), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Menurut Parasuraman dkk (1998) dalam buku Manajemen Pemasaran Jasa pengarang Rambat Lupiyoadi (2013, 216) :

1. Berwujud (*Tangible*)
Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. Reliabilitas (*Reliability*)
Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*)
Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan dan kepastian (*Assurance*)
Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati (*Emphaty*)
Memberikan perhatian yang khusus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka.

Menurut Gunawan Adi Sucipto (2014, 189) mengidentifikasi ada nya lima determinan (penentu) tentang kualitas jasa. Kelima determinan berikut akan menentukan tingkat kepuasan konsumen serta kualitas jasa suatu perusahaan, yaitu :

1. *Kehandalan (Reliability)*
Kemampuan dari jasa yang ditawarkan perusahaan untuk berkinerja sesuai dengan yang dijanjikan.
2. *Sensitifitas memberikan tanggapan (Responsiveness)*
Kesediaan penyedia jasa untuk membantu pelanggannya mencari cara penyelesaian bagi permasalahan yang mereka hadapi, apakah mereka cukup tanggap atau tidak.
3. *Kepastian (Assurance)*
Pengetahuan dan sifat hormat dari para personel penyedia jasa dan kemampuan mereka untuk mengembangkan kepercayaan dari pihak pengguna jasa. Kepastian seperti ini timbul bilamana pengguna jasa meyakini kemampuan teknis dan fungsional dari personil penyedia jasa yang bila perlu dibuktikan dengan sertifikasi mereka serta kompetensi mereka menyelesaikan masalah yang dihadapi pengguna jasa. Untuk keperluan itu manajemen perlu melatih dan *meng-update* pengetahuan dan kemampuan teknis para penyedia jasa.
4. *Empati (Empathy)*
Kesediaan personel penyedia jasa untuk selalu memberikan perhatian secara khusus dan individual pada setiap pengguna jasa. Sifat empati seperti ini perlu dibangkitkan terus menerus melalui kegiatan pemasaran internal dalam bentuk pelatihan – pelatihan, *workshop*, dan peningkatan keterlibatan personalia non marketing terhadap tugas utama yang menjadi beban para pemasar. Dengan empati personil non marketing mampu memberikan kontribusi untuk menciptakan kepuasan pelanggan jasa yang merupakan tujuan utama kegiatan pemasaran.
5. *Berbagai peralatan/perlengkapan yang berwujud (Tangible)*
Integritas maupun bonafiditas dari penyedia jasa juga dapat ditimbulkan melalui penampakan dari berbagai fasilitas fisik (gedung, peralatan dan perlengkapan yang digunakan, seperti banyaknya ATM untuk perbankan atau *CT Scan* untuk rumah sakit, dan berbagai peralatan dengan teknologi mutakhir), personalia yang berkualifikasi, dan bahan – bahan komunikasi seperti brosur dan leaflet. Semua itu akan mempengaruhi evaluasi pengguna jasa apakah lembaga penyedia jasa memang dapat dipercaya. Hal itu akan mempengaruhi perilaku dalam pengambilan keputusan memilih lembaga penyedia jasa yang akan digunakan.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli bahwa dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan antara lain :

1. *Tangible* (penampilan unsur fisik)
2. *Reliability* (Kinerja yang dapat digunakan dan akurat)

3. *Responsiveness* (Daya tangkap)
4. *Assurance* (Kredibilitas, keamanan, kompetensi dan kesopanan)
5. *Emphaty* (akses mudah, komunikasi yang baik dan pemahaman pelanggan)

2.3 Kepuasan Konsumen & Kepuasan Pelanggan

2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Persaingan yang ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus mempertahankan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.

Berikut merupakan pengertian kepuasan konsumen menurut beberapa para ahli:

Menurut Juran (1992) dalam buku *Konsumen dan Pelayanan Prima* pengarang Daryanto dan Ismanto Setyobudi (2014, 90) kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan.

Menurut Basu Swastha Dharmmesta (2016, 8) kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) merupakan faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang untuk mendapatkan laba, ialah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi.

Menurut Zeithaml dalam buku Daryanto dan Ismanto Setyobudi (2014, 90) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi atas kualitas jasa, persepsi atas harga, serta faktor situasional dan faktor personal.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli bahwa kepuasan konsumen merupakan keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang untuk mendapatkan laba dan dipengaruhi oleh persepsi atas kualitas jasa, persepsi atas harga, serta faktor situasional dan faktor personal.

2.3.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Pelanggan atau pemakai suatu produk merupakan orang – orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan – perusahaan bisnis.

Berikut merupakan pengertian kepuasan konsumen menurut beberapa para ahli :

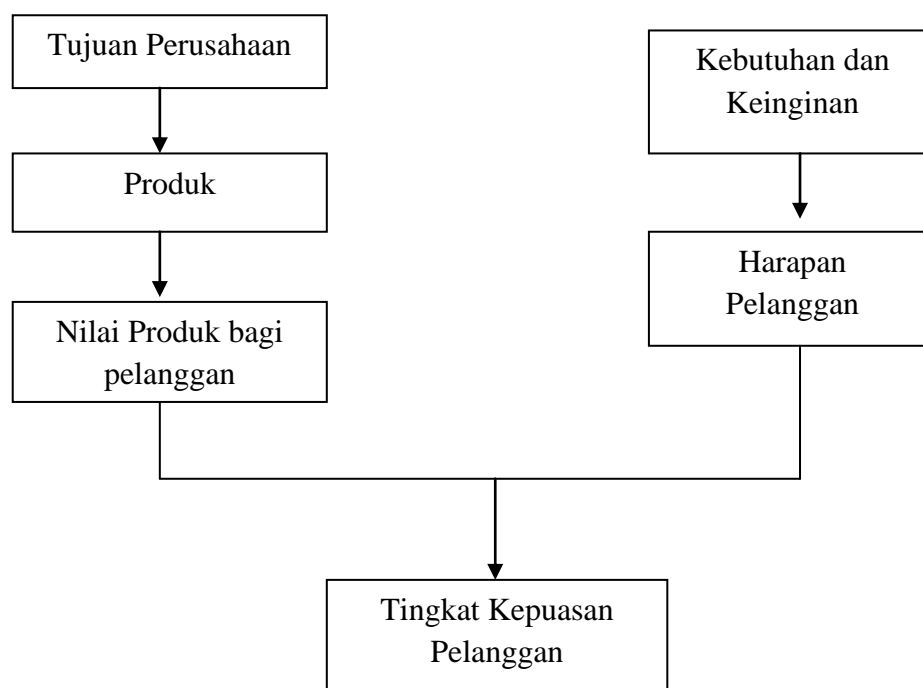
Menurut Irawan (2003) dalam buku *Konsumen dan Pelayanan Prima* pengarang Daryanto dan Ismanto Setyobudi (2014, 52) kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan value dari pemasok, produsen atau penyedia jasa.

Menurut Ali Hasan (2013, 89) Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang, menjadi pemicu upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono (2015, 30) kepuasan pelanggan merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern. Kuncinya terletak pada kemampuan memahami perilaku konsumen sasaran secara komprehensif, kemudian memanfaatkan pemahaman itu dalam merancang, mengkomunikasikan dan menyampaikan program pemasaran secara lebih efektif dibandingkan para pesaing.

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

Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1
Konsep Kepuasan Pelanggan
Sumber : Fandy Tjiptono (2008)

2.3.3 Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa (2016, 117-118) dalam menentukan kepuasan konsumen ada 5 faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain :

1. Kualitas Produk
Kualitas produk yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan
Kualitas pelayanan yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.
3. Emosional
Emosional yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk, tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
4. Harga
Harga yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya
Biaya yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa (pengorbanannya semakin kecil), cenderung puas terhadap produk/jasa ini.

Menurut Irawan (2009, 37) dalam jurnal Luky Hermawan dan Marheni Eka Saputri dimensi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk
Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan
Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan terutama untuk industri jasa.
3. Emosional
Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap konsumen tersebut apabila menggunakan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada konsumennya.

Berdasarkan teori faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen akan merasa puas, senang dan bangga apabila produk, pelayanan, emosional dan harga yang mereka harapkan sesuai dengan harapan mereka.

2.3.4. Dimensi Untuk Mengukur Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009, 140) perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama. Oleh karena itu, terdapat 4 dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Membeli lagi (*Re-Purchase*).
2. Mengatakan hal – hal baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan (*Word of Mouth*).

Menurut Fandy Tjiptono (2014, 368) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)
Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan
Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan ke dalam komponen – komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah.
3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)
Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
4. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)
Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)
Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relative lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman

atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang sering diteliti guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi (a) complain; (b) retur pengembalian produk; (c) biaya garansi; (d) *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar); (e) gethok tular negative; dan (f) *defentions* (konsumen yang beralih ke pesaing).

Berdasarkan dua pendapat para ahli, peneliti menggunakan gabungan indikator kepuasan konsumen yaitu membeli lagi (*repurchase*), mengatakan hal – hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan (*word of mouth*) dan konfirmasi harapan.

2.3.5. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Dalam pengukuran kepuasan pelanggan, setidaknya ada tiga aspek penting saling berkaitan menurut Ali Hasan (2013, 105) : (1) apa yang diukur (2) metode dan (3) skala pengukuran. Mengingat kepuasan pelanggan merupakan ukuran yang relatif, maka pengukurannya tidak boleh hanya bersifat “*one time, single shot studies*”. Justru sebaliknya pengukuran kepuasan pelanggan harus dilakukan secara regular agar dapat menilai setiap perubahan yang terjadi dalam kaitannya dengan jalinan relasi dengan setiap pelanggan. Selain itu, perusahaan juga dapat melakukan patok juga (*benchmarking*) dengan kinerja masa lalu dan kinerja para pesaing.

Fandy Tjiptono (2014, 369) metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas – luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.

2. *Ghost/Mystery Shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing.

3. *Lose Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu bisa terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survey, baik via pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung.

Kesimpulan dari pengukuran kepuasan pelanggan adalah pengukuran harus dilakukan secara regular agar dapat menilai setiap perubahan yang terjadi dalam kaitannya dengan jalinan relasi dengan setiap pelanggan dan metode yang dapat digunakan untuk kepuasan pelanggan antara lain sistem keluhan dan saran, *ghoes/mystery shopping*, *lose customer analysis* dan survei kepuasan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga dapat melakukan patok juga (*benchmarking*) dengan kinerja masa lalu dan kinerja para pesaing.

2.3.6 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Ali Hasan (2013, 102) perencanaan, implementasi, dan pengendalian program kepuasan pelanggan yang bagus dapat memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, diantaranya sebagai berikut :

1. Pendapatan
 - a. Pelanggan yang benar-benar puas berkontribusi 2,6 kali terhadap pendapatan dibanding pelanggan yang agak puas.
 - b. Pelanggan yang benar-benar puas berkontribusi 17 kali terhadap pendapatan dibanding pelanggan yang agak puas.
 - c. Penurunan kepuasan mengakibatkan penurunan pendapatan 1,8 kali.
 - d. Pelanggan yang puas yang paling mungkin untuk berbagi pengalaman dengan orang lain lima sampai enam orang. Sebaliknya pelanggan yang tidak puas akan mengatakan pengalaman yang mengecewakan kepada sepuluh orang.
 - e. Jika orang percaya berurusan dengan kepuasan pelanggan atau keluhan itu mahal, mereka perlu menyadari bahwa biaya untuk merekrut pelanggan baru sebanyak 25 persen lebih 6 kali lebih besar dari biaya mempertahankan pelanggan lama.
 - f. Pelanggan yang tidak puas memutuskan untuk :
 - (1) Mengentikan membeli produk (barang atau jasa,
 - (2) Mengeluh kepada perusahaan atau kepada pihak ketiga, atau
 - (3) Mengembangkan komunikasi negatif dari mulut ke mulut (*negatif word-of-mouth communication*).
2. Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Persaingan dengan “perang harga” pemotongan harga dianggap oleh banyak perusahaan menjadi senjata ampuh untuk meraih pangsa pasar (sekalipun sebenarnya sangat rapuh). Cukup banyak

fakta bahwa pelanggan yang bersedia membayar harga yang lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas produk yang lebih baik. Strategi fokus pada kepuasan pelanggan untuk menghadapi para produsen berbiaya rendah.

3. Manfaat ekonomis
Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih murah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru. Riset Wells (1993) menunjukkan biaya mempertahankan pelanggan lebih murah empat sampai enam kali lipat dibandingkan biaya mencari pelanggan baru.
4. Reduksi sensitivitas harga
Pelanggan yang puas terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga pelayanan dan kualitas.
5. *Key* sukses bisnis masa depan
 - a. Kepuasan pelanggan merupakan strategi bisnis jangka panjang, membangun dan memperoleh reputasi produk perusahaan dibutuhkan waktu yang cukup lama, diperlukan investasi besar pada serangkaian aktivitas bisnis untuk membahagiakan pelanggan.
 - b. Kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa depan yang mengukur kecenderungan reaksi pelanggan terhadap perusahaan dimasa yang akan datang.
 - c. Program kepuasan pelanggan relatif mahal dan hanya mendatangkan laba jangka panjang yang bertahan lama.
 - d. Ukuran kepuasan pelanggan lebih produktif untuk kinerja masa depan sekalipun tidak mengabaikan data akuntansi sekarang.
6. *Word-of-mouth relationship*, menurut Schnaars (1991) pelanggan yang puas dapat :
 - a. Hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis.
 - b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.
 - c. Menjadi advokator bagi perusahaan, terutama ketika reputasi perusahaan/produk dilecehkan oleh orang lain.
 - d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

2.4 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.4.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian dengan menggunakan variabel bebas (*independent variable*) kualitas pelayanan serta variabel terikat (*dependent variable*) kepuasan konsumen telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya dengan hasil penelitian yang berbeda-beda antara satu peneliti dengan peneliti yang lainnya. Untuk lebih jelasnya mengenai penelitian sebelumnya, dapat dilihat pada tabel 4 seperti dibawah ini :

Tabel 4
Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Nama Jurnal
1.	Bela Dwi Kuntari, Srikandi Kumadji, Kadarisma Hidayat (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT. Astra Internasional Tbk- Daihatsu Malang)	Independent : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dependen: Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	Analisis Deskriptif dan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan; variable Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan juga variable Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.	Jurnal Administrasi Bisnis Volume 36, Nomor 1, Juli 2016
2.	Muhammad Maskur, Nurul Qomariyah, Nursaidah (2016)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang)	Independent : Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Dependen: Loyalitas Pelanggan	Uji instrumen data, Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (0,191), harga (0,215) dan kepuasan pelanggan (0,352) , semuanya berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.	Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia Volume 6, Nomor 2, Desember 2016
3.	Abner Tahendrika (2015)	Analisis Kualitas Pelayanan <i>Service</i>	Independent : Kualitas	Regresi Linear	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan	Jurnal Ekonomi, Manajemen

No	Peneliti	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Nama Jurnal
		Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Motor Suzuki Pada Bengkel PT Sinar Galesong Pratama Makassar (2015)	Pelayanan Dependen: Kepuasan Pelanggan	Berganda	berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan variabel yang paling berpengaruh adalah bukti fisik.	dan Perbankan Volume 1, Nomer 3, Desember 2015 ISSN 2460-8114
4.	Masrifani, Penta Lestari Budiati, Nor Maulida	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Ahass Trio Motor Perintis Banjarmasin	Independent : Kualitas Pelayanan Dependen : Kepuasan Pelanggan	Regresi Linear Berganda	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti langsung (X1), keandalan (X2), daya tangkap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 10, Nomer 1, Maret 2017
5.	Rochyan Ridlo Rien Rizky, Moh. Mukeri Warso, Aziz Fathoni	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT. Graha Service Indonesia Cabang Semarang)	Independent : Kualitas Pelayanan Dependen : Kepuasan Pelanggan	Purposive Sampling	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keandalan variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan variabel tangible, responsiveness, assurance dan empati tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan.	Journal of Management Volume 2, Nomor 2, Maret 2016

2.4.2 Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan merupakan kualitas yang secara konsisten meliputi pemasaran dan operasi yang memperhatikan keterlibatan orang, pelanggan internal dan pelanggan eksternal dan memenuhi berbagai persyaratan dalam penyampaian jasa. Adapun Indikator dari kualitas pelayanan menggunakan teori menurut Parasuraman dkk (1998) dalam buku Manajemen Pemasaran Jasa pengarang Rambat Lupiyoadi (2013, 216) yaitu *Tangible* (Berwujud), *Reliability* (Reliabilitas),

Responsiveness (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan dan kepastian), *Emphaty* (Empati).

Perusahaan harus memiliki kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan. Jika harapan pelanggan ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanannya tidak ramah, tidak tanggap dan servis nya tidak baik, sudah dapat dipastikan pelanggan tidak merasa puas. Karena adanya kepuasan yang dirasakan konsumen, menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang, dan mengajurkan konsumen lain agar membeli produk yang sama.

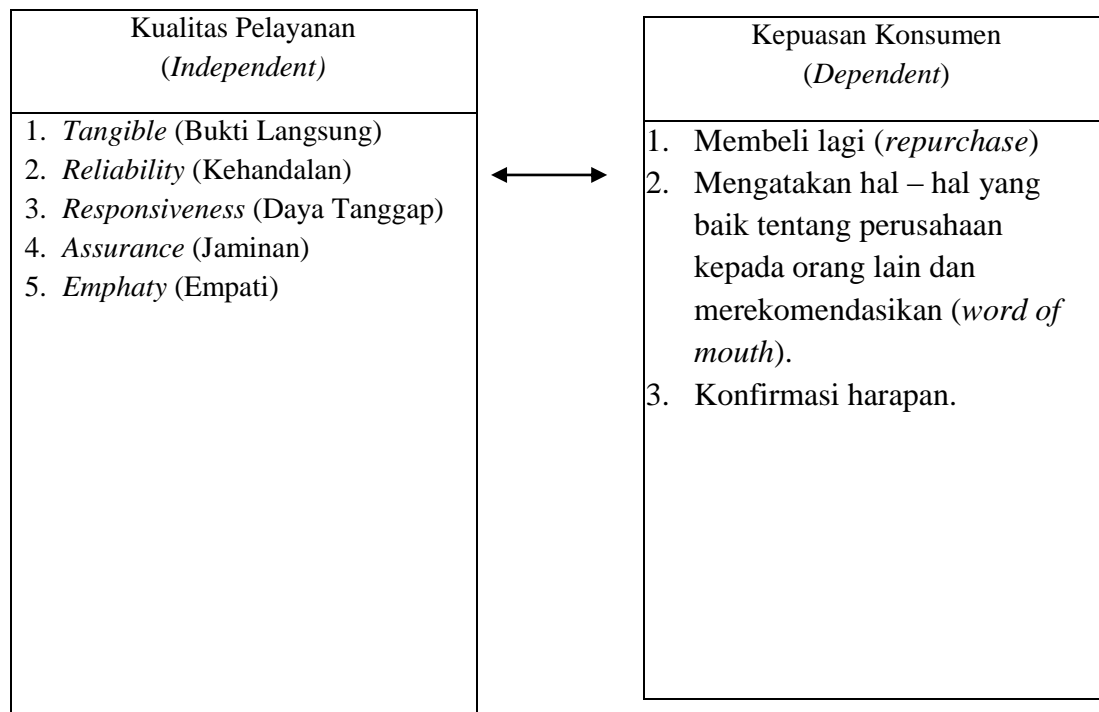
Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang rill/aktual dengan aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.

Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2009, 140) yaitu membeli lagi (*repurchase*), mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan (*word of mouth*) dan menurut Fandy Tjiptono (2014, 368) yaitu konfirmasi harapan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Penelitian yang mendukung pernyataan tersebut, yang dilakukan oleh Abner Tahendrika, bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya variabel kualitas pelayanan berpengaruh dengan kepuasan konsumen dan juga adanya hubungan yang cukup kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Penelitian Rochyan Ridlo Rien Rizky, Moh. Mukeri Warso dan Aziz Fathoni juga mendukung pertanyaan tersebut bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka disusun konstelasi penelitian yang terlihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2

Konstelasi Penelitian

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan atau jawaban sementara terhadap identifikasi masalah penelitian yang harus dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

- Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *Nawilis Auto Service Center Bogor*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian verifikatif dengan metode penelitian *explanatory survey* karena metode ini bertujuan untuk menguji hipotesis, yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Teknik penelitian yang digunakan adalah statistik inferensial nonparametris yaitu digunakan untuk menganalisis data nominal dan ordinal dari populasi yang bebas distribusi.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah variabel independen, kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*), serta variabel dependen kepuasan konsumen. Unit Analisis yang digunakan adalah analisis berupa individual, yaitu sumber data yang diperoleh dari respon setiap individu. Individu yang dimaksud ini adalah konsumen yang melakukan servis pada *Nawilis Auto Service Center* yang terdapat pada lokasi penelitian di Jalan Batu Tulis no 70, Kota Bogor, Jawa Barat.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti yaitu individu dalam perusahaan yang diteliti, jadi peneliti untuk mendapatkan data dan informasi melalui kuesioner terhadap konsumen *Nawilis Auto Service Center* Bogor. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang isinya berupa data teori pendukung.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel dapat didasarkan pada satu atau lebih referensi yang disertai dengan alasan penggunaan definisi tersebut. Variabel penelitian harus dapat diukur menurut skala ukuran yang lazim digunakan. Oleh karena itu, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian, maka disajikan tabel sebagai berikut :

Tabel 5
Operasionalisasi Variabel
(Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Bengkel
Nawilis Auto Service Center Bogor)

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	Penampilan karyawan yang rapi dan bersih	Ordinal
		Peralatan bengkel yang lengkap	
		Ruangan bengkel rapi dan bersih	
	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Keakuratan informasi yang dapat diberikan bengkel kepada pelanggan	Ordinal
		Mekanik mampu memperbaiki kerusakan	
		Perubahan positif pasca perbaikan	
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	Ordinal
		Mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan	
		Memenuhi permintaan khusus dari pelanggan	
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas	Ordinal
		Memberikan kredibilitas/kepercayaan berupa garansi atas perbaikan	
		Jaminan keamanan dan kenyamanan	
	<i>Emphaty</i> (Empati)	Memberikan perhatian khusus kepada pelanggan	Ordinal
		Pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial	
		Mampu memenuhi keinginan pelanggan	
Kepuasan Konsumen	Membeli lagi (<i>Re-Purchase</i>)	Puas dengan pelayanan yang diberikan	Ordinal
		Fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan	
		Harga relatif terjangkau	
	Mengatakan hal – hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan (<i>word of mouth</i>)	Ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain	Ordinal
		Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain	
		Lokasi yang strategis	
	Konfirmasi harapan	Servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen	Ordinal
		Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan	
		Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen	

3.5. Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel data responden yang sedang melakukan pembelian di *Nawilis Auto Service Center* Bogor yang diperoleh dari lokasi penelitian menggunakan metode penarikan sampel nonprobabilitas dengan teknik insidental sampling dimana hanya orang yang secara kebetulan ditemui untuk dijadikan sampel. Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus Slovin yaitu:

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = Error atau nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan, atau % tingkat kesalahan atau eror yang masih dapat di tolerir (= 1%, 5%, 10%).

Perhitungan untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1% sampai dengan 10%. Karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga serta demi kenyamanan para konsumen *Nawilis Auto Service Center* Bogor oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan taraf kesalahan sebesar 5%.

Populasi yang digunakan yaitu jumlah pengunjung *Nawilis Auto Service Center* Bogor pada tahun 2017 yaitu sebanyak 5.130 orang. Maka jumlah sampel yang di dapat berdasarkan rumus Slovin sebagai berikut :

$$N = 5.130$$

$$e = 0,05 (5\%)$$

$$n = \frac{5.130}{1 + 5.130 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{5.130}{13.825}$$

$$n = 372 \text{ dibulatkan menjadi } 400$$

Jadi sampel yang akan diteliti adalah 400 responden. Pembulatan menjadi 400 responden dimaksudkan agar nilai error / tingkat kritis dipastikan dibawah 5%.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode sampling diatas, maka data yang terpilih dikumpulkan melalui metode primer dan sekunder, metode pengumpulan data untuk data primer yaitu survey atau langsung pada sumber data dengan cara pengamatan dan

pengukuran dengan membagikan kuesioner. Metode pengumpulan data untuk sekunder yaitu diperoleh dari internet.

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan prosedur sebagai berikut :

1. Study pustaka

Penelitian ini mempelajari literatur-literatur yang relevan dengan permasalahan perusahaan untuk mendapatkan landasan teori yang digunakan dalam pemecahan permasalahan.

2. Penelitian Langsung

- a. Wawancara yang dilakukan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan yaitu manajer *Nawilis Auto Service Center* Bogor.
- b. Kuesioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data atau informasi mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Untuk mengukur hasil kuesioner yang disebar pada konsumen menggunakan alat ukur skala likert. Menurut Sugiyono (2010, 132) “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Skala penilaian yang digunakan yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (RG), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

Tabel 6
Skala Likert

Kriteria Jawaban	Inisial	Skor atau Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, 2010.

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1. Uji Validitas

Untuk mengetahui tingkat validitas suatu instrumen penelitian perlu dilakukan uji coba terlebih dahulu dan kemudian hasilnya di analisis Menurut Sugiyono (2017, 361) Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilakukan peneliti. Untuk menguji tingkat validitas suatu instrumen peneliti bisa menggunakan rumus kolerasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

$\sum XY$ = Jumlah perkalian x dan y

$\sum X$ = Jumlah nilai variabel x

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum X^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel x

$\sum Y^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel y

n = Banyaknya sampel

Kaidah keputusan: Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti valid, dan sebaliknya

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

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

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Dimana :

r_{11} = Nilai Reliabilitas

$\sum \sigma i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

K = banyaknya butir pertanyaan

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

3.7.3. Analisis Deskriptif

Bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif mengenai Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor.

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

STS	TS	RG	S	SS	
0%	20%	40%	60%	80%	100%

Sumber : Sugiyono (2016)

Tabel 7
Interpretasi Hasil

Kriteria Interpretasi Skor	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
0% - 20%	Buruk Sekali	Tidak Puas
21% - 40%	Buruk	Kurang Puas
41% - 60%	Sedang	Cukup Puas
61% - 80%	Puas	Puas
81% - 100%	Sangat Puas	Sangat Puas

Sumber : Dolet Unaradjan (2013)

3.7.4. Korelasi Spearman Rank

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

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

Keterangan:

r_s = Nilai Korelasi Spearman

d = Selisih antara X dan Y

n = Jumlah Pasangan (data)

Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih atau juga dapat menentukan arah dari kedua variabel.

Nilai Korelasi (r_s) = (-1 < 0 < 1).

Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada antara -1 dan 1, sedangkan untuk arah dinyatakan positif (+) dan negatif (-).

1. Apabila $r = -1$ korelasi negatif sempurna, artinya terjadi hubungan bertolak belakang antara X dan Y, bila X naik Y turun.
2. Apabila $r = 1$ korelasi positif sempurna, artinya terjadi hubungan searah, bila X naik dan Y juga naik.
3. Apabila $r = 0$ artinya tidak ada hubungan antara X dan Y

Untuk menginterpretasikan hasil penelitian korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 8
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

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

Sumber : Sugiyono, 2016

3.7.5. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

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

- $H_0 : \rho=0$, berarti tidak ada hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen
- $H_a : \rho > 0$, berarti ada hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Statistic Uji :

Menurut Sugiyono (2015, 247), uji signifikan menggunakan rumus Z karena $n > 30$:

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

Keterangan :

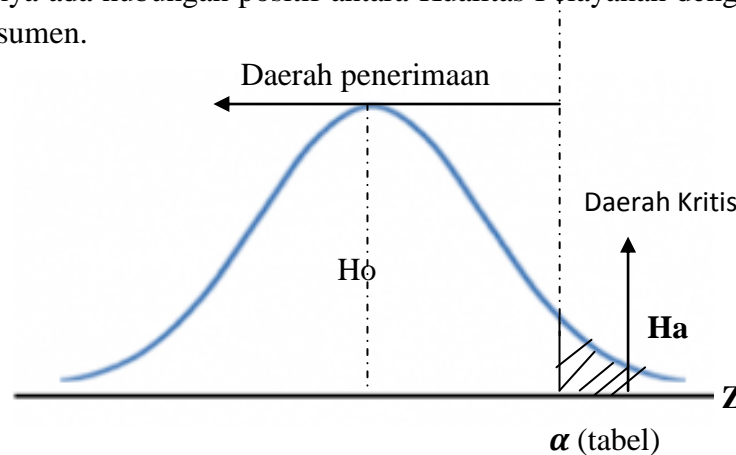
Z_{hitung} = Uji Signifikan Z

r_s = Koefisien Korelasi Spearman Rank

n = Jumlah Sampel

Dengan menggunakan uji satu arah maka kriteria hasil pengujiannya adalah :

- Tolak H_0 dan terima H_a jika nilai $Z_{hitung} > Z_{tabel}$
Artinya tidak ada hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.
- Tolak H_a dan terima H_0 jika nilai $Z_{hitung} > Z_{tabel}$
Artinya ada hubungan positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.



Gambar 3
Kurva Pengujian Hipotesis Koefisien Korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data

Berdasarkan metodologi penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka berikut ini hasil dari pengumpulan data yang telah dijelaskan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor. Subjek penelitiannya yaitu konsumen bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor. Sehingga unit analisis dalam penelitian ini adalah individual. Karena sumber data yang diperoleh berasal dari respon setiap orang atau individu dalam suatu kelompok atau organisasi. Lokasi penelitian ini beralamat di Jalan Batu Tulis no 70 Kota Bogor. Sumber data yang digunakan adalah data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden dan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pihak bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor tentang data jumlah pengunjung dan data keluhan konsumen bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor. Berdasarkan hasil informasi kepala cabang pada bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor pada tahun 2017 sekitar 5.606 orang, teknik yang digunakan dalam penarikan sampel menggunakan teknik insidental sampling, dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat error 5% diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 372 responden, namun untuk mempermudah penelitian ini maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 400 responden.

4.1.1. Profil Perusahaan

Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor merupakan salah satu usaha dalam bidang jasa yang resmi ditunjuk oleh PT Hyundai Indonesia sebagai bengkel resmi Hyundai yang disebut dengan *Hyundai Authorized Workshop Service* yang beralamat di Jalan Batu Tulis no 70a, Bogor Selatan. Pada mulanya bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor merupakan sebuah usaha yang hanya menjual ban, tambal ban dan isi iccu dengan nama Gaja Ban yang didirikan pada tahun 1963 oleh Petter Nawilis di Jalan Tanah Abang 1 nomer 17 Jakarta. Usaha tersebut berkembang pesat yang pada akhirnya pada tahun 1973 mengganti nama perusahaan menjadi *Nawilis* dan menambah servis buka pasang ban dan *wheel balancing*. Pada tahun 1975 bengkel *Nawilis Auto Service Center* merupakan salah satu pemasok mesin *wheel alignment (spooring)* pertama di Denmark. Lalu pada tahun 1980, bengkel *Nawilis Auto Service Center* menambah servis tune up, oli, rem, kopling dan semakin berkembang pada tahun 1988 bengkel *Nawilis Auto Service Center* membuka cabang di Tanah Abang no 12A yang menggunakan mesin *wheel-alignment* dengan teknologi komputer PC dan *liftwheel alignment* pertama di Indonesia.

Bengkel *Nawilis Auto Service Center* terus mengembangkan usahanya dimana pada tahun 1995 sampai dengan 2014 telah membuka sebanyak 7 cabang diantaranya berada di wilayah Tanah abang Jakarta Pusat, Radio Dalam Raya Jakarta Selatan, Batu Tulis Bogor, Serang Cilegon, Giant Supermarket Bekasi, Pamulang Tangerang Selatan, Mayor Syafei Serang. Adapun salah satu cabang yang diteliti oleh penulis yaitu Bengkel *Nawilis Auto Service Center* yang ada di Batu Tulis Kota Bogor.

Kesibukan sehari-hari menjadikan orang tidak memiliki waktu banyak memperbaiki atau merawat mobilnya. Apalagi jika sampai harus mengantri untuk dilayani. Peluang inilah yang dimanfaatkan pengusaha bengkel mobil dalam menjalankan bisnisnya. Menunggu merupakan kegiatan yang tidak menyenangkan. Bahkan ditengah rutinitas yang padat, menunggu adalah sebuah hal yang menghabiskan waktu.

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

➤ Visi perusahaan

“Jaringan perawatan dan perbaikan mobil kelas dunia yang mengutamakan keselamatan dan kenyamanan berkendara”.

➤ Misi perusahaan

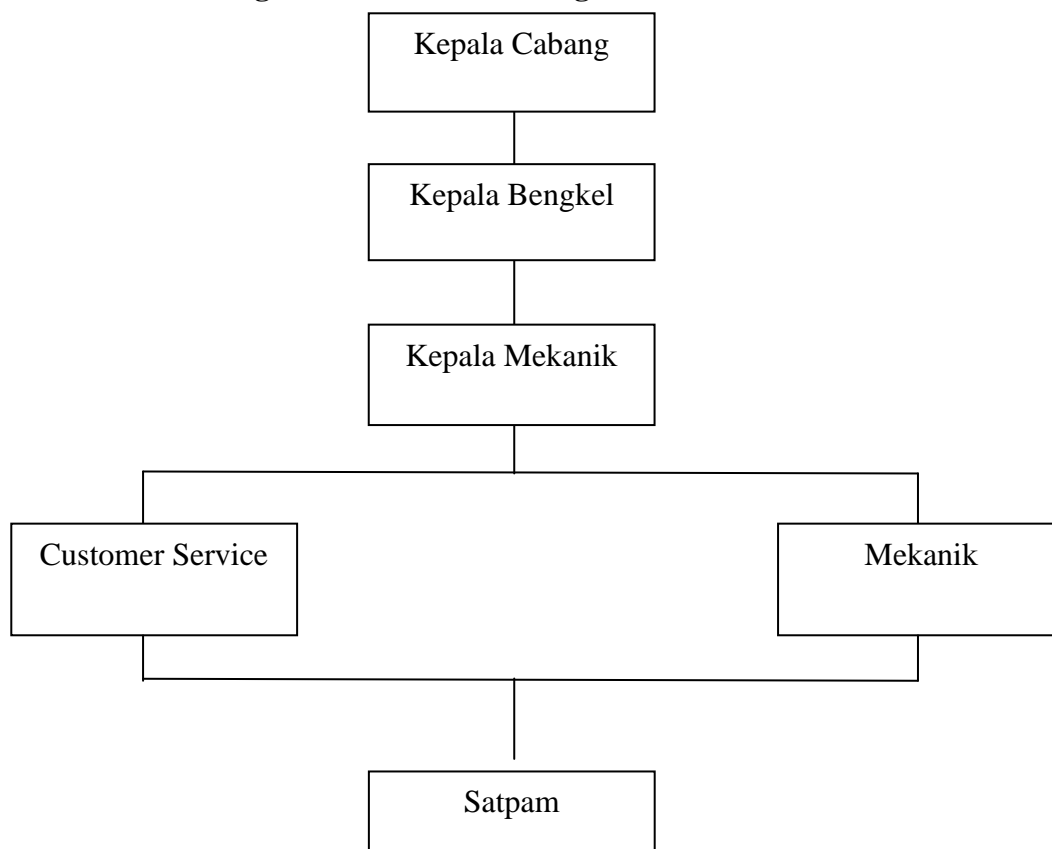
1. Dominasi Dipasar Spoorring - Balancing
2. Etika Kerja Professional
3. Memenuhi Standar Kualitas
4. Pelayanan Yang Peduli
5. Penerapan Teknologi Terkini
6. Penampilan Berkelas Dan Nyaman

4.1.3. Kegiatan Usaha

Bengkel *Nawilis Auto Service Center* merupakan perusahaan yang berasal dari keluarga turun menurun bergerak dalam bidang jasa otomotif. Bengkel *Nawilis Auto Service Center* memiliki produk Ban, Oli, Spare Parts dan Aksesoris. Dalam menjalankan usahanya, bengkel *Nawilis Auto Service Center* memiliki jasa otomotif diantaranya *Spooring, Normal Balancing, Hi-Speed Balancing, Bongkar Pasang/Rotasi Ban, Angin Nitrogen, Tune-Up, Carbon Clean, Automatic Transmission Flush, Power Steering Flush, Kuras Minyak Rem, Bubut Rem, Uji Emisi dan Flushing AC/Fogging AC.* (Sumber data : Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor)

Selain itu, kegiatan usaha yang dilakukan oleh bengkel *Nawilis Auto Service Center* yaitu perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan agar setiap pelanggan yang datang ke Bengkel *Nawilis Auto Service Center* melakukan pembelian ulang.

4.1.4. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas



Gambar 4

Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : *Nawilis Auto Service Center Bogor*

Sejak tahun 2009, bengkel *Nawilis Auto Service Center* Batu Tulis Bogor merupakan cabang ketiga yang didirikan oleh Nawilis. Kepala cabang dari setiap daerah mempunyai tanggung jawab nya masing – masing dan memiliki pengaruh pada bobot pekerjaan, struktur gaji, insentif dan *service* serta aturan lainnya.

Struktur organisasi pada bengkel *Nawilis Auto Service Center* Batu Tulis Bogor terdiri dari beberapa tingkatan, dimana kepala cabang membawahi seorang kepala bengkel dan yang lainnya. Seorang kepala cabang memimpin seluruh karyawan di bawahnya dan dalam melakukan tugasnya dibantu dengan seorang kepala bengkel dan kepala mekanik. Selain itu, kepala cabang pun dibantu oleh *Customer Service* untuk menjalankan bisnis perusahaan.

Berikut merupakan uraian tugas (*job desk*) pada bengkel *Nawilis Auto Service Center* Batu Tulis Kota Bogor :

1. Kepala Cabang
Kepala Cabang harus melakukan koordinasi untuk pengawasan segala aktivitas yang dilakukan oleh para staff perusahaan di kantor

cabang. Koordinasi tersebut dilakukan agar kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lebih maksimal dan memastikan tidak boleh ada kegiatan operasional yang sia – sia.

2. Kepala Bengkel
Kepala Bengkel perusahaan berhak untuk memberikan penilaian terhadap kinerja yang dilakukan oleh bawahannya. Karena dari hasil penilaian tersebut yang akan dijadikan sebagai dasar acuan dan bahan laporan terhadap kantor pusat tentang bagaimana kinerja dari SDM kantor cabang masing – masing yang berada di bawah pimpinan seorang manager kantor cabang.
3. Kepala Mekanik
Bagian yang menyusun jadwal pemeliharaan dan perbaikan mesin, peralatan dan fasilitas produksi agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar.
4. Mekanik
Mekanik mempunyai tugas yang diantaranya melaksanakan tugas yang diberikan oleh *staff maintenance*, melakukan perawatan kendaraan sesuai *job order* yang diberikan *staff maintenance* dan melaporkan hasil kegiatan kepada *staff maintenance*.
5. *Customer Service*
Dalam hal ini seorang *Customer Service* melayani pertanyaan – pertanyaan yang diajukan tamu serta memberikan informasi tamu serta memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin secara ramah, sopan, menarik dan menyenangkan. Harus selalu memberi perhatian, bicara dengan suara jelas serta lembut dan memakai bahasa yang mudah dimengerti klien.
6. Satpam
Satpam mempunyai tugas tersendiri yaitu melaksanakan pengamanan secara menyeluruh di lokasi kerja.

4.1.5. Profil responden

Dalam penelitian ini profil responden terbagi menjadi 4 (empat) kriteria yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan. Untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan melibatkan pengunjung sebanyak 400 sampel. Berikut hasil data responden yang merupakan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor :

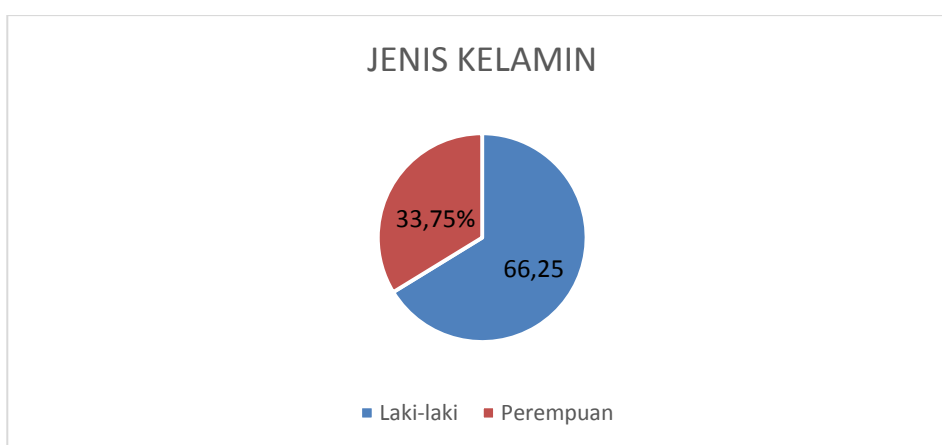
1. Jenis kelamin

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 9
Data Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Kategori	Jumlah konsumen	Persentase
1	Laki – laki	265	66,25
2	Perempuan	135	33,75
Jumlah		400	100

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2018



Gambar 5

Tingkat Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa 265 responden adalah berjenis kelamin laki-laki sebesar 66,25%, dan 135 responden berjenis kelamin perempuan sebesar 33,75%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah responden perempuan.

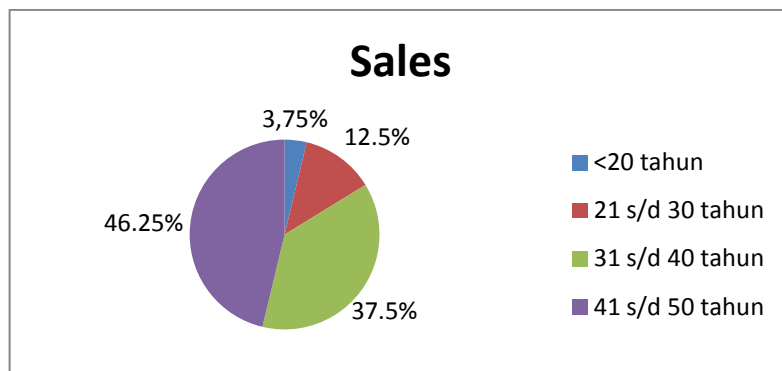
2. Usia

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan usia:

Tabel 10
Data Konsumen Berdasarkan Usia

No.	Kategori	Jumlah Konsumen	Persentase
1	<20 tahun	15	3,75
2	21 s/d 30 tahun	50	12,5
3	31 s/d 40 tahun	150	37,5
4	41 s/d 50 tahun	185	46,25
Jumlah		400	100

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2018



Gambar 6
Tingkat Persentase Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa 15 responden adalah berusia <20 tahun sebesar 3,75%, 50 responden berusia 21 s/d 30 tahun sebesar 12,5%, 150 responden berusia 31 s/d 40 tahun sebesar 37,5%, dan 185 responden berusia 41 s/d 50 tahun sebesar 46,25%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden sebesar usia 41 s/d 50 tahun lebih banyak dibandingkan konsumen yang berusia <20 tahun, 21 s/d 30 tahun dan 31 s/d 40 tahun.

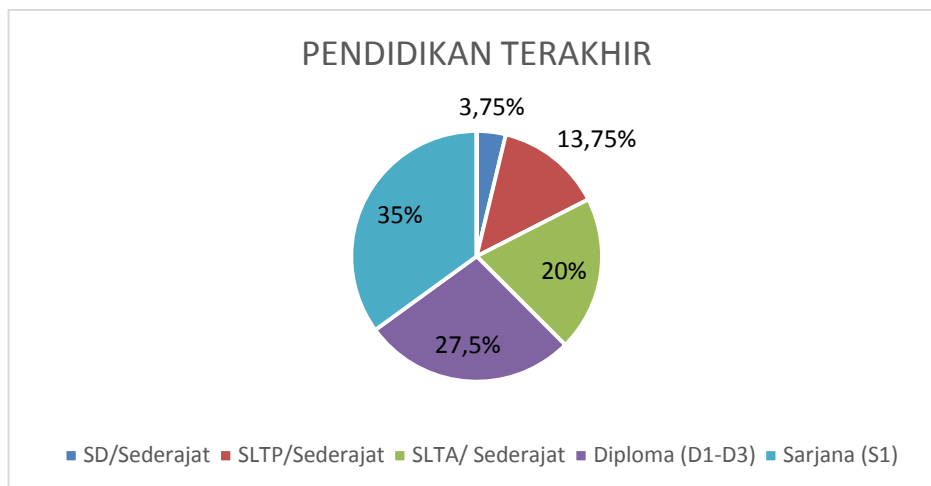
3. Pendidikan terakhir

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan pendidikan terakhir :

Tabel 11
Data Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Kategori	Jumlah Konsumen	Persentase
1	SD/Sederajat	15	3,75
2	SLTP/Sederajat	55	13,75
3	SLTA/ Sederajat	80	20
4	Diploma (D1-D3)	110	27,5
5	Sarjana (S1)	140	35
	Jumlah	400	100

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2018



Gambar 7

Tingkat Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa 15 responden berpendidikan akhir SD/Sederajat sebesar 3,75%, 55 responden berpendidikan akhir SLTP/Sederajat sebesar 13,75%, 80 responden berpendidikan akhir SLTA/ Sederajat sebesar 20%, 110 responden berpendidikan akhir Diploma (D1-D3) sebesar 27,5%, dan 140 responden berpendidikan akhir Sarjana (S1) sebesar 35%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dengan pendidikan akhir Sarjana (S1) lebih banyak dibandingkan konsumen yang berpendidikan akhir SLTP/Sederajat, SLTA/ Sederajat, dan Diploma (D1-D3).

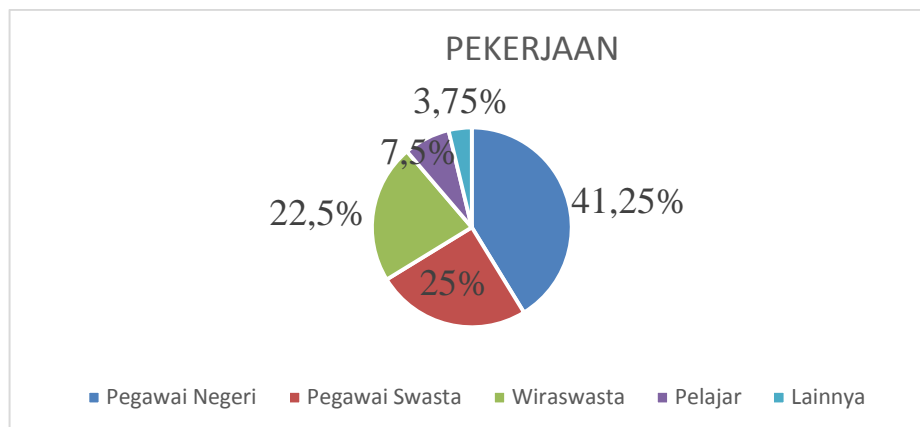
4. Pekerjaan

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan pekerjaan :

Tabel 12
Data Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

No.	Kategori	Jumlah Konsumen	Persentase
1	Pegawai Negeri	165	41,25
2	Pegawai Swasta	100	25
3	Wiraswasta	90	22,5
4	Pelajar	30	7,5
5	Lainnya	15	3,75
Jumlah		400	100

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2018



Gambar 8
Tingkat Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa 165 responden berprofesi sebagai Pegawai Negeri sebesar 41,25%, 100 responden berprofesi sebagai Pegawai Swasta sebesar 25%, 90 responden berprofesi sebagai Wiraswasta sebesar 22,5%, 30 responden berprofesi sebagai Pelajar sebesar 7,5%, dan 15 responden berprofesi sebagai Lainnya sebesar 3,75%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai Negeri lebih banyak dibandingkan konsumen yang memiliki pekerjaan pegawai swastas, wiraswasta, pelajar, lainnya.

4.2. Analisis Data

4.2.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Hasil uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur angket atau valid tidaknya suatu angket penelitian. Sahnya suatu angket jika pertanyaan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur angket.

Tabel 13
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor

o Item	Pertanyaan	r hitung	tabel	Kete rangan
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)				
	Penampilan karyawan Nawilis Auto Service Center Bogor yang rapih dan bersih	0,515175	,361	Vali d
	Peralatan bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor yang	0,515175	,361	Vali d

o Item	Pertanyaan	r hitung	tabel	Kete rangan
	lengkap	.607372		
	Ruangan bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor yang rapih dan bersih	0 .365839	,361	Vali d
<i>Kehandalan (Reliability)</i>				
	Keakuratan informasi yang dapat diberikan bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor kepada pelanggan	0 .495911	,361	Vali d
	Mekanik Nawilis Auto Service Center Bogor mampu memperbaiki kerusakan	0 .364518	,361	Vali d
	Perubahan positif pasca perbaikan di bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor	0 .409387	,361	Vali d
<i>Daya Tanggap (Responsiveness)</i>				
	Mekanik Nawilis Auto Service Center Bogor yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	0 .380562	,361	Vali d
	Nawilis Auto Service Center Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan	0 .368648	,361	Vali d
	Nawilis Auto Service Center Bogor memenuhi permintaan khusus dari pelanggan	0 .582494	,361	Vali d
<i>Jaminan (Assurance)</i>				
0	Nawilis Auto Service Center Bogor memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas	0 .371497	,361	Vali d
1	Nawilis Auto Service Center Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan	0 .46036	,361	Vali d
2	Nawilis Auto Service Center Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan	0 .009614	,361	Tida k Valid

No Item	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Empati (Empathy)</i>				
3	Nawilis Auto Service Center Bogor memberikan perhatian khusus kepada pelanggan	0,531216	0,361	Valid
4	Nawilis Auto Service Center Bogor memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial	0,67754	0,361	Valid
5	Nawilis Auto Service Center Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan	0,742263	0,361	Valid

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2018

Berdasarkan hasil uji validitas kualitas pelayanan (X) menggunakan SPSS 23 dengan sampel 30 dan $r_{tabel} = 0,361$ maka hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa terdapat 15 pertanyaan yaitu 14 pertanyaan yang valid dan 1 pertanyaan yang tidak valid. Dikarenakan 14 pertanyaan yang valid tersebut memiliki hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ sedangkan 1 pertanyaan yang tidak valid tersebut memiliki hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$. Dengan demikian 14 pertanyaan tersebut dianggap telah tepat untuk mengukur kualitas pelayanan pada Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor.

Tabel 14

Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen pada Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor.

No item	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Membeli lagi (Re-purchase)</i>				
1	Membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor	0,55739	0,361	Valid
2	Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan Nawilis Auto Service Center Bogor	0,685423	0,361	Valid
3	Membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto	0,535952	0,361	Valid

No item	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
	Service Center Bogor			
Merekomendasikan (<i>Word of Mouth</i>)				
4	Ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor	0 .559035	0 ,361	Valid
5	Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Nawilis Auto Service Center Bogor	0 .855436	0 ,361	Valid
6	Lokasi Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis	0 .689799	0 ,361	Valid
Konfirmasi harapan				
7	Servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen Nawilis Auto Service Center	0 .713497	0 ,361	Valid
8	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Nawilis Auto Service Center	0 .744765	0 ,361	Valid
9	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen Nawilis Auto Service Center	0 .41741	0 ,361	Valid

Sumber data: *output SPSS 23, diolah 2018*

Berdasarkan hasil uji validitas kepuasan konsumen (Y) menggunakan SPSS 23 dengan sampel 30 dan $r \text{ tabel} = 0,361$ maka hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa terdapat 9 pertanyaan yaitu 9 pertanyaan tersebut valid. Dengan demikian 9 pertanyaan tersebut dianggap telah tepat untuk mengukur kepuasan konsumen pada Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor.

b. Hasil uji reliabilitas

Untuk menguji reabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis formula *alpha cronbach's* yaitu suatu angket penelitian ini dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan atau konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel dikatakan jika memiliki *cronbach's alpha* $> 0,6$

Nilai uji reabilitas suatu variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor :

Tabel 15
Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	15

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2018

Berdasarkan hasil uji koefisien reabilitas kualitas pelayanan (X) menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 14 dari 15 pertanyaan dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,779 variabel kualitas pelayanan memiliki tingkat reabilitas sangat baik karena nilai reabilitas kualitas pelayanan $> 0,600$. Maka pertanyaan tersebut diterima.

Tabel 16
Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	9

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2018

Berdasarkan hasil uji koefisien reabilitas kepuasan konsumen (Y) menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 9 pertanyaan dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,817 variabel kepuasan konsumen memiliki tingkat reabilitas sangat baik karena nilai reabilitas kepuasan konsumen $> 0,600$. Maka pertanyaan tersebut diterima.

Dibawah ini adalah hasil tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan pada Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden melalui tabel berikut :

4.2.2. Kualitas Pelayanan pada Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor

Untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek yang akan diteliti, yaitu mengenai kualitas pelayanan dilakukan analisis dengan menggunakan rumus atau pendekatan total tanggapan responden yang disesuaikan dengan variabel yang diteliti sebagai berikut :

$$\text{Tingkat Kualitas Pelayanan} = \frac{\text{jumlah skor yang diperoleh dari peneliti}}{\text{Jumlah skor ideal (kriterium) untuk seluruh item}} \times 100\%$$

Kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 17
Interpretasi Hasil

Kriteria Interpretasi Skor	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
0% - 20%	Buruk Sekali	Tidak Puas
21% - 40%	Buruk	Kurang Puas
41% - 60%	Sedang	Cukup Puas
61% - 80%	Baik	Puas
81% - 100%	Sangat Baik	Sangat Puas

Sumber : Dolet Unaradjan (2013)

Adapun kategori rentang yang menjadikan tolak ukur dalam menentukannya adalah sebagai berikut :

BS	B	S	B	SB	
0%	20%	40%	60%	80%	100%

Untuk mengukur atau mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor diukur dengan menggunakan indikator bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Berikut ini hasil tanggapan responden dari penyebaran kuesioner di Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Tabel 18

Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor Memiliki Penampilan Karyawan yang Rapih dan Bersih

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	62	310	21,73
Baik	4	192	768	53,85
Sedang	3	78	234	16,41
Buruk	2	46	92	6,45
Buruk Sekali	1	22	22	1,54
Jumlah		400	1426	100
Rata – rata			71,3%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service*

Center Bogor memiliki penampilan karyawan yang rapih dan bersih berjumlah 62 orang sebesar 21,73%, responden yang menjawab baik *Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor* memiliki penampilan karyawan yang rapih dan bersih berjumlah 192 orang sebesar 53,85%, responden yang menjawab sedang *Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor* memiliki penampilan karyawan yang rapih dan bersih berjumlah 78 orang sebesar 16,41%, responden yang menjawab buruk *Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor* memiliki penampilan karyawan yang rapih dan bersih berjumlah 46 orang sebesar 6,45%, dan responden yang menjawab buruk sekali *Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor* memiliki penampilan karyawan yang rapih dan bersih berjumlah 22 orang sebesar 1,54%, dengan nilai skor total 1426.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan penampilan karyawan *Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor* rapih dan bersih menunjukkan 71,3% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa *Bengkel Nawilis Auto Service Center* memiliki penampilan karyawan yang rapih dan bersih.

Tabel 19
Tanggapan Responden Tentang *Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor*
Memiliki Peralatan Bengkel yang Lengkap

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	47	235	15,68
Baik	4	237	948	63,28
Sedang	3	89	267	17,82
Buruk	2	21	42	2,80
Buruk Sekali	1	6	6	0,40
Jumlah		400	1498	100
Rata – Rata			74,9%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik *Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor* memiliki peralatan bengkel yang lengkap berjumlah 47 orang sebesar 15,68%, responden yang menjawab baik *Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor* memiliki peralatan bengkel yang lengkap berjumlah 237 orang sebesar 63,28%, responden yang menjawab sedang *Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor* memiliki peralatan bengkel yang lengkap berjumlah 89 orang sebesar 17,82%, responden yang menjawab buruk *Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor* memiliki peralatan bengkel yang lengkap berjumlah 21 orang sebesar 2,80%, dan responden yang menjawab buruk sekali *Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor* memiliki peralatan bengkel yang lengkap berjumlah 6 orang sebesar 0,40%, dengan nilai skor total 1498.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel Nawilis Auto Service Center memiliki peralatan bengkel yang lengkap menunjukkan 74,9% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* memiliki Peralatan bengkel yang lengkap.

Tabel 20
Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor Memiliki Ruang Bengkel yang Rapih dan Bersih

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	62	310	20,76
Baik	4	204	816	54,65
Sedang	3	106	318	21,29
Buruk	2	21	42	2,81
Buruk Sekali	1	7	7	0,46
Jumlah		400	1493	100
Rata – Rata		74,65%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki ruangan bengkel yang rapih dan bersih berjumlah 62 orang sebesar 20,76%, responden yang menjawab baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki ruangan bengkel yang rapih dan bersih berjumlah 204 orang sebesar 54,65%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki ruangan bengkel yang rapih dan bersih berjumlah 106 orang sebesar 21,29%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki ruangan bengkel yang rapih dan bersih berjumlah 21 orang sebesar 2,81%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki ruangan bengkel yang rapih berjumlah 7 orang sebesar 0,46%, dengan nilai skor total 1493.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* memiliki ruangan bengkel yang rapih dan bersih menunjukkan 74,65% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* memiliki ruangan bengkel yang rapih dan bersih.

Dapat disimpulkan dari pernyataan mengenai Bukti Fisik (*Tangible*) berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki ruangan bengkel yang rapih dan bersih dengan nilai tanggapan responden 74,65%.

2. Keandalan (*Reliability*)

Tabel 21

Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor Memberikan Keakuratan Informasi yang dapat Diberikan Kepada Pelanggan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	69	345	23,72
Baik	4	174	696	47,86
Sedang	3	101	303	20,83
Buruk	2	46	92	6,32
Buruk Sekali	1	18	18	1,23
Jumlah		400	1454	100
Rata – Rata			72,7%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada pelanggan berjumlah 69 orang sebesar 23,72%, responden yang menjawab baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada pelanggan berjumlah 174 orang sebesar 47,86%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada pelanggan berjumlah 101 orang sebesar 20,83%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada pelanggan berjumlah 46 orang sebesar 6,32%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada pelanggan berjumlah 18 orang sebesar 1,23%, dengan nilai skor total 1454.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada pelanggan menunjukkan 72,7% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada pelanggan.

Tabel 22
Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor
Memiliki Mekanik yang Mampu Memperbaiki Kerusakan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	83	415	27,24
Baik	4	198	792	52
Sedang	3	84	252	16,54
Buruk	2	29	58	3,80
Buruk Sekali	1	6	6	0,39
Jumlah		400	1523	100
Rata - Rata		76,15%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang mampu memperbaiki kerusakan berjumlah 83 orang sebesar 27,24%, responden yang menjawab baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang mampu memperbaiki kerusakan berjumlah 198 orang sebesar 52%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang mampu memperbaiki kerusakan berjumlah 84 orang sebesar 16,54%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang mampu memperbaiki kerusakan berjumlah 29 orang sebesar 3,80%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang mampu memperbaiki kerusakan berjumlah 6 orang sebesar 0,39%, dengan nilai skor total 1523.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang mampu memperbaiki kerusakan menunjukkan 76,15% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang mampu memperbaiki kerusakan.

Tabel 23
Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor
Mengenai Perubahan Positif Pasca Perbaikan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	109	545	35,50
Baik	4	171	684	44,56
Sedang	3	71	213	13,87
Buruk	2	44	88	5,73
Buruk Sekali	1	5	5	0,32
Jumlah		400	1535	100
Rata - Rata		76,75%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mengenai perubahan positif pasca perbaikan berjumlah 109 orang sebesar 35,50%, responden yang menjawab baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mengenai perubahan positif pasca perbaikan berjumlah 171 orang sebesar 44,56%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mengenai perubahan positif pasca perbaikan berjumlah 71 orang sebesar 13,87%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mengenai perubahan positif pasca perbaikan berjumlah 44 orang sebesar 5,73%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mengenai perubahan positif pasca perbaikan berjumlah 5 orang sebesar 0,32%, dengan nilai skor total 1535.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mengenai perubahan positif pasca perbaikan menunjukkan 76,75% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mengenai perubahan positif pasca perbaikan.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Keandalan (*Reliability*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mengenai Perubahan positif pasca perbaikan dengan nilai tanggapan responden 76,75%.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel 24

Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor Memiliki Mekanik yang Cepat Tanggap dalam Menangani Keluhan Pelanggan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	60	300	20,35
Baik	4	203	812	55,08
Sedang	3	99	297	20,14
Buruk	2	27	54	3,66
Buruk Sekali	1	11	11	0,74
Jumlah		400	1474	100
Rata - Rata		73,7%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan berjumlah 60 orang sebesar 20,35%, responden yang menjawab baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan berjumlah 203 orang sebesar 55,08%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan berjumlah 99 orang sebesar 20,14%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan berjumlah 27 orang sebesar 3,66%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan berjumlah 11 orang sebesar 0,74%, dengan nilai skor total 1474.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan menunjukkan 73,7% memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan.

Tabel 25
Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor
Mampu Merespon Persoalan dan Keluhan Pelanggan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	38	190	13,44
Baik	4	202	808	57,18
Sedang	3	109	327	23,14
Buruk	2	37	74	5,23
Buruk Sekali	1	14	14	0,99
Jumlah		400	1413	100
Rata – Rata		70,65%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan berjumlah 38 orang sebesar 13,44%, responden yang menjawab baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan berjumlah 202 orang sebesar 57,18%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan berjumlah 109 orang sebesar 23,14%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan berjumlah 37 orang sebesar 5,23%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan berjumlah 14 orang sebesar 0,99%, dengan nilai skor total 1413.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan menunjukkan 70,65% memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan.

Tabel 26
Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor
Dapat Memenuhi Permintaan Khusus Dari Pelanggan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	60	300	20,51
Baik	4	202	808	55,26
Sedang	3	95	285	19,49
Buruk	2	26	52	3,55
Buruk Sekali	1	17	17	1,16
Jumlah		400	1462	100
Rata - Rata		73,1%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor dapat memenuhi permintaan khusus dari pelanggan berjumlah 60 orang sebesar 20,51%, responden yang menjawab baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor dapat memenuhi permintaan khusus dari pelanggan berjumlah 202 orang sebesar 55,26%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor dapat memenuhi permintaan khusus dari pelanggan berjumlah 95 orang sebesar 19,49%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor dapat memenuhi permintaan khusus dari pelanggan berjumlah 26 orang sebesar 3,55%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor dapat memenuhi permintaan khusus dari pelanggan berjumlah 17 orang sebesar 1,16%, dengan nilai skor total 1462.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor dapat memenuhi permintaan khusus dari pelanggan menunjukkan 73,1% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor dapat memenuhi permintaan khusus dari pelanggan.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Daya Tanggap (*Responsiveness*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memiliki mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan dengan nilai tanggapan responden 73,7%.

4. Jaminan (*Assurance*)

Tabel 27

Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor Memberikan Informasi Kepada Pelanggan dengan Bahasa yang Jelas

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	70	350	23,63
Baik	4	202	808	54,55
Sedang	3	80	240	16,20
Buruk	2	35	70	4,72
Buruk Sekali	1	13	13	0,87
Jumlah		400	1481	100
Rata – Rata			74,05%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas berjumlah 70 orang sebesar 23,63%, responden yang menjawab baik

Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas berjumlah 202 orang sebesar 54,55%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas berjumlah 80 orang sebesar 16,20%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas berjumlah 35 orang sebesar 4,72%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas berjumlah 13 orang sebesar 0,87%, dengan nilai skor total 1481.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas menunjukkan 74,05% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas.

Tabel 28

Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor Memberikan Kredibilitas atau Kepercayaan Berupa Garansi atau Perbaikan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	66	330	22,26
Baik	4	193	772	52,09
Sedang	3	105	315	21,25
Buruk	2	29	58	3,91
Buruk Sekali	1	7	7	0,47
Jumlah		400	1482	100
Rata - Rata			74,1%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan berjumlah 66 orang sebesar 22,26%, responden yang menjawab baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan berjumlah 193 orang sebesar 52,09%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan berjumlah 105 orang sebesar 21,25%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan berjumlah 29 orang sebesar 3,91%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan berjumlah 7 orang sebesar 0,47%, dengan nilai skor total 1482.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan menunjukkan 74,1% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Jaminan (*Assurance*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan dengan nilai tanggapan responden 74,1%.

5. Empati (*Emphaty*)

Tabel 29

Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor Memberikan Perhatian Khusus Kepada Pelanggan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	73	365	25,03
Baik	4	181	724	49,65
Sedang	3	88	264	18,10
Buruk	2	47	94	6,44
Buruk Sekali	1	11	11	0,75
Jumlah		400	1458	100
Rata – Rata		72,09%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan perhatian khusus kepada pelanggan berjumlah 73 orang sebesar 25,03%, responden yang menjawab baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan perhatian khusus kepada pelanggan berjumlah 181 orang sebesar 49,65%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan perhatian khusus kepada pelanggan berjumlah 88 orang sebesar 18,10%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan perhatian khusus kepada pelanggan berjumlah 47 orang sebesar 6,44%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan perhatian khusus kepada pelanggan berjumlah 11 orang sebesar 0,75%, dengan nilai skor total 1458.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan perhatian khusus kepada pelanggan menunjukkan 72,09% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya

konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan perhatian khusus kepada pelanggan.

Tabel 30
Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor
Memberikan Pelayanan yang Adil Tanpa Memandang Status Sosial

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	84	420	28,16
Baik	4	173	692	46,41
Sedang	3	105	315	21,12
Buruk	2	26	52	3,48
Buruk Sekali	1	12	12	0,80
Jumlah		400	1491	100
Rata - Rata		74,55%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial berjumlah 84 orang sebesar 28,16%, responden yang menjawab baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial berjumlah 173 orang sebesar 46,41%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial berjumlah 105 orang sebesar 21,12%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial berjumlah 26 orang sebesar 3,48%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial berjumlah 12 orang sebesar 0,80%, dengan nilai skor total 1491.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial menunjukkan 74,55% responden memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial.

Tabel 31
Tanggapan Responden Tentang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor
Mampu Memenuhi Keinginan Pelanggan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Baik	5	90	450	29,58
Baik	4	182	728	47,86
Sedang	3	87	261	17,15
Buruk	2	32	64	4,20
Buruk Sekali	1	9	9	0,59
Jumlah		400	1521	100
Rata – Rata			76,05%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan berjumlah 90 orang sebesar 29,58%, responden yang menjawab baik Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan berjumlah 182 orang sebesar 47,86%, responden yang menjawab sedang Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan berjumlah 87 orang sebesar 17,15%, responden yang menjawab buruk Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan berjumlah 32 orang sebesar 4,20%, dan responden yang menjawab buruk sekali Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan berjumlah 9 orang sebesar 0,59%, dengan nilai skor total 1521.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan menunjukkan 76,05% memiliki penilaian pada daerah baik artinya konsumen menyetujui bahwa Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Empati (*Emphaty*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan dengan nilai tanggapan responden 76,05%.

Berikut merupakan hasil rata-rata tanggapan responden pada variabel kualitas pelayanan, sebagai berikut :

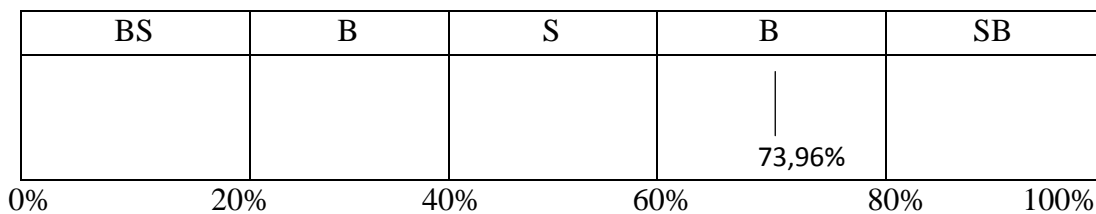
Tabel 32
Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden

No	Kualitas Pelayanan	Tanggapan Responden (%)	Rata-Rata Perindikator (%)
.1	<p>Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memiliki penampilan karyawan yang rapih dan bersih. 2. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memiliki peralatan bengkel yang lengkap. 3. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memiliki ruangan bengkel yang rapih dan bersih. 	<p>71,3</p> <p>74,9</p> <p>74,6</p> <p>5</p>	73,61
.2	<p>Kehandalan (<i>Reliability</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memberikan keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada pelanggan. 2. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memiliki mekanik yang mampu memperbaiki kerusakan. 3. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor mengenai perubahan positif pasca perbaikan. 	<p>72,7</p> <p>76,1</p> <p>5</p> <p>76,7</p> <p>5</p>	75,2
.3	<p>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memiliki mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan. 2. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan. 3. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memenuhi permintaan khusus dari pelanggan. 	<p>73,7</p> <p>70,6</p> <p>5</p> <p>73,1</p>	72,48
4.	<p>Jaminan (<i>Assurance</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas. 2. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan. 	<p>74,0</p> <p>5</p> <p>74,1</p>	75

.	Empati (<i>Emphaty</i>)		
	1. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memberikan perhatian khusus kepada pelanggan.	72,9	74.5
	2. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial.	74,5 5	
	3. <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan.	76,0 5	
Rata-rata		73.9 6	

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan Bengkel *Nawilis Auto Servis Center* Bogor sebesar 73,96%.



Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60%-80%), Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* baik hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center*. Hasil rata – rata tanggapan responden perindikator tanggapan responden yang paling besar nilainya adalah indikator Kehandalan (*Reliability*) sebesar 75,2% pada ukuran Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mengenai perubahan positif pasca perbaikan sebesar 76,75% dan rata – rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah dibawah rata – rata adalah indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*) sebesar 72,48% pada ukuran Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan sebesar 70,65%.

4.2.3. Kepuasan Konsumen pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor

Untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek yang akan diteliti, yaitu mengenai kepuasan pelanggan dilakukan analisis dengan menggunakan rumus atau pendekatan total tanggapan responden yang disesuaikan dengan variabel yang diteliti sebagai berikut

$$\text{Tingkat Kepuasan Konsumen} = \frac{\text{jumlah skor yang diperoleh dari peneliti}}{\text{Jumlah skor ideal (kriterium) untuk seluruh item}} \times 100\%$$

Kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 33
Interpretasi Hasil

Kriteria Interpretasi Skor	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
0% - 20%	Buruk Sekali	Tidak Puas
21% - 40%	Buruk	Kurang Puas
41% - 60%	Sedang	Cukup Puas
61% - 80%	Baik	Puas
81% - 100%	Sangat Baik	Sangat Puas

Sumber : Dolet Unaradjan (2013)

Adapun kategori rentang yang menjadikan tolak ukur dalam menentukannya adalah sebagai berikut :

TP	KP	CP	P	SP	
0%	20%	40%	60%	80%	100%

Untuk mengukur atau mengetahui bagaimana kepuasan konsumen pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor diukur dengan menggunakan indikator membeli lagi (*Re-purchase*), merekomendasikannya (*Word of mouth*) dan konfirmasi harapan. Berikut ini hasil tanggapan responden dari penyebaran kuesioner di Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor :

1. Membeli lagi (*Re-purchase*)

Tabel 34

Tanggapan Responden Tentang Membeli Lagi Karena Puas dengan Pelayanan yang diberikan *Nawilis Auto Service Center* Bogor

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Puas	5	61	305	20,74
Puas	4	197	788	53,60
Cukup Puas	3	95	285	19,38
Kurang Puas	2	45	90	6,12
Tidak Puas	1	2	2	0,13
Jumlah		400	1.470	100
Rata – Rata		73,5%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat puas membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan *Nawilis Auto Service Center* Bogor berjumlah

61 orang sebesar 20,74%, responden yang menjawab puas membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 197 orang sebesar 53,60%, responden yang menjawab cukup puas membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 95 orang sebesar 19,38%, responden yang menjawab kurang puas membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 45 orang sebesar 6,12%, dan responden yang menjawab tidak puas membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 2 orang sebesar 0,13%, dengan nilai skor total 1470.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan *Nawilis Auto Service Center Bogor* menunjukkan 73,5% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya konsumen menyetujui bahwa membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan *Nawilis Auto Service Center Bogor*.

Tabel 35

Tanggapan Responden Tentang Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan Nawilis Auto Service Center Bogor

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Puas	5	76	380	25,13
Puas	4	187	748	49,47
Cukup Puas	3	115	345	22,81
Kurang Puas	2	17	34	2,24
Tidak Puas	1	5	5	0,33
Jumlah		400	1.512	100
Rata – Rata			75,6%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat puas membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 76 orang sebesar 25,13%, responden yang menjawab puas membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 187 orang sebesar 49,47%, responden yang menjawab cukup puas membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 115 orang sebesar 22,81%, responden yang menjawab kurang puas membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 17 orang sebesar 2,24%, dan responden yang menjawab tidak puas membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 5 orang sebesar 0,33%, dengan nilai skor total 1512.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan Nawilis Auto Service Center Bogor menunjukkan 75,6% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya konsumen menyetujui bahwa membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan *Nawilis Auto Service Center* Bogor.

Tabel 36
Tanggapan Responden Tentang Membeli Lagi Karena Harga Relative Terjangkau yang Diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Puas	5	75	375	24,76
Puas	4	205	820	54,16
Cukup Puas	3	81	243	16,05
Kurang Puas	2	37	74	4,88
Tidak Puas	1	2	2	0,13
Jumlah		400	1514	100
Rata - Rata			75,7%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat puas membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 75 orang sebesar 24,76%, responden yang menjawab puas membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 205 orang sebesar 54,16%, responden yang menjawab cukup puas membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 81 orang sebesar 16,05%, responden yang menjawab kurang puas membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 37 orang sebesar 4,88%, dan responden yang menjawab tidak puas membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 2 orang sebesar 0,13%, dengan nilai skor total 1514.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor menunjukkan 75,7% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya konsumen menyetujui bahwa membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai membeli lagi (*re-purchase*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor dengan nilai tanggapan sebesar 75,7%.

2. Merekomendasikan (*Word of mouth*)

Tabel 37

Tanggapan Responden Tentang Ketersediaan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Mengenai Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Puas	5	58	290	20,16
Puas	4	172	688	47,84
Cukup Puas	3	129	387	26,91
Kurang Puas	2	32	64	4,45
Tidak Puas	1	9	9	0,62
Jumlah		400	1438	100
Rata – Rata		71,9%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat puas ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 58 orang sebesar 20,16%, responden yang menjawab puas ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 172 orang sebesar 47,84%, responden yang menjawab cukup puas ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 129 orang sebesar 26,91%, responden yang menjawab kurang puas ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 32 orang sebesar 4,45%, dan responden yang menjawab tidak puas ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor setuju berjumlah 9 orang sebesar 0,62%, dengan nilai skor total 1438.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor menunjukkan 71,9% memiliki penilaian pada daerah puas artinya konsumen menyetujui bahwa ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor.

Tabel 38
Tanggapan Responden Tentang Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Puas	5	69	345	23,07
Puas	4	203	812	54,31
Cukup Puas	3	89	267	17,85
Kurang Puas	2	32	64	4,28
Tidak Puas	1	7	7	0,46
Jumlah		400	1495	100
Rata – Rata			74,75%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 69 orang sebesar 23,07%, responden yang menjawab puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 203 orang sebesar 54,31%, responden yang menjawab cukup puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 89 orang sebesar 17,85%, responden yang menjawab kurang puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 32 orang sebesar 4,28%, dan responden yang menjawab tidak puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor berjumlah 7 orang sebesar 0,46%, dengan nilai skor total 1495.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Nawilis Auto Service Center Bogor menunjukkan 74,75% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya konsumen menyetujui bahwa puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Nawilis Auto Service Center Bogor.

Tabel 39
Tanggapan Responden Tentang Lokasi Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Puas	5	89	445	29,10
Puas	4	202	808	52,84
Cukup Puas	3	65	195	12,75
Kurang Puas	2	37	74	4,83
Tidak Puas	1	7	7	0,45
Jumlah		400	1529	100
Rata – Rata		76,45%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat puas lokasi Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis berjumlah 89 orang sebesar 29,10%, responden yang menjawab puas lokasi Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis berjumlah 202 orang sebesar 52,84%, responden yang menjawab cukup puas lokasi Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis berjumlah 65 orang sebesar 12,75%, responden yang menjawab kurang puas lokasi Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis berjumlah 37 orang sebesar 4,83%, dan responden yang menjawab tidak puas lokasi Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis berjumlah 7 orang sebesar 0,45%, dengan nilai skor total 1529.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan lokasi Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis menunjukkan 76,45% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya konsumen menyetujui bahwa lokasi Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Mengatakan hal – hal baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan (*Word of Mouth*) yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan lokasi Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis dengan nilai tanggapan responden 76,45%.

3. Konfirmasi Harapan

Tabel 40
Tanggapan Responden Tentang Servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen Nawilis Auto Service Center

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Puas	5	73	365	24,33
Puas	4	205	820	54,66
Cukup Puas	3	73	219	14,6
Kurang Puas	2	47	94	6,26
Tidak Puas	1	2	2	0,13
Jumlah		400	1500	100
Rata - Rata		75%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat puas servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 73 orang sebesar 24,33%, responden yang menjawab puas servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 205 orang sebesar 54,66%, responden yang menjawab cukup puas servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 73 orang sebesar 14,6%, responden yang menjawab kurang puas servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 47 orang sebesar 6,26%, dan responden yang menjawab tidak puas servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 2 orang sebesar 0,13%, dengan nilai skor total 1500.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center menunjukkan 75% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya konsumen menyetujui bahwa servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen Nawilis Auto Service Center.

Tabel 41
Tanggapan Responden Tentang Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Nawilis Auto Service Center

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Puas	5	46	230	16,46
Puas	4	177	708	50,68
Cukup Puas	3	114	342	24,48
Kurang Puas	2	54	108	7,73
Tidak Puas	1	9	9	0,64
Jumlah		400	1397	100
Rata - Rata		69,85%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat puas harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 46 orang sebesar 16,46%, responden yang menjawab puas harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 177 orang sebesar 50,68%, responden yang menjawab cukup puas harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 114 orang sebesar 24,48%, responden yang menjawab kurang puas harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 54 orang sebesar 7,73%, dan responden yang menjawab tidak puas harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 9 orang sebesar 0,64%, dengan nilai skor total 1397.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Nawilis Auto Service Center menunjukkan 69,85% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya konsumen menyetujui bahwa harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Nawilis Auto Service Center.

Tabel 42

Tanggapan Responden Tentang Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen Nawilis Auto Service Center

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Puas	5	97	485	32,22
Puas	4	156	624	41,46
Cukup Puas	3	106	318	21,12
Kurang Puas	2	37	74	4,91
Tidak Puas	1	4	4	0,26
Jumlah		400	1505	100
Rata – Rata			75,25%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 400 orang, responden yang menjawab sangat puas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 97 orang sebesar 32,22%, responden yang menjawab puas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 156 orang sebesar 41,56%, responden yang menjawab cukup puas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 106 orang sebesar 21,12%, responden yang menjawab kurang puas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 37 orang sebesar 4,91%, dan responden yang menjawab tidak puas pelayanan yang diberikan

sesuai dengan harapan konsumen Bengkel Nawilis Auto Service Center berjumlah 4 orang sebesar 0,26%, dengan nilai skor total 1505.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen Nawilis Auto Service Center menunjukkan 75,25% responden memiliki penilaian pada daerah puas artinya konsumen menyetujui bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen Nawilis Auto Service Center.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai Konfirmasi harapan yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen Nawilis Auto Service Center.

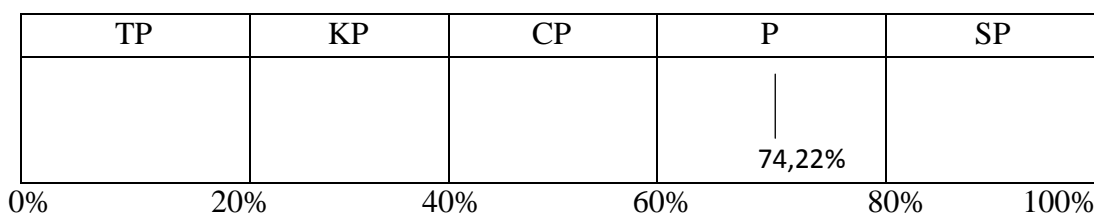
Tabel 43
Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden

No	Proses Kepuasan Konsumen	Tanggapan Responden (%)	Rata-Rata Perindikator (%)
1.	Membeli lagi (<i>Re-purchase</i>) 1. Membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor. 2. Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan Nawilis Auto Service Center Bogor. 3. Membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor	73,5 75,6 75,7	74,93
2.	Merekomendasikannya (<i>Word of mouth</i>) 1. Ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor. 2. Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Nawilis Auto Service Center Bogor. 3. Lokasi Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis.	71,9 74,75 76,45	74,36
3.	Konfirmasi Harapan 1. Servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen Nawilis Auto Service Center.	75	73,36

	2. Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Nawilis Auto Service Center.	69,85	
	3. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen Nawilis Auto Service Center.	75,25	
Rata-rata		74,22	

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen Bengkel *Nawilis Auto Servis Center* Bogor sebesar 74,22%.



Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60%-80%), Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* puas hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai membeli lagi, merekomendasikan (*word of mouth*) dan konfirmasi harapan pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center*. Hasil rata-rata tanggapan responden perindikator tanggapan responden yang paling besar nilainya adalah indikator Membeli (*Re-purchase*) sebesar 74,93% pada ukuran membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor sebesar 75,7% dan rata – rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah adalah indikator Konfirmasi harapan sebesar 73,36% pada ukuran Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Nawilis Auto Service Center sebesar 69,85%.

4.2.4. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Untuk menganalisis hubungan berdasarkan total skor antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen, maka dihasilkan sebagai berikut :

Tabel 44
Analisis Korelasi Rank Spearman
Correlations

			Kualitas pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Kualitas pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.487**
		Sig. (1-tailed)	.	.000
		N	400	400
	Kepuasan Konsumen	Correlation Coefficient	.487**	1.000
		Sig. (1-tailed)	.000	.
		N	400	400

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

Sumber : Ouput SPSS23, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, berdasarkan output SPSS tersebut dapat diketahui bahwa korelasi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebesar 0,487. Karena nilai koefisien berada pada rentang 0,40 - 0,599 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah cukup kuat.

Berdasarkan tingkat signifikansi diketahui bahwa nilai signifikansinya $0,00 < 0,05$ hal itu menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen yang signifikan dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan positif terbukti.

4.3. Interpretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil kuesioner dan pengolahan data kuesioner menggunakan program SPSS yang telah dilakukan, maka pembahasan terhadap hipotesis penelitian sebagai berikut :

4.3.1. Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan

Dilihat dari hasil pengumpulan data, maka dapat diketahui bahwa hasil rata-rata tanggapan responden variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 73,96% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% - 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor baik, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan baik dari responden mengenai pernyataan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kemudian tanggapan responden dari indikator kualitas pelayanan yang menunjukkan nilai tertinggi terdapat pada indikator Kehandalan dengan nilai sebesar 75,2% konsumen menilai tinggi dilihat dari segi memberikan keakuratan informasi yang dapat diberikan kepada konsumen, memiliki mekanik yang mampu memperbaiki kerusakan dan mengenai perubahan positif pasca perbaikan. Dan hal itu memberikan pengaruh yang baik dalam kepuasan konsumen dalam hal membeli jasa di Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor. Tanggapan responden yang nilainya paling kecil adalah indikator Daya Tanggap sebesar 72,48% pada ukuran Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan konsumen sebesar 70,65%.

Berdasarkan dari segi manajemen pemasaran dimana kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal – hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Gronross) jika dilihat dari hasil tanggapan responden Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor harus memiliki kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Jika harapan konsumen ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan konsumen

tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanannya tidak ramah, tidak tanggap dan servis nya tidak baik, sudah dapat dipastikan konsumen tidak merasa puas. Karena adanya kepuasan yang dirasakan konsumen, menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang, dan mengajurkan konsumen lain agar membeli produk yang sama.

4.3.2 Tanggapan Responden Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil rata-rata tanggapan responden variabel kepuasan konsumen memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 74,22% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% - 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen puas untuk melakukan pembelian ulang di Bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan puas dari responden mengenai pernyataan membeli lagi, merekomendasikan (*word of mouth*) dan konfirmasi harapan. Hasil rata-rata tanggapan responden per indikator tanggapan responden yang paling besar nilainya yang harus dipertahankan oleh Bengkel *Nawilis Auto Service Center* yaitu indikator membeli lagi sebesar 74,93% pada ukuran membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor sebesar 75,7% dan rata-rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah yang harus diperbaiki oleh Bengkel *Nawilis Auto Service Center* yaitu indikator konfirmasi harapan sebesar 73,36% pada ukuran Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Bengkel *Nawilis Auto Service Center* sebesar 69,85 %.

Berdasarkan dari segi pemasaran kepuasan konsumen merupakan keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan (Juran) jika dilihat dari hasil tanggapan responden Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor sudah memaksimalkan dalam memberikan kepuasan konsumen mulai dari melakukan pembelian ulang, merekomendasikannya dan konfirmasi harapan. Namun Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor tersebut kurang memaksimalkan dalam hal konfirmasi harapan kepada konsumen mengenai servis, harga dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen.

4.3.3 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi *Spearman Rank* antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan nilai sebesar 0,487%, dimana skor tersebut berada pada interval 0,40 - 0,599 artinya bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mempunyai hubungan yang cukup kuat. Lalu, di dalam hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai signifikansinya $0,00 < 0,05$ hal itu menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen yang signifikan dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan positif terbukti.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Abner Tahendrika (2015) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen bengkel. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor terbukti.

Berdasarkan dari segi manajemen pemasaran pada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor, hal tersebut membuktikan bahwa jika harapan konsumen ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Jika dilihat dari identifikasi masalah Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor harus meningkatkan daya tanggap yang dimiliki oleh karyawan nya sehingga hal tersebut akan berdampak pada konfirmasi harapan mengenai servis, harga dan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penilaian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor. Dimana sampel penelitian ini merupakan konsumen Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor dilihat dari hasil pengumpulan data, maka dapat diketahui bahwa hasil rata-rata tanggapan responden variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 73,96% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% - 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor baik dan berdasarkan hasil rata-rata tanggapan responden variabel kepuasan konsumen memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 74,22% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (60% - 80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat setuju memutuskan untuk melakukan pembelian pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor.

Berdasarkan hasil analisis korelasi rank spearman antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan nilai sebesar 0,487 dimana skor tersebut berada pada interval 0,40-0,599 artinya bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor mempunyai hubungan yang cukup kuat. Didalam hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan bahwa tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$ hal itu menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen yang signifikan dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan yang positif terbukti.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor maka peneliti menyarankan agar dapat mengembangkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dengan cara :

1. Perusahaan harus memiliki kualitas pelayan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan. Dimana jika dilihat, dari hasil tanggapan responden lebih merasakan pelayanan mengenai Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor melalui kehandalan di keakuratan informasi, mekanik yang mampu memperbaiki kerusakan dan perubahan positif pasca perbaikan. Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor juga harus memaksimalkan kembali pelayanan mengenai daya

tanggap (*Responsiveness*) seperti memberikan pelatihan khusus kepada karyawan agar meningkatkan keterampilan skill yang tinggi dan cepat tanggap ketika menangani keluhan pelanggan, merespon persoalan dan keluhan pelanggan dan memenuhi permintaan khusus dari pelanggan.

2. Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor, untuk indikator konfirmasi harapan belum mencapai total rata-rata tanggapan responden, oleh karena itu Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor perlu menyiapkan kotak saran agar perusahaan bisa memperhatikan apa yang menjadi keinginan konsumen, kualitas *service* yang sesuai dengan harga, dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, agar keluhan konsumen tidak lagi dirasakan oleh konsumen pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor. Hal ini juga sebagai pembelajaran dan perbaikan bagi pihak Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor.

LAMPIRAN

KUESIONER

No Responden :

Responden yang terhormat,

Saya Renaldi, salah satu mahasiswa dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor, yang saat ini sedang dalam proses penyusunan skripsi dengan judul “HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL *NAWALIS AUTO SERVICE CENTER* BOGOR”.

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan skripsi tersebut, penulis memerlukan data-data untuk di analisis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk mengisi dan menjawab kuesioner ini dengan lengkap dan benar sesuai dengan keinginan Bapak/Ibu/Saudara/i.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Petunjuk pengisian kuesioner :

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

I. Data Responden

1. Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Usia
 - a. <20 tahun
 - b. 21 s/d 30 tahun
 - c. 31 s/d 40 tahun
 - d. 41 s/d 50 tahun
 - e. >50 tahun
3. Pendidikan Terakhir
 - a. SD / Sederajat
 - b. SLTP / Sederajat
 - c. SLTA / Sederajat
 - d. Diploma (D1-D3)
 - e. Sarjana (S1)
4. Pekerjaan
 - a. Pegawai Negeri
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Pelajar
 - e. Lainnya

Isilah kolom penilaian sesuai pendapat anda dengan memberikan tanda silang (X).

Parameter penilaian sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju 3 = Ragu-ragu 5 = Sangat Setuju
 2 = Tidak Setuju 4 = Setuju

Pernyataan Kualitas Pelayanan (X) Pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor.

Tangible (Bukti Fisik)

o	Pernyataan					
	Penampilan karyawan <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor yang rapih dan bersih					
	Peralatan bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor yang lengkap					
	Ruangan bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor yang rapih dan bersih					

Reliability (Kehandalan)

o	Pernyataan					
	Keakuratan informasi yang dapat diberikan bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor kepada pelanggan					
	Mekanik <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor mampu memperbaiki kerusakan					
	Perubahan positif pasca perbaikan di bengkel <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor					

Responsiveness (Daya Tanggap)

o	Pernyataan					
	Mekanik <i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan					
	<i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan					
	<i>Nawilis Auto Service Center</i> Bogor memenuhi permintaan khusus dari pelanggan					

Assurance (Jaminan)

o	Pernyataan					
0	Nawilis Auto Service Center Bogor memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas					
1	Nawilis Auto Service Center Bogor memberikan kredibilitas atau kepercayaan berupa garansi atau perbaikan					

Emphaty (Empati)

o	Pernyataan					
2	Nawilis Auto Service Center Bogor memberikan perhatian khusus kepada pelanggan					
3	Nawilis Auto Service Center Bogor memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial					
4	Nawilis Auto Service Center Bogor mampu memenuhi keinginan pelanggan					

Pernyataan Kepuasan Konsumen (Y) Pada Bengkel *Nawilis Auto Service Center* Bogor

Membeli lagi (*Re-purchase*)

o	Pernyataan					
5	Membeli lagi karena puas dengan pelayanan yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor					
6	Membeli lagi karena fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan Nawilis Auto Service Center Bogor					
7	Membeli lagi karena harga relative terjangkau yang diberikan Nawilis Auto Service Center Bogor					

Merekomendasikan (*Word of mouth*)

0	Pernyataan					
8	Ketersediaan merekomendasikan kepada orang lain mengenai bengkel Nawilis Auto Service Center Bogor					
9	Puas dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Nawilis Auto Service Center Bogor					
0	Lokasi Nawilis Auto Service Center Bogor yang strategis					

Konfirmasi Harapan

0	Pernyataan					
1	Servis yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen Nawilis Auto Service Center					
2	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas servis yang diberikan Nawilis Auto Service Center					
3	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen Nawilis Auto Service Center					

Surat Keterangan (No: 001/SK/BGR/2018)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diki hartoyo
Jabatan : Band Manager
Alamat : Jl.Mangga Besar XIII Jakarta Pusat.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Renaldi
University : Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan bogor.
Jabatan : Mahasiswa
Alamat : Bubulak, Bogor.

Benar adanya Mahasiswa tersebut melakukan penelitian (RISET) di perusahaan kami **Bengkel Nawilis Auto Service** sejak 09 Oktober 2017 s/d 12 Juli 2018.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bogor, 13 Juli 2018.
Nawilis Auto Service


 SPOORING - BALANCING SPECIALIST
Jl. Balukulis No. 70, Bogor Selatan 16133
P. (0251) 833 8833 Fax : (0251) 831 4788
Diki hartoyo.
Brance Manager.

Pioneering wheel alignment and balancing for more than 35 years

Jl. Tanah Abang I/12A & 17 | Jakarta Pusat 10160 | p. (021) 385 0025/26, 351 8627 | f. (021) 384 8876
Jl. Radio Dalam Raya No. 3A-B | Jakarta Selatan 12140 | p. (021) 722 7330/31, 723 7454 | f. (021) 722 7330

No	kualitas pelayanan										kepuasan pelanggan												
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9
1	4	3	5	2	4	5	4	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3
2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	2	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	4	3	4
5	4	3	4	4	5	3	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5
6	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
7	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3
8	5	3	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4
9	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	4	5	3
10	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
13	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
15	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
16	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
17	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
18	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4
19	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5
20	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4
24	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
25	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	5
26	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	3
28	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	2	4	1	3	4	5	4	3
29	3	3	2	3	5	4	3	3	4	3	4	2	5	3	3	3	5	3	4	3	3	4	4
30	4	3	3	4	3	5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4
31	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
32	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3

33	4	3	4	4	5	4	4	3	3	2	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4
34	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	3	3	2	3	4	5	2	3	4	4	2	4	4	4	5	4	2	3	4	4
36	4	3	4	2	3	4	5	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	5	2	3
37	4	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	3
38	3	4	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	5	3	4	4	3	2	3	4	4	3	4
39	4	4	4	4	3	2	4	3	4	2	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	2
40	4	4	4	3	4	4	4	4	5	2	3	4	4	5	4	4	5	5	3	2	2	3	4
41	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	5	3	4	4	3	4	4	2	2	3	3	2
42	4	4	4	2	3	4	2	2	3	2	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	3	2	3
43	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3	3	5	4	5	4	5	3	4	5	2	4	3	2
44	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	2	3	5	3	3	2	4	3	4	5	4	5
45	4	4	4	3	3	2	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	2	5	4	3
46	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	3	2	2	3	4	5	3	4	3	4	4	4	2
47	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	5	3	4	4	3	2	2	3	4	5	4	3
48	4	3	2	2	3	4	5	4	3	4	4	2	2	3	4	3	4	3	2	4	4	4	5
49	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	2	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4	2	3
50	4	4	3	4	4	2	3	2	4	5	4	4	3	2	4	5	4	3	4	2	4	4	3
51	4	3	2	4	3	4	3	2	3	4	2	3	4	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3
52	4	3	2	3	4	4	3	4	3	3	5	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	4	5
53	4	4	4	2	3	2	2	3	3	4	3	4	1	3	3	4	4	3	4	5	4	2	3
54	4	4	4	2	3	2	4	3	3	4	4	4	1	3	3	4	4	3	4	5	4	2	3
55	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3
56	3	4	4	3	4	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3
57	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	2	2	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	2
58	3	4	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3
59	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	5	5	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3
60	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3
61	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	2	3	4	2	3	4
62	4	3	4	3	5	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	5	5	4	3	5	3	4	3
63	3	2	1	1	1	2	3	3	1	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	1	3	2	2
64	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1
65	2	1	1	3	2	3	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	4	3	1	3	2	1	1

66	3	2	2	4	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	3	2	1	4	1	2	1
67	4	2	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	2	3	4	2	
68	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	4	5	5	4	2
69	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3
70	3	4	3	4	4	4	2	2	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3
71	3	3	4	1	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	2	3	3	4
72	4	4	2	3	4	4	4	4	4	5	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2
73	4	4	4	3	3	3	3	2	1	3	5	2	3	4	4	3	2	3	2	1	2	3	5
74	2	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	5	5	4	3	3	4	2	2	2	4
75	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3
76	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3
77	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4
78	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	1	4	3	4
79	2	3	3	1	2	2	3	2	4	1	4	1	2	3	4	5	4	3	2	1	2	3	4
80	4	3	4	4	3	2	3	4	3	2	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3
81	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3
82	3	3	4		4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4
83	1	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3	2	2
84	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4
85	2	3	4	2	4	2	2	5	2	3	4	2	1	3	2	4	2	2	3	4	2	3	4
86	3	4	5	3	3	5	4	4	3	2	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	3	3	4
87	3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3
88	2	1	3	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3
89	3	4	3	3	4	2	3	4	5	5	3	3	4	3	3	4	5	3	5	3	3	4	5
90	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	5	4	4	3	2	3	4
91	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	5	4
92	4	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	2	1
93	4	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3	5	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4
94	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	5	3
95	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4
96	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	4	5	4	3	2
97	2	3	2	2	3	2	4	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	5	3	3	3
98	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	5	3	4	2	3	4	3	4	3	4

99	2	3	2	4	2	2	3	2	3	3	5	2	3	4	3	3	4	2	3	2	2	3	2
100	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3
101	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3
102	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	1	2	4	2	4	2	3	2	4	3	2	3
103	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	3	5
104	4	3	4	3	4	3	3	3	4	5	5	2	4	3	2	3	2	1	3	3	2	3	2
105	3	2	1	1	2	4	4	3	2	3	4	3	4	2	2	3	5	3	4	3	2	3	5
106	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
107	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	4	2	1	2	3	3	1	1	2	2	3	2
108	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4
109	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3
110	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3
111	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
112	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4
113	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3
114	3	3	3	2	2	2	1	1	1	4	4	2	4	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2
115	2	2	3	3	3	2	2	1	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	1	2	2	2	2
116	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	2
117	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3
118	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4
119	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	3	3	4	3	4	4	4
120	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	2	3
122	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4

144	4	5	4	4	4	4	3	2	4	4	3	5	5	3	4	4	4	3	2	1	4	5	3
145	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4
146	4	5	4	3	4	4	5	5	4	3	3	3	5	4	3	3	3	3	4	4	5	2	4
147	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
148	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
149	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3
150	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4
151	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	3	4	4	5	5	5
152	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
153	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
154	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
155	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
156	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
157	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
158	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	2
159	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3
160	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
161	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
162	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
163	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
164	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
165	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2
166	5	5	5	5	4	3	3	2	4	4	2	2	3	4	3	2	3	1	4	2	4	2	4

8																							
189	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4
190	2	3	4	2	4	2	2	5	2	3	4	2	1	3	4	4	5	4	4	4	4	3	2
191	3	4	5	3	3	5	4	4	3	2	4	4	5	4	4	4	5	5	3	2	2	3	4
192	3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	2	2	3	3	4	3	4	4	2	2	3	3	2
193	2	1	3	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	4	3	3	4	5	4	3	2	3
194	3	4	3	3	4	2	3	4	5	5	3	3	4	3	4	5	3	4	5	2	4	3	2
195	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	2	4	3	4	5	4	5
196	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	2	4	3	2	5	4	3
197	4	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	2
198	4	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3	5	4	3	4	3	2	2	3	4	5	4	3
199	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	2	4	3	4	3	2	4	4	4	5
200	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3
201	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	2	4	4	3
202	4	4	3	5	4	5	1	2	5	2	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	3
203	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	5	3	3	4	4	5
204	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	2	3	4	3	2	4	4	3	2	3	4
205	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	5	3	4
206	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
207	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
208	1	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
209	4	4	2	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4
210	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4

2																							
1	1	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	5	4	4	5	4	4
2																							
1	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4
2																							
1	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4
2																							
1	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2																							
1	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3
2																							
1	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
2																							
1	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5
2																							
1	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
2																							
1	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
2																							
2	4	4	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
2																							
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2																							
2	4	4	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4
2																							
2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
2																							
4	4	4	4	5	4	2	5	4	3	4	5	3	5	4	3	5	3	4	5	4	4	5	5
2																							
2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
2																							
2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4
2																							
2	3	3	3	2	2	3	2	1	2	4	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3
2																							
2	4	4	5	4	4	3	5	5	3	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4
2																							
2	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3
2																							
3	3	4	5	5	5	1	3	5	4	1	1	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3
2																							
3	2	2	2	3	3	2	2	1	1	1	1	2	2	1	5	5	5	4	4	4	5	4	3
2																							
3	1	2	4	2	1	2	1	1	1	4	2	1	3	1	5	3	5	3	4	4	5	4	3
2																							
2	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4

278	5	3	3	5	5	3	4	4	4	4	4	5	1	5	4	4	4	3	3	2	3	2	3
279	5	3	4	5	5	3	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5
280	5	4	3	5	4	5	4	3	4	5	1	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	5
281	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
282	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	3	3	3	2	2	3	4	3	2
283	5	3	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
284	5	4	3	5	5	5	4	3	3	5	4	5	4	5	3	3	3	4	3	3	2	2	2
285	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
286	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4
287	5	4	5	5	3	3	3	2	2	3	4	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2
288	5	3	4	5	2	5	4	5	5	3	4	5	5	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4
289	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4
290	5	4	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	2	2	2	2	2	2	2
291	5	4	5	5	3	3	3	3	4	5	4	4	1	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2
292	5	2	5	5	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
293	5	3	5	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3
294	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
295	5	4	4	5	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	1	1	1	5	5	5
296	5	4	3	5	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3
297	5	4	5	5	4	4	5	2	5	1	2	1	2	5	4	4	5	2	5	5	5	4	4
298	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	4	4
299	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	4	5	5
3	5	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	2	3	2	5	5	5	3	5	5	5	5	5

3345	5	5	5	2	5	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3
3346	3	5	3	3	5	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3347	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3
3348	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	3	3	3	2	5	5	5	5	5
3349	4	5	4	2	4	5	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	5
3350	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4
3351	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	2	5
3352	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	5	5	3	5
3353	4	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3354	4	5	4	2	4	5	5	2	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	2
3355	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3
3356	4	5	4	4	4	5	4	1	2	1	3	4	1	4	5	3	2	4	4	4	4	3	5
3357	4	4	4	2	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4
3358	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5
3359	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3360	3	4	3	4	4	5	5	4	1	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5
3361	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4	2	2	4	4	4	4	2	2	5
3362	4	4	4	1	4	5	5	5	5	5	3	3	5	4	4	4	4	3	5	4	2	2	5
3363	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	2	3	5
3364	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	2	4	4	4	4	4	2	2	5
3365	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	2	5	5	3	5	2	3	5
3366	1	4	5	2	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	3	5
33	1	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5

