



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA *STEAM CAR WASH* (Studi Pada  
Pelanggan Tulodo 88 Kota Depok)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Annisa Aprilia Gunawan

021118108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
SEPTEMBER 2022**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA *STEAM CAR WASH* (Studi Pada  
Pelanggan Tulodo 88 Kota Depok)**

SKRIPSI

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

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)

Ketua Program Studi Manajemen  
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**  
**UJIAN SIDANG SKRIPSI**

Kami selaku Ketua Komisi dan Anggota Komisi telah melakukan bimbingan skripsi mulai tanggal:           /           dan berakhir tanggal:           /

Dengan ini menyatakan bahwa,

Nama                           : Annisa Aprilia Gunawan                           L/P\*)

NPM                            : 021118108

Program Studi               : Manajemen

Mata Kuliah                 : Skripsi

Ketua Komisi                : Hj. Sri Hartini, Dra.,MM.

Anggota Komisi             : Bayu Dwi Prasetyo, SE.,MM

Judul skripsi                : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Steam Car Wash* (Studi Pada Pelanggan Tulodo 88 Kota Depok)

Menyetujui bahwa nama tersebut di atas dapat disertakan mengikuti ujian siding skripsi yang dilaksanakan oleh pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Menyetujui,

Ketua Komisi Pembimbing

Anggota Komisi Pembimbing



05-10-2022

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



14-10-2022

(Bayu Dwi Prasetyo, S.E., M.M)

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, AK., M.M., CA)

**LEMBAR PENGESAHAN DAN PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN**  
**KONSUMEN PADA STEAM CAR WASH (Studi Pada Pelanggan Tulodo 88**  
**Kota Depok)**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada hari

Annisa Aprilia Gunawan

021118108

Disetujui,

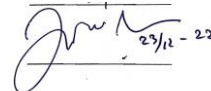
Ketua Penguji Sidang  
(Dr. Hari Muharam,SE,MM)



Ketua Komisi Pembimbing  
(Hj. Sri Hartini, Dra., M.M)



Anggota Komisi Pembimbing  
(Bayu Dwi Prasetyo, S.E., M.M)



## LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

---

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisa Aprilia Gunawan

NPM : 021118108

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Steam Car Wash* (Studi Pada Pelanggan Tulodo 88 Kota Depok)

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau kutipan dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 10 September 2022



Annisa Aprilia Gunawan

021118108

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2022  
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang**

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan.*

*Dilarang mengumumkan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan.*

## ABSTRAK

ANNISA APRILIA GUNAWAN. 021118108. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Steam Car Wash (Studi Pada Pelanggan Tulodo 88 Kota Depok). Di bawah bimbingan: SRI HARTINI, dan BAYU DWI PRASETYO, 2022.

Penelitian ini dilakukan pada *Steam Car Wash* Tulodo 88 Kota Depok , tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada *Steam Car Wash* Tulodo 88 Kota Depok. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 respondent, analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode *probability sampling* dan data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS V.25. Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut adalah kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Obyek penelitian ini adalah *Steam Car Wash* Tulodo 88 Kota Depok, dimana akhir-akhir ini terjadi penurunan jumlah pelanggan karena merasa kurang puas terhadap pelayanan *steam car wash* tulodo 88 kota Depok . Atas dasar ini maka penelitian ini mengangkat variabel kualitas pelayanan, untuk melihat pengaruhnya terhadap kepuasan para pelanggan *steam car wash* tulodo 88 . Populasi dalam penelitian ini pelanggan yang melakukan perawatan mobil pada *steam car wash* tulodo 88 kota Depok yang jumlahnya tidak diketahui.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	7
2.1.1. Identifikasi Masalah.....	7
2.1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian .....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian .....	7
1.4.1 Kegunaan Praktis .....	8
1.4.2 Kegunaan Akademis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1. Pemasaran, Manajemen Pemasaran, dan Konsep Pemasaran.....	9
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3. Konsep Pemasaran.....	10
2.1.4. Fungsi Pemasaran .....	11
2.2. Pengertian Jasa .....	13
2.2.1. Karakteristik Jasa.....	13
2.2.2. Klasifikasi Jasa .....	14
2.2.3. Strategi Pemasaran Untuk Perusahaan Jasa .....	15
2.3. Kualitas Pelayanan .....	16
2.3.1. Pengertian Kualitas .....	16
2.3.2. Pengertian Pelayanan.....	16
2.3.3. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	17
2.3.4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	17
2.4. Kepuasan Konsumen .....	18
2.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	18
2.4.2. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	19
2.4.3. Faktor-Faktor Tingkat Kepuasan Konsumen .....	19
2.4.4. Jenis-Jenis Konsumen.....	20
2.4.5. Indikator Kepuasan Konsumen .....	20
2.5. Penelitian Sebelumnya .....	21



2.6. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	28
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian .....	28
3.3. Jenis Sumber Data Penelitian .....	28
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	29
3.5. Metode Penarikan Sampel .....	30
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	31
3.7. Metode pengolahan/Analisis Data .....	32
3.7.1. Uji Validitas .....	32
3.7.2. Uji Reliabilitas .....	33
3.7.3. Analisis Deskriptif .....	35
3.7.4. Uji Asumsi Klasik .....	32
3.7.5. Uji Regresi .....	32
3.7.6. Uji Koefisien Determinasi .....	32
3.7.7. Uji Hipotesis Koefisien Regresi .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	38
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan .....	38
4.1.2. Kegiatan Usaha .....	38
4.1.3. Tujuan Perusahaan .....	38
4.1.4. Visi dan Misi .....	38
4.1.5. Struktur Organisasi .....	38
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden .....	44
4.2.1. Jenis Kelamin .....	44
4.2.2. Usia .....	44
4.2.3. Pekerjaan .....	45
4.2.4. Pendapatan Responden .....	45
4.3. Analisis Data .....	46
4.3.1. Uji Validitas Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
4.3.2. Uji Validitas Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
4.4. Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.1. Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X) .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
4.4.2. Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
4.5. Analisis Deskriptif .....	47
4.5.1. Variabel Kualitas Pelayanan (X) .....	47

4.5.2. Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1. Kesimpulan .....	70
5.2. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>74</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Kendaraan di JABODETABEK .....	1
Tabel 1. 2 Data Jumlah Kendaraan di Kota Depok .....	2
Tabel 1. 3 Jumlah Pengunjung Perbulan dari Cuci Mobil dan Motor Tulodo 88 .....	5
Tabel 1. 4 Jenis Kendaraan dan Tarif Cucian .....	6
Tabel 1. 5 Jumlah Komplain konsumen Steam Mobil Tulodo 88 Depok.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	29
Tabel 3. 2 Keterangan Skala Likert .....	31
Tabel 3. 3 Hasil Perhitungan Tanggapan Responden .....	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.2 Usia Responden.....	44
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	45
Tabel 4.4 Pendapatan Responden <i>Steam Car Wash</i> Tulodo 88 Kota Depok.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1) <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (Y) <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X) <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y) <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai “Perusahaan terdapat area parkir yang luas” .....	47
Tabel 4.10 Tanggapan responden mengenai “Karyawan berpenampilan rapi dalam bekerja” .....	47
Tabel 4.11 Tanggapan responden mengenai “Lokasi Steam car wash mudah di temukan” .....	48
Tabel 4.12 Tanggapan responden mengenai “Kecepatan melayani konsumen” .....	49
Tabel 4.13 Tanggapan responden mengenai “Perusahaan memiliki fasilitas yang modern dan lengkap.” .....	49
Tabel 4.14 Tanggapan responden mengenai “Karyawan <i>carwash</i> cekatan menangani kebutuhan konsumen.” .....	50
Tabel 4.15 Tanggapan responden mengenai “Karyawan <i>Steam Car Wash</i> Tulodo 88 Depok memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen” .....	51
Tabel 4.16 Tanggapan responden mengenai “Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir <i>car wash</i> pada saat anda membayar.”.....	51
Tabel 4.17 Tanggapan responden mengenai “Karyawan selalu bersedia menerima setiap keluhan dari pelanggan.” .....	52

Tabel 4.18 Tanggapan responden mengenai “Karyawan tidak terlalu lama memproses pencucian mobil.”	53
Tabel 4.19 Tanggapan responden mengenai “Karyawan carwash tidak membiarkan konsumen berdiri lama ketika tempat carwash penuh.”	54
Tabel 4.20 Tanggapan responden mengenai “Karyawan <i>steam car wash</i> bersikap jujur dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.”	54
Tabel 4.21 Tanggapan responden mengenai “Keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian.”	55
Tabel 4.22 Tanggapan responden mengenai “Karyawan <i>steam car wash</i> memiliki pengetahuan dalam menjalankan pekerjaannya.”	56
Tabel 4.23 Tanggapan responden mengenai “Karyawan <i>steam car wash</i> selalu memberikan pelayanan sesuai standar atau lebih dari standar.”	56
Tabel 4.24 Tanggapan responden mengenai “Adanya jaminan kerusakan dalam mencuci mobil.”	57
Tabel 4.25 Tanggapan responden mengenai “Karyawan <i>steam car wash</i> mampu berkomunikasi dengan baik.”	58
Tabel 4.26 Tanggapan responden mengenai “Keramahan dan kesopanan karyawan dalam pelayanan kasir.”	58
Tabel 4.27 Tanggapan responden mengenai “Kesediaan karyawan dalam menerima keluhan dan pengaduan.”	59
Tabel 4.28 Rekapitulasi dan Rata-rata Nilai Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X)	60
Tabel 4.29 Tanggapan responden mengenai “Karyawan <i>Steam Car Wash Tulodo 88 Depok</i> memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen”	61
Tabel 4.30 Tanggapan responden mengenai “Perusahaan mengutamakan kepuasan konsumen”	62
Tabel 4.31 Tanggapan responden mengenai “Anda mempunyai minat untuk berkunjung kembali”	62
Tabel 4.32 Tanggapan responden mengenai “Anda cenderung akan merekomendasikan kepada kerabat atau keluarga”	63
Tabel 4.33 Rekapitulasi dan Rata-rata Nilai Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	64
Tabel 4.34 Uji Normalitas	66
Tabel 4.35 Uji Linieritas	66
Tabel 4.36 Persamaan Regresi Linear Sederhana	67
Tabel 4.37 Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.38 Uji Hipotesis Koefisien Regresi	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	27
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi <i>Steam</i> Tulodo 88.....	39

## PRAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan Ridho nya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA STEAM CAR WASH (Studi Kasus Pada pelanggan Tulodo 88 Kota Depok)** ” sebagai salah satu syarat untuk melanjutkan penulisan Skripsi dan mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan. Segala petunjuk, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak yang penulis terima dalam penyusunan skripsi ini sangatlah besar. Maka dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih terutama kepada :

1. Kepada Seluruh keluarga Penulis Terutama Orang Tua Penulis yang sangat berperan penting dalam segala hal untuk mendukung saya.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan..
3. Ibu Dr Retno Martanti Endah Lestari, S.E., M.Si., CMA., CAPM. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
4. Ibu Enok Rusmanah, S.E., M.Acc Selaku Wakil Dekan Bidang Administratif dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM, CA Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
6. Bapak Doni Wihartika, S.Pi., MM. Selaku Asisten Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
7. Ibu Hj.Sri Hartini,Dra.,MM.Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan motivasi dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Bayu Dwi Prasetyo, SE.,MM Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan motivasi dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang telah memberikan bekal ilmu pendidikan kepada penulis.
10. Seluruh Staf, Tata Usaha, dan Karyawan Perpustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
11. Kepada Teman-teman seperjuangan serta yogi hermawan kekasih saya yang turut memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan laporan ini



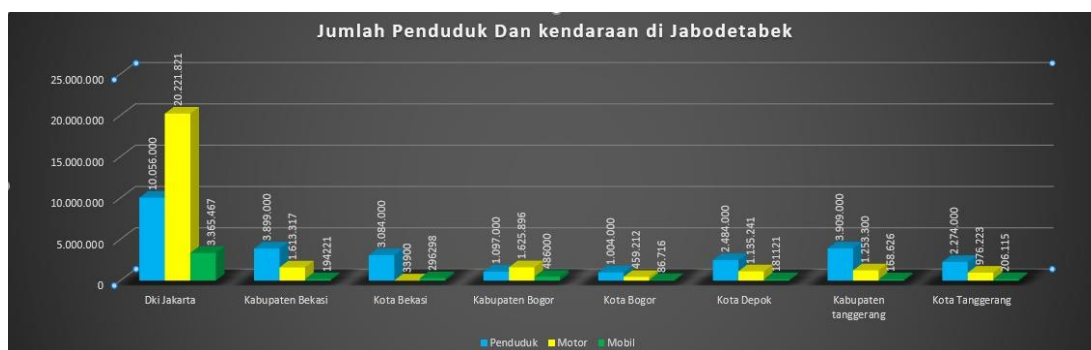


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi datang begitu cepat seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi. Perkembangan otomotif yang kian pesat membuat peluang usaha jasa *steam* mobil dan *auto detailing* juga berkembang dengan pesat dengan memprioritaskan kepuasan pelanggan menggunakan jasa *steam* mobil dan *auto detailing*. Kepuasan pelanggan merupakan acuan keberhasilan suatu perusahaan di bidang jasa dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat dijadikan sebagai pencapaian harapan dari sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan industri otomotif merupakan salah satu sektor andalan yang memiliki kontribusi cukup besar terhadap perekonomian nasional. Saat ini, terdapat 22 perusahaan industri kendaraan bermotor roda dua atau lebih yang ada di Indonesia. Menteri perindustrian juga mengemukakan, potensi industri kendaraan bermotor roda dua dan empat di tanah air saat ini terdapat 22 perusahaan. Total nilai investasi yang telah digelontorkan sebesar Rp.10,05 triliun dengan kapasitas produksi mencapai 9,53 juta unit per tahun dan menyerap tenaga kerja hingga 32 ribu orang. Bahkan, dari sektor otomotif ini memberikan dampak luas kepada lebih dari 1,5 juta orang yang bekerja di sepanjang rantai nilai industri tersebut. Industri otomotif dinilai memiliki peran penting dan strategis sehingga dimasukkan ke dalam peta jalan *making* Indonesia 4.0, yang mendapat prioritas pengembangan dalam implementasi industri 4.0. Produk kendaraan bermotor produksi dalam negeri telah mampu menembus pasar ekspor ke lebih dari 80 negara di dunia. Pada periode tahun 2020, ekspor kendaraan *completely build up* (CBU) sebanyak 232,17 ribu unit atau senilai Rp.41,73 triliun.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Kendaraan di JABODETABEK



Sumber : Data Sekunder Transportasi Jabodetabek keselamatanjalan.com (2021)

Dapat dilihat bahwa pada tahun 2021 terdapat hampir lebih dari 25 juta unit kendaraan di JABODETABEK, yang terdiri dari 77.326.410 juta sepeda motor dan 10.046.564 juta unit mobil (termasuk mobil penumpang, mobil beban, mobil bus,

dan kendaraan khusus). Kemudian, jumlah kepemilikan kendaraan yang terendah ada di Kabupaten Bogor yaitu hanya 11% dari jumlah penduduknya. Selain itu, rata-rata jumlah sepeda motor hampir tiga kali lipat (74%) dari jumlah mobil (26%), kecuali di Kota Bekasi dimana jumlah motor hanya 25% dan jumlah mobil sebanyak 75%. Jumlah kendaraan di Jabodetabek sekitar seperempat dari total seluruh kendaraan yang ada di seluruh Indonesia yaitu sebesar 114 juta unit. Jumlah kendaraan angkutan umum di Jabodetabek baru sekitar 512.000 unit atau 2% dari total seluruh kendaraan.

Tabel 1.2 Jumlah Kendaraan di Kota Depok

Jenis Kendaraan	Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis kendaraan Di Kota Depok		
	2019	2020	2021
Mobil Pribadi	1.125.371	1.110.241	1.196.539
Bus	295.601	295.370	35.266
Truk	541.375	543.972	679.708
Sepeda Motor	8.136.410	8.194.590	16.141.380

Sumber : Data Sekunder Jabar Badan Pendapaan Daerah (2021)

Berdasarkan tabel 1.2 di muka terlihat jumlah mobil di Kota Depok terus meningkat setiap tahunnya. Dikarenakan jumlah kendaraan bertambah, banyak bermunculan jasa-jasa pencucian mobil yang berlomba-lomba untuk berinovasi serta menunjukkan usaha-usaha tersebut. Kendaraan pribadi di Kota Depok dan kepadatan mobilitas masyarakatnya menyebabkan masyarakat di Kota Depok semakin membutuhkan sebuah tempat yang menawarkan jasa perawatan mobil. Apalagi dengan mobilitas masyarakatnya yang padat menyebabkan pemilik kendaraan pribadi melewatkan perawatan mobil mereka sendiri. Mereka yang tidak memiliki waktu lebih dalam merawat mobil akan menyerahkan perawatan mobil mereka kepada tempat khusus yang memberikan jasa perawatan ini. Fenomena ini menumbuhkan celah di bidang bisnis *steam* atau salon mobil.

Pada layanan cuci mobil dan motor, karyawan yang berhadapan langsung dengan pelanggan harus dapat melayani dengan baik. Layanan yang menyenangkan bagi pelanggan sangat berguna sehingga jika pelanggan suka dengan layanan yang diberikan, pelanggan akan berpikir untuk melakukan pembelian berulang. Para pelanggan dapat menunggu dengan santai karena area yang luas dan nyaman. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh keinginan dari pelanggan tentu akan semakin puas. Apabila pelanggan merasa senang, pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang. Kualitas yang bagus dapat membawa pelanggan untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Hal ini sejalan oleh apa yang disediakan perusahaan jasa cuci mobil atau salon mobil sebagai industri yang bergerak dalam bidang jasa perawatan kendaraan. Adanya konsep pelayanan yang baik fasilitas yang memadai diharapkan mampu menjangkau pelanggan lebih banyak lagi.

Di Depok saat ini terdapat banyak persaingan diantara penyedia jasa cuci mobil dan motor salah satunya adalah pertama yaitu cuci robot Wijaya motor sudah menggunakan alat yang tidak biasa, yakni cuci mobil menggunakan robot. Yang kedua *Deaf Fingertalk car wash, steam car wash* yang lebih beda dari yang lain mengapa demikian, karena di *deaf fngertalk car wash* ini semua pegawainya adalah penyandang tunarungu. Selain itu, *Deaf Fingertalk Car Wash* juga memilii kafe yang pegawainya juga penyandang tunarungu. Bagi konsumen yang ini mencuci mobil sembari belajar bahasa isyarat atau bisnindo. Tempat ini sangatlah cocok untuk konsumen. Selanjutnya *24 Hour Car Wash*, kelebihanannya yaitu cocok bagi konsumen yang tidak sempat untuk pergi ke tempat cuci mobil pada siang hari. Sebab tempat cuci mobil ini sesuai dengan namanya *24 Hour Car Wash* yang berarti buka 24 jam.

Pada penelitian ini penelti mengambil objek penelitian *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok*. Yang berlokasi di Jl. Cilodong Depok. Salah satu keunggulan yang dimiliki usaha cuci mobil Tulodo 88 yaitu adanya ketersediaan ruang tunggu yang nyaman serta karyawan yang ramah dan sopan dalam melayani setiap pelanggan. Usaha cuci motor mandiri memberikan pelayanan mulai pukul 08.00 – 20.00. Adapun harga yang ditawarkan pada jasa tersebut yaitu mobil harganya Rp.45.000 – Rp.150.000 Adapun fasilitas penunjang pada usaha cuci mobil Tulodo 88 adanya *coffee and resto, barbershop*, bengkel, dan kursi yang memadai sehingga dapat digunakan untuk bersantai sambil menunggu cucian mobil dan motor selesai. Hasil cucian mobil dan motornya bersih sehingga para pelanggan merasa puas dalam menggunakan jasa tersebut. Sehingga cuci mobil dan motor Tulodo 88 mampu bertahan dalam mendirikan usahanya. Banyak pakar yang mendefinisikan kepuasan konsumen berdasarkan persfektifnya masing-masing meskipun tidak terdapat suatu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan konsumen. Namun, pada intinya mereka menyatakan subtansi yang sama tentang kepuasan konsumen. jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Menurut Tuuk, Karuntu, dan M., (2019) mengartikan kepuasan konsumen ialah tingkat perasaan konsumen setelah mengkomparasikan jika dia puas dengan kualitas produk atau layanan dia dapat memilih antara manfaat yang diperoleh dan kebutuhan pelanggan, besar peluang konsumen dalam jangka yang lama.

Menurut (Moha dan Loindong,2016) sesuatu yang dapat mempermudah pelanggan dalam mendapatkan kepuasan,dikarenakan bentuk jasa tidak dapat dilihat, tidak dapat dicium, tidak dapat juga diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai dari tingkat pengukuran pelayanan dan untuk mendukung kenyamanan konsumen disebut fasilitas. Jadi, fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada didalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Demikian juga, kualitas pelayanan terhadap konsumen yang semakin membaik dengan tujuan menjaga konsumen agar tetap setia pada layanan yang ditawarkan. Pendekatan perusahaan dalam memberikan layanan guna mempermudah para konsumen dalam pencapaian

kepuasaan yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkannya. Peningkatan laba perusahaan seiring dengan loyalitas konsumen yang diikuti dengan tambahnya para konsumen yang sesuai dengan harapan pengusaha dalam menjalankan usahanya. Usaha cuci mobil selalu mencari cara yang dapat menarik para pelanggan antara lain dengan mengutamakan mutu pelayanan, produk yang baik, harga dan tempat yang bisa menyebabkan pelanggan tersebut merasa puas atas apa yang diperolehnya.

Kendaraan pribadi yang sering dipakai diharapkan senantiasa bersih di karenakan penggunaanya dapat merasakan kenyamanan dalam berkendara. Jasa pencucian kendaraan mobil dan motor bisa membantu para pemilik kendaraan dalam merawat kebersihan kendaraannya. Terutama saat ini, sudah semakin banyak orang yang punya mobil dan motor pribadi. Akan tetapi sangat disayangkan bahwa mereka tidak punya banyak waktu untuk merawat mobil dan motor-nya. Maka solusi yang dipakai biasanya menggunakan jasa *steam* atau salon mobil. Melihat semakin lama, semakin tahun pertumbuhan kendaraan, baik itu motor atau kendaraan beroda dua dan khususnya mobil yang semakin bertambah banyak, bertambah banyak yang tentu saja semakin membuka peluang bisnis yang bisa dikatakan sangat menggiurkan dengan segmentasi untuk usaha bisnis steam salon mobil ini. Karena dengan kondisi cuaca dan iklim yang tidak menentu ini tentu akan berpengaruh juga kepada kondisi fisik dari kendaraan khususnya mobil yang digunakan untuk berpergian, tidak heran jika belum lama ini dan hingga sekarang sudah mulai viral dikalangan masyarakat bahwa banyak orang yang mulai memperhatikan penampilan dan perawatan pada mobil yang mereka pakai. Selain itu juga, tidak hanya pada kaum laki-laki saja yang memperhatikan kondisi dan penampilan pada kendaraan mereka tetapi juga pada perempuan yang tidak kalah dalam memperhatikan kondisi dan penampilan pada kendaraan mobil yang mereka pakai.

Tabel 1. 3Data Jumlah Pesaing di Kota Depok

No	Nama Steam	Alamat
1	Tulodo 88	Jl.Raya Abdul Gani No 12
2	24 Hour Car Wash	Jl.Raya Sawangan No.54
3	Cuci Robot Depok	Jl.Margonda Raya No 350
4	Niwa Cuci Steam Mobil & Motor	Jl.Pekapuran Raya
5	Kinclong Steam Mobil	Jl.Ir.H.Juanda No 170
6	Bos Car Wash	Jl.Raya Swangan
7	Raflys Steam motor & mobil	Jl.Masjid Arrahman No 8-24

Sumber : Data Sekunder Pesaing Kota Depok (2022)

Berdasarkan Tabel 1.3 Melihat banyaknya situasi persaingan pada bisnis *steam* salon mobil ini, perusahaan membutuhkan usaha yang keras untuk menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja perusahaan untuk mendapatkan calon konsumen dan

mempertahankan konsumen yang ada melihat dari sektor usaha tersebut, salah satu cara yang efektif dalam melakukan diferensiasi adalah melalui jasa atau pelayanan yang diberikan selanjutnya dalam melakukan kegiatan penjualan jasa pada cuci mobil dan motor. Berikut data jumlah pengunjung di *Steam Car Wash* Tolodo Depok setiap bulannya dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 1. 4 Jumlah Pengunjung Perbulan dari Cuci Mobil Tulodo 88

Bulan	Jumlah Pengunjung		
	2019	2020	2021
Januari	1.450	800	1.100
Febuari	1.350	1.250	500
Maret	1.000	1.300	900
April	1.300	1.350	1.300
Mei	1.250	1.380	1.250
Juni	1.400	1.400	1.150
Juli	1.325	1.252	1.200
Agustus	950	1.200	800
September	1.400	1.000	1.330
Oktober	1.200	1.320	1.350
November	1.390	1.380	1.100
Desember	1.400	1.150	1.300
Total	15.415	14.782	15.680

Sumber : Data Sekunder Tulodo (2021)

Berdasarkan tabel 1.4 di atas dapat disimpulkan perbedaan jumlah pengunjung tiap bulannya, ada jumlah yang menaik dan ada jumlah yang menurun. Pada hal ini peneliti berfikir apakah kualitas dan fasilitas konsumen memiliki pengaruh terhadap banyak atau sedikitnya pengunjung yang akan tetap datang lagi atau berpindah tempat. Dilihat dari tabel tersebut konsumen masih belum mau menentukan kepastian mencuci mobilnya dengan cara biasa atau sistem hidrolis karena masih berpindah-pindah. Dapat dilihat pada tabel tahun 2020 terjadi penurunan jumlah pengunjung dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Belum lagi masalah sabun dan bahan pendukung yang mengalami kenaikan dan terkandung pengiriman terkendala stok pengirim yang mengharuskan memesan dahulu sebelum kehabisan bahan sabun dan lainnya.

*Steam Car Wash* Tulodo 88 juga mempunyai beberapa jenis cucian diantaranya:

1. Cuci *Steam Standart*
2. Cuci *Steam Standar Uap*
3. Cuci *Steam Premium*
4. Cuci *Steam Super Premium*

Sebagai suatu usaha yang menjual jasa, maka usaha cucian mobil sangat memperhatikan berbagai hal yang berhubungan dengan peningkatan kualitas

jasa, seperti pelayanan yang baik, pembersihan kendaraan, jangka waktu yang cepat dan akan memberikan tingkat kepuasan kepada konsumen dalam pengguna jasa serta penyediaan fisik yang memadai. Berikut jenis tarif kendaraan yang ada di Tulodo 88 ini :

Tabel 1.5 Tarif Cucian Mobil Tulodo 88 Depok

No	Macam – Macam Kategori	Small	Large
1	Standar	<b>Rp. 45.000</b>	<b>Rp.55.000</b>
2	Standar + Uap	<b>Rp.65.000</b>	<b>Rp.75.000</b>
3	Premium	<b>Rp.55.000</b>	<b>RP.65.000</b>
4	Premium + Uap	<b>Rp.75.000</b>	<b>Rp.85.000</b>
5	Super Premium	<b>Rp.130.000</b>	<b>Rp.150.000</b>
6	Body Only	<b>Rp. 35.000</b>	<b>Rp.40.000</b>

Sumber : Data Sekunder Tulodo 88 Depok (2021)

Tabel diatas dapat dilihat adanya perbedaan tarif yang berbeda dilakukan oleh Tulodo 88 untuk setiap jenis kendaraan roda empat. Hal ini dilakukan karena adanya perbedaan segi ukuran maupun tingkat kesulitan dalam melakukan treatment yang di yang digunakan.

Berdasarkan hasil komplain dari data *steam* mobil, Terdapat beberapa konsumen yang mengeluhkan terhadap pelayanan *Steam* yaitu :

Tabel 1.6 Jumlah Komplain konsumen *Steam* Mobil Tulodo 88 Depok

No	Jenis Komplain	2019	2020	2021
1.	Masih banyaknya debu dibawah jok dan di sela-sela rem tangan.	300	95	250
2.	Terdapat kamera sensor mobil yang rusak	450	100	485
3.	Kondisi mobil yang terdapat goresan	260	150	500

Sumber: Data Sekunder Tulodo 88 Depok (2021)

Tabel 1.5 menunjukkan bahwa beberapa konsumen melakukan komplain terhadap pelayanan *steam* mobil yang artinya konsumen masih kurang puas terhadap pelayanan tersebut. Melihat uraian diatas dapat dilihat berapa tingginya minat konsumen yang berada di Kota Depok dalam menggunakan jasa cucian mobil dan motor. Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Steam Car Wash* (Studi Kasus Pada Pelanggan Tulodo 88 Kota Depok)**

## **1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **2.1.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Teridentifikasi bertambah banyaknya jasa perawatan mobil di Kota Depok yang memicu meningkatnya persaingan jasa perawatan kendaraan.
2. Kualitas pelayanan yang masih kurang, yaitu banyaknya komplain mobil terhadap pelayanan yang diberikan.
3. Terjadi Penurunan Jumlah Konsumen di tahun 2020 mulai menyusut dibandingkan dengan tahun sebelumnya 2019.

### **2.1.2. Perumusan Masalah**

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan konsumen terhadap Tulodo 88 Kota Depok?
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan terhadap Tulodo 88 Kota Depok?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cuci steam mobil Tulodo 88 Kota Depok.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

1. Membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Steam Car Wash* Tulodo 88 Kota Depok ;
2. Untuk menganalisis ketertarikan diantara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *steam car wash* Tulodo 88 terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk menganalisis kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Tulodo 88 Kota Depok.
3. Untuk mengetahui pengaruh sub variable yang signifikan terhadap kualitas pelayanan *steam car wash* Tulodo 88 Kota Depok

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

Bagi perusahaan diharapkan dapat memberikan masukan atau ide pemikiran dan pertimbangan pada perusahaan serta saran-saran yang bermanfaat bagi kepuasan pelanggan jasa *Steam Mobil Tulodo 88*.

#### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan mengenai kualitas pelayanan. Serta menambah wawasan dan bermanfaat untuk pengembangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi didalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi manajemen pada umumnya dan secara khusus mengenai manajemen pemasaran.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pemasaran, Manajemen Pemasaran, dan Konsep Pemasaran**

##### **2.1.1. Pengertian Pemasaran**

Pada umumnya banyak orang yang menyatakan bahwa konsep pemasaran sama dengan konsep penjualan, promosi, atau pengiklanan. Padahal pada dasarnya penjualan dan promosi/periklanan hanyalah bagian kecil dari pemasaran. Perlu dipahami dalam arti yang lebih luas, definisi pemasaran yaitu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Adapun pengertian pemasaran dapat di definisikan menurut beberapa para ahli sebagai berikut :

Menurut Tjiptono, pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Pemasaran bertujuan untuk menarik perhatian pembeli dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi. Menurut Malau (2017) mengemukakan bahwa pemasaran merupakan kegiatan transaksi pertukaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing pihak, misalkan pertukaran produk yang dimiliki oleh perusahaan uang yang dimiliki oleh pelanggan. *“marketing is about identyfing and meeting human and social media. One of the shortest good definitions of marketing is meeting needs profitability* dan Menurut Kotler & Amstrong (2017) menjelaskan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dalam menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai dengan pihak lain.

Beberapa pendapat diatas dapat diartikan bahwa pemasaran adalah perencanaan dan pelaksanaan dalam memasarkan suatu barang atau jasa untuk menciptakan dan mengkomunikasikan kebutuhan agar mencapai tujuan organisasi yang diharapkan.

##### **2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaian perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang.”(Malayu S.P Hasibuan 2016). Manajemen pemasaran adalah penganalisaian, perencanaan, pelaksanaan dan pengawsasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.” (Swasta dan Handoko, 2016). Menurut Manullang dan Hutabarat (2016) adalah proses dalam

menganalisa, merencanakan, melaksanakan dan mengontrol kegiatan dalam pemasaran yang mencakup ide-ide barang dan jasa yang berdasar pertukaran dengan tujuan untuk menghasilkan kepuasan konsumen dan tanggung jawab produsen.

Beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa untuk menciptakan produk dan jasa perlu melakukan perencanaan dan pemasaran demi mencapai suatu tujuan pemasaran dalam meningkatkan suatu penjualan yang diinginkan. Jadi yang dimaksud dengan Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang, jasa, dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.

### **2.1.3. Konsep Pemasaran**

Konsep pemasaran yang baik harus dapat benar-benar melihat kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, memegang peranan yang sangat penting dalam keberhasilan konsep pemasaran. Semua kegiatan dalam perusahaan yang mengikuti konsep pemasaran diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan harus mampu memahami seperangkat konsep inti untuk memahami fungsi dari pemasaran.

Menurut Assauri (2017) bahwa konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya.

Menurut William J. (2017) menyatakan bahwa konsep pemasaran adalah sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Menurut Kotler dan Keller (2016) konsep pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku.

Beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan Konsep pemasaran ialah sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan dan mendistribusikan barang-barang ataupun kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya.

Adapun konsep dasar pemasaran menurut Kotler (Sunyoto, 2016), konsep dasar pemasaran ada dua:

1. Kebutuhan manusia, dimana kebutuhan manusia adalah keadaan seperti perasaan kehilangan dalam diri seseorang. Kebutuhan manusia itu luas dan kompleks yang meliputi kebutuhan dasar, rasa aman, sosial, penghargaan dan aktualisasi diri.

- Keinginan manusia (*human want*) adalah bentuk yang berasal dari keutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan pribadi seseorang.

Kotler & Amstrong (Priansa, 2017) menyatakan bahwa terdapat lima konsep pemasaran yang sering dijadikan rujukan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya, yaitu:

- 1) Produksi; Konsep produksi adalah konsep bisnis tertua dimana konsumen akan lebih menyukai produk yang tersedia secara luas dengan harga yang terjangkau.
- 2) Produk; Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan fitur mutu yang terbaik. Konsep ini menunjukkan bahwa konsumen sangat berpengaruh dalam penciptaan produk.
- 3) Penjualan; Para konsumen dan perusahaan bisnis jika tidak teratur melakukan penjualan maka, konsumen umumnya menunjukkan keengganan atau penolakan untuk membeli.
- 4) Pemasaran; Konsep ini menegaskan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi adalah perusahaan harus lebih efektif dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen kepada sasaran pasar yang dipilih.
- 5) Pemasaran berorientasi masyarakat; Konsep ini masyarakat menegaskan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien. Konsep pemasaran akan lebih terfokus pada perusahaan yang memproduksi barang konsumsi daripada barang industri. Konsep pemasaran yang diterapkan ke masyarakat merupakan suatu tugas perusahaan yang berhubungan dengan penentu kebutuhan, keinginan, dan sasaran pasar yang mampu memberikan kepuasan yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing dalam peningkatan dan perlindungan kepentingan konsumen.

#### **2.1.4. Fungsi Pemasaran**

Adapun fungsi pemasaran yang dikemukakan oleh Sudaryono (2016) sebagai berikut:

1. Fungsi pertukaran yaitu dengan ada pemasaran, maka pembeli dapat membeli produk yang dijual oleh produsen. Cara yang digunakan melalui pertukaran dengan uang maupun menukar produk dengan produk (*barter*) bertujuan dipakai sendiri maupun di jual kembali.
2. Fungsi distribusi fisik suatu produk dilaksanakan dengan menyalurkan serta menyimpan barang. Produk disalurkan dari produsen untuk konsumen melalui air, udara dan darat. Penyimpanan produk berfokus pada upaya menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

3. Fungsi perantara untuk menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen dapat dilakukan melalui pemasaran yang menggunakan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik.

Adapun fungsi pemasaran menurut Manap (2016) dibagi atas sepuluh macam, yaitu:

1. Fungsi Perencanaan Barang (*Merchandising Function*)
2. Fungsi Pembelian (*Buying Function*)
3. Fungsi Penjualan (*Selling Function*)
4. Standarisasi (*Standarization and Grading*)
5. Fungsi Penyimpanan (*Storage Function*)
6. Fungsi Pengangkutan (*Transport Function*)
7. Fungsi Pembelanjaan (*Financing Function*)
8. Fungsi Kemasan (*Packaging Function*)
9. Fungsi Komunikasi (*Communication Function*)
10. Fungsi Pengurangan Resiko (*Risk Bearing Function*)

Menurut Kasmir (2017) menyatakan bahwa fungsi pemasaran meliputi:

1. Pemasaran sebagai fungsi yang sama yaitu pemasaran sama besarnya dengan fungsi keuangan, produksi, kepegawaian, dan sumber daya manusia yang dengan kata lain masing-masing fungsi memiliki kesamaan satu dengan yang lainnya.
2. Pemasaran sebagai fungsi yang lebih penting yaitu bahwa fungsi pemasaran memiliki peran yang paling besar dari fungsi keuangan, produksi, kepegawaian dan sumberdaya manusia.
3. Pemasaran sebagai fungsi utama yaitu pemasaran dipusatkan sebagai sentral dari kegiatan fungsi lainya atau dengan kata lain fungsi pemasaran sebagai inti dari kegiatan perusahaan.
4. Pelanggan sebagai pengendalian yaitu masing-masing fungsi memiliki peran yang sama namun dikendalikan oleh pelanggan.
5. Pelanggan sebagai fungsi pengendalian dan pemasaran sebagai fungsi *integrative* yaitu pemasaran sebagai pusat intergratif fungsi keuangan produk dan sumberdaya manusia sedangkan pelanggan karena pelanggan sangat berkaitan dengan keuangan, sumberdaya manusia, dan produksi dalam pengendalian pemasaran.

Definisi fungsi pemasaran dari beberapa pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa fungsi pemasaran yaitu pemasaran sebagai fungsi yang sama

sama besarnya dengan fungsi keuangan, produksi, kepegawaian, sumber daya manusia dengan kata lain masing-masing fungsi memiliki kesamaan satu dengan yang lainnya. Contohnya seperti fungsi pertukaran, fungsi distribusi fisik, dan fungsi perantara.

## 2.2. Pengertian Jasa

### 2.2.1. Karakteristik Jasa

Karakteristik jasa adalah sifat dari jasa yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak yang lain yang berfungsi guna membedakan produk barang. Kotler dan Kaller (2016), mengemukakan 4 *point* karakteristik jasa, yakni diantaranya :

#### 1. *Intangibility* (Tidak Berwujud)

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material, atau benda. Maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses kinerja (*performance*), atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki (*non-ownership*). Esensi dari apa yang dibeli pelanggan adalah kinerja yang diberikan oleh pihak tertentu kepada pihak lainnya.

#### 2. *Variability* (Bervariasi)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non-standarized output, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut diproduksi. Hal semacam ini terjadi karena jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksinya dan konsumsinya. Berbeda dengan mesin, orang biasanya tidak dapat diprediksi dan cenderung tidak konsisten dalam hal sikap dan perilakunya. Terdapat tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas layanan, yaitu :

- a. kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian layanan
- b. moral/ motivasi karyawan dalam melayani pelanggan
- c. beban kerja perusahaan.

#### 3. *Inseparability* (Tidak Terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan, layanan umumnya dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran layanan bersangkutan. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari layanan bersangkutan. Hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan ini, efektivitas staff layanan merupakan unsur kritis. Implikasi sukses atau tidaknya layanan bersangkutan ditunjang oleh kemampuan organisasi dalam melakukan proses rekrutmen dan

seleksi, penilaian kinerja, sistem kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawannya secara efektif.

#### 4. *Perishability* (Tidak Tahan Lama)

*Perishability* berarti bahwa layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan. Permintaan layanan juga bersifat fluktuasi dan berubah, dampaknya perusahaan jasa/layanan seringkali mengalami masalah sulit. Oleh karena itu, perusahaan jasa/layanan merancang strategi agar lebih baik dalam menjalankan usahanya dengan menyesuaikan permintaan dan penawaran.

### 2.2.2. Klasifikasi Jasa

Pada hakikatnya klasifikasi jasa terdapat berbagai macam tingkatan kombinasi antara barang fisik dan jasa *tangible*. Penawaran jasa dibedakan menjadi lima kategori menurut Fandy Tjiptono (2016) yaitu sebagai berikut :

1. Segmen pasar.
2. Tingkat Keberwujudan (*Tangibility*).
3. Keterampilan Penyedia Jasa.
4. Tujuan organisasi jasa.
5. Regulasi.
6. Tingkat intensitas karyawan.
7. Tingkat Kontak penyedia jasa dan pelanggan.

Terdapat beberapa macam tipe klasifikasi jasa menurut beberapa para ahli, antara lain menurut:

Menurut Gronroos, jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan:

1. Jenis jasa (*type of service*).
2. Jasa profesional (*professional service*).
3. Jenis pelanggan (*type of customer*).
4. Individu (*individuals*).
5. Jasa lainnya.

Menurut Kotler, beliau mengklasifikasikan jasa berdasarkan beberapa sudut pandang yang berbeda, antara lain:

1. Jasa dibedakan menjadi jasa yang berbasis manusia (*people based*) atau jasa yang berbasis peralatan (*equipment based*).

2. Tidak semua jasa memerlukan kehadiran klien (*clients presence*) dalam menjalankan kegiatannya.
3. Jasa dapat dibedakan menjadi jasa untuk kebutuhan pribadi atau jasa untuk kebutuhan bisnis.

Sedangkan menurut *Lovelock* dalam buku Tjiptono (2014), klasifikasi jasa dapat dikelompokkan berdasarkan pembagian, diantaranya ialah:

1. Berdasarkan sifat tindakan jasa.
2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan.
3. Berdasarkan tingkat *customization* dan kemampuan mempertahankan standar konstan dalam penyampaian jasa.
4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran jasa.
5. Berdasarkan metode penyampaian jasa.

Berdasarkan berbagai penafsiran menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa jasa adalah suatu manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lainnya, dan sifat jasa adalah tidak terwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Adapun proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan produk fisik.

### **2.2.3. Strategi Pemasaran Untuk Perusahaan Jasa**

Menurut *Investopedia* melalui Adam Baron menyebutkan bahwa strategi Pemasaran merupakan rencana keseluruhan pada bisnis untuk mengubah calon konsumen potensial menjadi konsumen yang menikmati produk dari pemasaran itu sendiri. Sedangkan jasa menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah aktivitas, kemudahan, manfaat dan sebagainya yang dapat dijual kepada orang lain (konsumen) yang menggunakan atau menikmatinya.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran jasa adalah keseluruhan rencana perusahaan jasa untuk memungkinkan calon konsumen menikmati produk yang ditawarkan. Setelah mengetahui apa itu pemasaran jasa, berikut penerapan strategi pemasaran jasa agar dapat memenuhi nilai kepuasan konsumen.

#### **1. Membangun *User Experience***

Ketika melakukan pemasaran dalam bisnis jasa secara efektif diharapkan akan menciptakan pengalaman pelanggan (*User Experience*) yang baik bagi pelanggan. Pengalaman berbisnis anda jelas memiliki dampak pada nilai layanan yang anda berikan dan meminimalisasi resiko yang terjadi.

#### **2. Pentingnya *Customer Service***

Bisnis jasa bersifat *Inseparability*, artinya hasil dari layanan yang diberikan dapat dirasakan langsung oleh konsumen. Berbeda dengan produk barang dimana pelanggan dapat merasakan dampak produk tersebut kapan saja. Sehingga, dalam hal ini peran *customer service* menjadi tumpuan pemilik jasa dalam mempertahankan usahanya.

### 3. Membangun Kepercayaan Konsumen

Konsumen sering merasa lebih sulit untuk membandingkan bisnis anda dengan kompetitor lain karena mereka tidak dapat menyentuh atau merasakan bentuk produk seperti pada bisnis penjualan produk pada umumnya. Tetapi titik pentingnya adalah seorang pengusaha harus membuat mereka percaya bahwa jasa yang anda berikan sesuai seperti yang anda janjikan, sesuai dengan slogan atau pesan yang anda komunikasikan lewat usaha promosi anda.

## 2.3. Kualitas Pelayanan

### 2.3.1. Pengertian Kualitas

Kualitas didefinisikan dengan penggambaran karakteristik langsung dari suatu produk, seperti performansi, keandalan, kemudahan dalam penggunaan, estetika dan sebagainya. Dalam era globalisasi, secara strategi kualitas di definisikan sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*). Keunggulan suatu produk terukur melalui tingkat kepuasan pelanggan. Karakteristik sistem kualitas modern dicirikan dalam lima aspek, yaitu: berorientasi pada pelanggan, adanya partisipasi aktif yang di pimpin oleh manajemen puncak, adanya pemahaman dari setiap orang terhadap tanggung jawab spesifik untuk berkalitas, adanya aktivitas yang berorientasi pada tindakan pencegahan kerusakan dan adanya suatu filosofi yang menganggap bahwa kualitas merupakan jalan hidup (*way of life*) (Ariani, 2016). Atmaja (2018) menyatakan bahwa, "Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan." Menurut Kasmir (2017) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Berdasarkan definisi kualitas pelayanan menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yaitu landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

### 2.3.2. Pengertian Pelayanan

Dalam kegiatan sehari-hari setiap aktivitas seseorang tidak lepas dari keterikatan dengan bantuan orang lain, dalam hal ini seseorang mengharapkan bantuan yang dapat memberikan tingkat kepuasan yang baik sehingga hal ini dapat membuat seseorang merasa dihargai. Biasanya seseorang akan menilai bagaimana sikap orang lain dalam melakukan tindakan, hal ini biasanya disebut sebagai pelayanan. Pelayanan (*service*) adalah "suatu usaha untuk membantu menyiapkan



(mengurus) apa yang diperlukan atau orang lain, terhadap kita yang membentuk suatu keterikatan hak dan kewajiban masing-masing pihak”. (Rusydi,2017)

Berikut pengertian pelayanan menurut ahli :

Menurut Kotler (Laksana,2018), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain,yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan menurut Kasmir (2017) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan,sesama karyawan dan juga pimpinan. Berdasarkan berbagai teori menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah sebagai suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan pada orang lain.

### **2.3.3. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Maulana (2016) “Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing dipasar utnuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen”. Perusahaan yang maju adalah perusahaan yang senantiasa memberikan kualitas atas barang jasa yang dijualnya. Kualitas menjadi satu modal utama perusahaan dalam memasarkan produknya kepada publik. Kualitas yang baik dapat memberikan kesan kepada publik untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan Fikri, Wiyani dan Suwandaru (2016) Menurut Tjiptono menyimpulkan bahwa : ‘Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sugeng,I. S., dan Rafik (2018).

Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan merupakan syarat kelangsungan hidup perusahaan, tingginya kualitas yang diberikan akan mencerminkan pada aspek kepuasan para pelanggan. Kepuasan pelanggan akan membentuk persepsi yang positif terhadap perusahaan dan pelayanan yang bermutu dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

### **2.3.4. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Wibowo (2017) ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang disebut dimensi SERVQUAL, yakni :

1. Bukti fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan adanya fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kepada jasa yang akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan biasa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan.
5. Empati (*Empathy*), perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

## **2.4. Kepuasan Konsumen**

### **2.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Menurut Arini dan Fatimah Feti (2018) menjelaskan yaitu seseorang yang merasa senang/kecewa yang muncul dikarenakan perbedaan kinerja yang mengarah pada barang (hasil) tentang keinginan pelanggan. Kepuasan konsumen diukur dalam beragam metode meliputi: umpan balik pasar, semacam asumsi tak terduga tertentu, survei pelanggan, pengamatan pasar, dan forum diskusi *online*. Semakin luas persaingan pasar banyak yang diperlukan dalam pengembangan kepuasan konsumen.

Menurut Tuuk, Karuntu, dan M., (2019) mengartikan kepuasan konsumen ialah tingkat perasaan konsumen setelah mengkomparasikan jika dia puas dengan kualitas produk atau layanan dia dapat memilih antara manfaat yang diperoleh dan kebutuhan pelanggan, besar peluang konsumen dalam jangka yang lama.

Kepuasan konsumen dilihat untuk membujuk minat dan perilaku pembelian kembali, dimana pada nantinya akan didapati pendapatan. Kejadian kualitas layanan dan kepuasan konsumen sudah menjadi fokus perhatian disemua industri perbelanjaan. Untuk menarik pelanggan, banyaknya industri yang disuruh untuk perbelanjaan. Untuk menarik pelanggan, banyaknya industri yang disuruh untuk mengevaluasi dan menaikkan kualitas layanan untuk konsumen Anita Mustikasari (2020).

Berdasarkan berbagai macam menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia harapkan.

### **2.4.2. Manfaat Kepuasan Konsumen**

Adanya kepuasan konsumen bisa memberikan beberapa manfaat diantara lain Muhammad In'amul Chulaifi (2018) :

- a. Kaitan perusahaan dengan pelanggan menjadi baik.
- b. Menyampaikan aturan yang benar bagi pembelian kembali.
- c. Memajukan terciptanya kesetiaan konsumen.
- d. Membangun rekomendasi antar konsumen yang bermanfaat bagi nama baik perusahaan di mata konsumen.

### **2.4.3. Faktor-Faktor Tingkat Kepuasan Konsumen**

Faktor utama dalam membatasi tingkat kepuasan konsumen menurut Budi (2018) dalam membatasi tingkat kepuasan konsumen, adanya lima faktor yang harus diperhatikan perusahaan:

#### **a. Kualitas Produk**

Konsumen yang merasa nyaman jika pertimbangan membuktikan produk yang mereka pakai bermutu tinggi. Kualitas produk banyak menentukan tahap konsumen dalam pembelian, tinggal dengan jalan apa sasaran pasar yang harus di sasar. Siapapun konsumen yang harus ditentukan dalam menjual produk, dalam aspek kualitas kelas menengah dan atas yang bisa menghasilkan target pasar produk

#### **b. Kualitas Pelayanan**

Konsumen memperoleh pelayanan yang nyaman ataupun keinginan sesuai dengan konsumen. Di dunia persaingan bisnis, para pengusaha terus bersaing untuk memperoleh konsumen yang loyal terhadap bisnis mereka. Para pengusaha di tuntut untuk memiliki keahlian agar dapat menarik simpatik minat konsumen dalam melayani kembali pembelian produk maupun jasa.

#### **c. Emosional**

Konsumen bakal merasa senang dan memperoleh kepercayaan tertentu untuk meningkatkan kepuasan konsumen akan merasa bangga kepada mereka apabila memakai produk merek tertentu yang mengarah pada fase kepercayaan diri orang lain. Kepuasan yang didapat tidak dikarenakan mutu dari barang tetapi kualitas bersahabat yang menciptakan konsumen menjadi puas dengan merek lain.

#### **d. Harga**

Produk dengan kualitas yang setara namun, menentukan harga yang lebih rendah akan menganjurkan konsumen dengan kualitas bermutu. Oleh karena itu, para pengusaha nilai menggambarkan faktor penentu yang dapat memberikan *profit*, di

satu sisi para pengusaha perlu bisa mengoptimalkan strategi pemasaran yang baik agar para konsumen terbuai oleh harga.

#### e. Biaya

Konsumen tidak harus mengeluarkan dana yang besar atau tidak harus menyia-nyiakan waktu dalam memperoleh suatu barang atau jasa mengarah puas terhadap barang atau jasa itu.

#### **2.4.4. Jenis-Jenis Konsumen**

Menurut (Utami, 2017) ada dua jenis definisi pelanggan diantaranya:

1. Organisasi ataupun perorangan berbelanja suatu barang atau menyewa tempat bidang usaha.
2. Model tipe konsumen tertentu. Ini biasanya berbisnis ditempat tersebut bukan untuk dikonsumsi. Namun, pengguna akhir yang membeli berdasarkan permintaan konsumen.

#### **2.4.5. Indikator Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen atau pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi. Sebagai ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan berkewajiban memuaskan mereka, karyawan juga harus dipuaskan kebutuhannya. Menurut Tjiptono (2016), ada beberapa indikator dari variabel kepuasan konsumen diantaranya:

1. Kesesuaian harapan; Semua konsumen selalu menginginkan harapan yang sesuai dengan produk yang akan dibelinya.
2. Minat membeli kembali; Keadaan ini biasanya terjadi ketika seorang konsumen sudah merasa puas dengan layanan dan produk dari suatu perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan; Suatu perusahaan biasanya akan mencoba meminta para konsumen tetap mereka untuk merekomendasikan barang atau produk mereka, baik produk baru mereka maupun yang lama.
4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama; Jika seorang konsumen sudah merasa puas pada produk suatu perusahaan, maka seorang konsumen pasti akan mencari produk yang lain pada perusahaan tersebut dikarenakan konsumen sudah menilai produk dari perusahaan tersebut bagus dan sesuai dengan apa yang inginkan konsumen.
5. Menciptakan citra merk; Merk pada suatu perusahaan bisa dikenal oleh khalayak umum apabila produk dari nama merk tersebut sudah bisa membuat kepuasan pada semua konsumennya.

## 2.5. Penelitian Sebelumnya

Pada penulisan penelitian analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada *steam car wash* ini, penulis mengambil beberapa contoh penelitian sebelumnya untuk menjadikan dasar dalam penelitian ini yang di sajikan dalam bentuk tabel agar mudah di pahami oleh pembaca. Berikut sajian data penelitian sebelumnya:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1 .	Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada hotel Yuta di Kota Manado (Sartika Moha 2016)	Kualitas pelayanan (X1) Fasilitas (X2) Keputusan pembelian (Y)	<p>Indikator Kualitas Pelayanan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buktifisik (<i>Tangibles</i>),</li> <li>2. Keandalan (<i>Realbility</i>)</li> <li>3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)</li> <li>4. Jaminan (<i>Assurance</i>)</li> <li>5. Empati (<i>Empathy</i>),</li> </ol> <p>Indikator Fasilitas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan tempat parkir untuk kendaraan roda 2 atau 4.</li> <li>2. Ketersediaan tempat duduk di ruang tunggu penumpang.</li> <li>3. Ketersediaan toilet gratis.</li> <li>4. Ketersediaan mushola atau tempat ibadah.</li> <li>5. Ketersediaan fasilitas penunjang seperti <i>charger handphone</i> gratis, tangga naik atau turun penumpang.</li> </ol>	<i>Purposive Sampling</i>	Uji realibitas instrumen dengan menggunakan rumus <i>crounbachalpha</i> . Keputusan untuk mengetahui bahwa insrument adalah realibel jika nilai $r$ alpha $>$ 0,6. Hasil uji validitas instrumen memberikan nilai yang baik pada butir indikator dari masing-masing variabel utama. Nilai item total dari seluruh variabel diindikasikan relibel.

			<p>Indikator Kepuasan Konsumen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyediaan layanan yang baik.</li> <li>2. Karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan.</li> <li>3. Karyawan mampu mengetahui keinginan pelanggan.</li> <li>4. karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada keluhan konsumen mendiagnosis hal yang harus dilakukan dengan cepat.</li> </ol>		
2 .	<p>Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus Tiki cabang Jogjakara) Wili Andri (2017)</p>	<p>(X1)Kualitas pelayanan</p> <p>(Y)Keputusan pelanggan</p>	<p>Indikator Kualitas Pelayanan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukti fisik ( <i>Tangibles</i>)</li> <li>2. Keandalan (<i>Realbility</i>)</li> <li>3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</li> <li>4. Jaminan (<i>Assurance</i>)</li> <li>5. Empati (<i>Empathy</i>)</li> </ol> <hr/> <p>Indikator Kepuasan Pelanggan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyediaan layanan yang baik.</li> <li>2. Karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan.</li> <li>3. Karyawan mampu mengetahui keinginan pelanggan.</li> <li>4. karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada keluhan konsumen mendiagnosis hal yang harus dilakukan dengan cepat.</li> </ol>	<p><i>Purposive Sampling</i></p>	<p>penelitian saya memakai non probability sampling. Dan hasil penelitian saya hanya variabel <i>assurance</i> yang berpengaruh signifikan sedangkan <i>tangible</i>, <i>reliability</i>, <i>reponsiveness</i> dan <i>emphaty</i> tidak berpengaruh signifikan.</p>

3 .	Munica Apriani (2011) Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan terhadap Minat Mereferensikan	<p>Fasillitas,kualitas (X1)</p> <p>Kepuasan pelanggan (X2)</p> <p>Minat (Y)</p>	<p>Indikator Fasilitas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan tempat parkir untuk kendaraan roda 2 atau 4.</li> <li>2. Ketersediaan tempat duduk di ruang tunggu penumpang.</li> <li>3. Ketersediaan toilet gratis.</li> <li>4. Ketersediaan mushola atau tempat ibadah.</li> <li>5. Ketersediaan fasilitas penunjang seperti <i>charger handphone</i> gratis, tangga naik atau turun penumpang.</li> </ol> <p>Indikator Kepuasan Pelanggan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyediaan layanan yang baik.</li> <li>2. Karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan.</li> <li>3. Karyawan mampu mengetahui keinginan pelanggan.</li> <li>4. Karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada keluhan konsumen mendiagnosis hal yang harus dilakukan dengan cepat.</li> </ol> <p>Indikator Minat Beli :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat Transaksional.</li> <li>2. Minat Refrensial.</li> <li>3. Minat Eksploratif.</li> </ol>	<p>Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey.</p> <p>Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah SPSS versi 16.0. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda</p>	<p>bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif dan berpengaruh besar terhadap minat mereferensikan, variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap minat mereferensikan. Adapaun variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yang paling kecil terhadap minat mereferensikan.</p>
-----	--	---	---	--	---

4 .	Maydina Luthfia (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri	Kualitas Fasilitas (X1) Kualitas Pelayanan (X2) Kepuasan Pelanggan (Y)	<p>Indikator Fasilitas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan tempat parkir untuk kendaraan roda 2 atau 4.</li> <li>2. Ketersediaan tempat duduk di ruang tunggu penumpang.</li> <li>3. Ketersediaan toilet gratis.</li> <li>4. Ketersediaan mushola atau tempat ibadah.</li> <li>5. Ketersediaan fasilitas penunjang seperti <i>charger handphone</i> gratis, tangga naik atau turun penumpang.</li> </ol> <p>Indikator Kualitas Pelayanan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukti fisik ( <i>Tangibles</i>).</li> <li>2. Keandalan ( <i>Realbility</i>).</li> <li>3. Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) .</li> <li>4. Jaminan ( <i>Assurance</i>).</li> <li>5. Empati ( <i>Empathy</i>).</li> </ol> <p>Indikator Kepuasan Konsumen :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyediaan layanan yang baik.</li> <li>2. Karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan .</li> <li>3. Karyawan mampu mengetahui keinginan dan mendiagnosis hal yang harus dilakukan dengan cepat.</li> </ol>	Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah SPSS versi 16.0.	Data uji hipotesis dan analisis, dapat disimpulkan terdiri dari: a. Variabel Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan b. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan. c. Variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Pelanggan
-----	---	--	---	--	---



5 .	(Supriyono Ferry Fungkas 2013) Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Mobil, BJS Auto Care Di Kota Yogya	Kualitas Pelayanan (X1) Kepuasan Konsumen (Y)	Indikator Kualitas Pelayanan : 1. Bukti fisik ( <i>Tangibles</i> ). 2. Keandalan ( <i>Realbility</i> ). 3. Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) . 4. Jaminan ( <i>Assurance</i> ). 5. Empati ( <i>Empathy</i> ).	Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner	Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, maka dapat diketahui bahwa Variabel dimensi kualitas pelayanan yang meliputi <i>reability</i> , <i>responsive</i> , <i>assurance</i> , <i>empathy</i> , dan <i>tangibles</i> yang merupakan variabel bebas dalam model regresi penelitian memiliki prosentase keberpengaruhannya yang cukup rendah yaitu sebesar 27,3% terhadap variabel terikat (Kepuasan konsumen)
			Indikator Kepuasan Konsumen : 1. Penyediaan layanan yang baik. 2. Karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan . 3. Karyawan memberikan perhatian individu.		

Sumber : Data Sekunder dari berbagai sumber internet dan kepustakaan

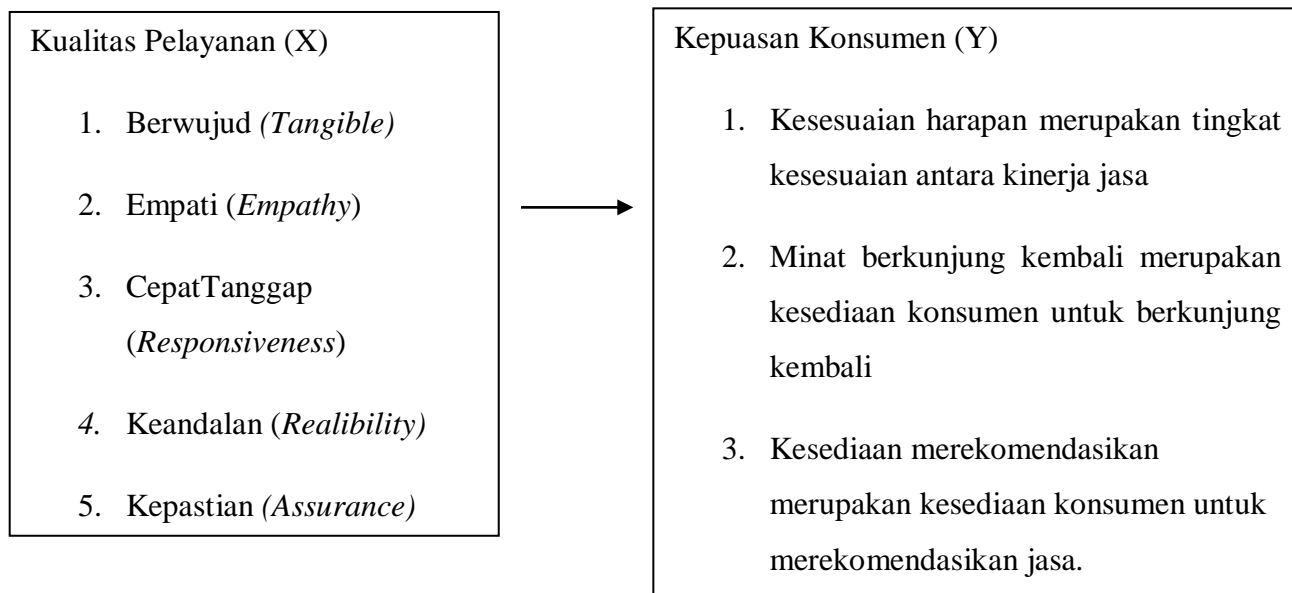
## 2.6. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian

Perusahaan yang berfokus pada perusahaan jasa steam mobil dan motor dapat mengetahui apa yang sangat dibutuhkan oleh para konsumen tersebut agar perusahaan lebih mampu memenangkan persaingan antar perusahaan sejenis, Industri otomotif menjadi sektor andalan ekonomi nasional negara. Maka dari itu, banyak jasa pencucian mobil yang berlomba-lomba untuk berinovasi serta menunjukkan usaha-usahanya tersebut. Banyak pakar yang mendefinisikan kepuasan konsumen berdasarkan persfektifnya masing-masing meskipun tidak terdapat suatu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan konsumen. Namun, pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan konsumen. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang. Menurut Wibowo (2017) ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang disebut dimensi SERVQUAL, yakni :

1. Bukti fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan adanya fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kepada jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
5. Empati (*Emphaty*), perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan.

Penelitian ini juga memiliki referensi utama dari penelitian terdahulu oleh Apriko Putra (2017) yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cucian mobil C3 (*Car care, car center*) Kota Pekanbaru, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen cucian mobil. Dimana penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa kepuasan konsumen cucian mobil di Pekanbaru dipengaruhi secara signifikan oleh masing-masing variabel kualitas pelayanan, fasilitas, serta kepuasan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut penulis ingin mengetahui kualitas pelayanan, Fasilitas yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih tempat cucian mobil dan motor. Penelitian beranggapan bahwa penelitian tentang analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen cucian mobil dan motor sangat diperlukan terutama dalam strategi pemasaran untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan cucian mobil dan motor .

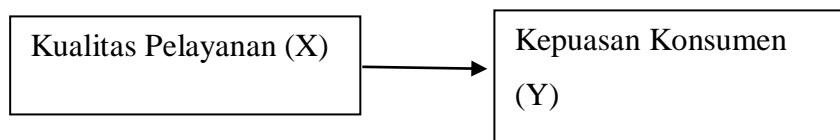


Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada umumnya diartikan sebagai jawaban (dugaan) sementara dari masalah suatu penelitian. Hipotesis hanya disusun dalam jenis penelitian inferensial, yakni jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji. Pengujian suatu hipotesis selalu melalui teknik analisis statistik inferensial, sedangkan penelitian deksriptif tidak memerlukan secara ekplisit rumusan hipotesis .

Berdasarkan hubungan antar variable yang terdapat dalam kerangka pemikiran, maka hipotesis dari peneliti tersaji dalam gambar berikut :



Gambar 2.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X) Secara bersama –sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hipotesis penelitian untuk gambar 2.2 adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1 : Variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh (negative)

Hipotesis 2 : Variabel kualitas pelayanan (X) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kualitas pelayanan

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif eksploratif dengan data kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah Deskriptif. menurut sugiyono (2018) penelitian deskriptif adalah adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

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

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X), dan kepuasan konsumen (Y) *Setam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok*.

Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah individual yang berasal dari respon setiap orang atau individu dalam hal ini yaitu para pengunjung yang menjadi konsumen pada *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok*.

Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yaitu di *Steam Car Wash Tulodo 88* yang berlokasi di jalan Raya Cilodong, Kota Depok. Jawa Barat, Depok, Indonesia.

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

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang merupakan data primer dan sekunder.

#### **a. Data Primer**

Pengumpulan data primer diperoleh dengan cara melakukan observasi, wawancara langsung dan melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada dan bukan peneliti yang melaksanakan studi akhir. Data ini diperoleh dari beberapa sumber seperti: catatan dokumentasi perusahaan analisis industri oleh media, internet, dan sebagainya.

### 3.4.Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel (dimensi)	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan	1. ( <i>Tangibles</i> ) <i>Bukti Fisik</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan terdapat area parkir yang luas</li> <li>2. Karyawan berpenampilan rapi dalam bekerja</li> <li>3. Lokasi steam car wash mudah ditemukan</li> <li>4. Terdapat alat kompresor, vacuum cleaner, dan mesin hidrolik yang sudah berstandar sni untuk di gunakan sebagai alat perlengkapan steam car wash</li> </ol>	Ordinal
	2. ( <i>Realibility</i> ) Kehandalan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan memiliki fasilitas yang modern dan lengkap</li> <li>2. Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir carwash pada saat anda membayar</li> <li>3. Karyawan carwash cekatan menangani kebutuhan konsumen</li> <li>4. Karyawan steam car wash Tulodo 88 Depok memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen</li> </ol>	Ordinal
	3. ( <i>Responsiveness</i> ) <i>Daya Tanggap</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Karyawan bersedia menerima keluhan dari pelanggan</li> <li>2. Karyawan tidak terlalu lama memproses pencucian mobil</li> <li>3. Karyawan carwash tidak membiarkan konsumen berdiri lama ketika tempat carwash penuh</li> </ol>	Ordinal
	4. ( <i>Assurance</i> ) <i>Jaminan</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Karyawan steam car wash bersikap jujur</li> <li>2. Keamanan barang-barang konsumen terjaga dengan baik</li> <li>3. Karyawan steam car wash memiliki pengetahuan dengan baik</li> <li>4. Karyawan steam car wash selalu memberikan pelayanan sesuai standar</li> <li>5. Adanya jaminan kerusakan dalam mencuci mobil</li> </ol>	Ordinal
	6. ( <i>Empathy</i> ) <i>Empati</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Karyawan steam car wash mampu berkomunikasi dengan baik</li> <li>2. Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani kasir</li> <li>3. Kesiediaan karyawan dalam menerima keluhan dan pengaduan</li> </ol>	Ordinal

Kepuasan Konsumen	1. Kesesuaian harapan	1. Mencapai tujuan yang diinginkan dengan mencuci mobil maupun motor ke <i>Steam Tulodo</i> . 2. Perusahaan mengutamakan kepuasan konsumen	Ordinal
	2. Minat berkunjung kembali	2. Rencana berkunjung kembali	Ordinal
	3. Kesiediaan merekomendasikan.	3. Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman dan keluarga.	Ordinal

### 3.5. Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* ialah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan populasi yang ingin diteliti. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode *slovin*, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian dengan tingkatan kesalahan (*margin error*) 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengembalian sampel yang dapat ditoleransi.

Berdasarkan data pengunjung pada tahun 2021, maka jumlah konsumen *Steam Mobil dan Motor Tulodo 88 Kota Depok* pada tahun 2021 yaitu sebesar 15.680.

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

$$n = \frac{15.680}{1 + 15.680(0,10)^2} = 99,4 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Maka jumlah sampel adalah 99 orang dibulatkan menjadi 100 orang konsumen *Tulodo 88 Kota Depok*.

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

#### 1. Data Primer

Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan metode :

##### a. Survei

Melakukan pengukuran menggunakan kuesioner kepada konsumen *steam car wash* Tulodo 88.

##### b. Wawancara

Wawancara pada penelitian ini dilakukan pada pemilik *steam car wash* Tulodo 88

##### c. Studi pustaka

Penelitian ini didapatkan dengan cara mengumpulkan data dengan mempelajari berbagai tulisan, buku dan skripsi yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber kedua yang dapat di peroleh melalui buku-buku, brosur dan artikel yang di dapat dari website yang berkaitan dengan penelitian ini. Data ini mendukung pembahasan dan penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang diperoleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian ini.

Penyebaran kuesioner tersebut akan diukur dengan menggunakan skala Likert Sugiyono (2018) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dan kemudian diberikan skor sebagai berikut.

Tabel 3. 2 Keterangan Skala Likert

Pernyataan Kuesioner	Bobot Nilai Kuesioner
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STJ)	1

Sumber: Sugiyono (2018)

### 3.7. Metode pengolahan/Analisis Data

#### 3.7.1. Uji Validitas

Menurut Sugiono (2017) menunjukkan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Peneliti menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$n$  = Banyaknya sampel

$\sum XY$  = Jumlah perkalian variabel x dan y

$\sum X$  = Jumlah nilai variabel x

$\sum Y$  = Jumlah nilai variabel y

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

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

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.0 *for windows* dengan kriteria berikut :

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
  2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
  3. Nilai  $r$  hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*
- a. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Ringkasan Hasil Uji Validitas			
No soal	rx	rtabel	Status
1	0,7486	0,361	Valid
2	0,4203	0,361	Valid
3	0,4135	0,361	Valid
4	0,4983	0,361	Valid
5	0,5126	0,361	Valid



6	0,4391	0,361	Valid
7	0,5022	0,361	Valid
8	0,4322	0,361	Valid
9	0,4926	0,361	Valid
10	0,4612	0,361	Valid
11	0,4604	0,361	Valid
12	0,4401	0,361	Valid
13	0,5316	0,361	Valid
14	0,422	0,361	Valid
15	0,6075	0,361	Valid
16	0,4521	0,361	Valid
17	0,3991	0,361	Valid
18	0,4655	0,361	Valid
19	0,4573	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas kualitas pelayanan (X1) diatas dengan menggunakan sampel  $n = 30$  maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variable kualitas pelayanan memiliki status valid karna rhitung  $> r_{tabel}$  (0,361)

#### b.Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

No soal	rx <sub>y</sub>	R <sub>tabel</sub>	status
1	0,704592	0,361	valid
2	0,364633	0,361	valid
3	0,603903	0,361	valid
4	0,702758	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas kepuasan konsumen (Y) diatas dengan menggunakan sampel  $n = 30$  maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variable kualitas pelayanan memiliki status valid karna rhitung  $> r_{tabel}$  (0,361)

### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reabilitas ini dilakukan pada responden sebanyak 100 orang. Uji reliabilitas dihitung dengan menggunakan *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$  atau 60 % yang menunjukkan instrumen yang digunakan *reliavle*. Rumus *Alpha* digunakan untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua dengan rumus sebagai berikut :

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

$r_{11} = (1-)$

Keterangan :

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas

$S_{si}$  = Jumlah varians skor tiap-tiap

$S_t$  = Varians total

$K$  = Banyaknya butir pertanyaan

a. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X) dengan 19 pertanyaan adalah sebagai berikut:

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.747	19

Sumber: Ouput SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada kualitas pelayanan (X) diatas menggunakan SPSS menunjukan bahwa sebanyak 19 pertanyaan dengan *Cronbach'Alpha* 0,747 yang berarti semua pertanyaan dinyatakan reliabel karena  $>0,361$ .

b. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

dengan 4 pertanyaan adalah sebagai berikut:

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.398	4

Sumber: Ouput SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada kepuasan Konsumen (Y) diatas menggunakan SPSS menunjukkan bahwa sebanyak 4 pertanyaan dengan *Cronbach'Alpha* 0,398 yang berarti semua pertanyaan dinyatakan rialibel karena  $>0,361$ .

### 3.7.3. Analisis Deskriptif

Pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2017) sebagai berikut: Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Pengolahan data akan dilakukan dengan aplikasi *Statistical Package For Social Sciences* (SPSS) versi 25.

Kemudian untuk mendapatkan hasil perhitungan tanggapan responden digunakan skala *likert* sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Hasil Perhitungan Tanggapan Responden

STT	TS	KS	S	SS
0%	20 %	40 %	60%	80% 100%

### 3.7.4. Uji Asumsi Klasik

Alat yang digunakan adalah uji asumsi klasik ini dimaksudkan agar variabel independen menjadi estimator atau variabel dependen tidak bias. Apabila tidak ada gejala asumsi klasik, yaitu normalitas, linieritas dan heteroskedastisitas dalam pengujian hipotesis dengan model yang digunakan, maka diharapkan dapat menghasilkan suatu model yang baik sehingga hasil analisisnya juga baik dan tidak bias.

### 3.7.5 Uji Regresi

Uji regresi adalah metode berfungsi untuk melihat adanya pengaruh antara dua atau lebih variabel. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi

linear sederhana untuk mengetahui terdapat atau tidak terdapat pengaruh dari Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen . Pada penelitian ini uji regresi linear sederhana dilakukan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26.

Berikut rumusan dari regresi linear sederhana:

$$Y = a + Bx$$

Keterangan:

a = Konstanta regresi

b = Koefisien regresi

Y = Kepuasan Konsumen

X = Kualitas Pelayanan

### 3.7.6 Uji Koefisien Determinasi

Setelah ( $r$ ) diketahui, maka untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen maka dapat menggunakan koefisien determinasi. Untuk menghitung koefisien determinasi adalah sebagai berikut Sugiyono (2017)

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

Dimana :

KD : Koefisien determinasi atau seberapa besar perubahan variabel terikat (pertimbangan tingkat materialitas).

$r^2$ : Koefisien regresi

### 3.7.7 Uji Hipotesis Koefisien Regresi

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image* dan untuk membuktikan apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau di tolak, maka perlu dilakukan uji hipotesis koefisien regresinya. Langkah-langkahnya.

a. Menentukan hipotesis statistik

Ho :  $\beta \leq 0$  : tidak berpengaruh positif terhadap brand image

Hi :  $\beta > 0$  : berpengaruh positif terhadap brand image.

b. Menentukan nilai  $t_{table}$

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

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

Keterangan :

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

$r^2$  = Koefisien determinasi

n = jumlah data

Dengan menggunakan uji satu arah maka kriteria hasil pengujiannya adalah:

1) Terima  $H_0$  dan tolak  $H_a$  jika nilai  $\leq$

Artinya *brand ambassador* tidak berpengaruh positif terhadap *brand image*

2) Tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$  jika nilai  $>$

Artinya *brand ambassador* berpengaruh positif terhadap *brand image*.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

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

##### **4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan**

Perusahaan jasa pencucian mobil Tulodo 88 Kota Depok adalah perusahaan milik perorangan yang bernama pak Sriyono dan bergerak dibidang jasa cucian mobil, *sporing and balancing*, dan juga perawatan atau salon mobil. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2018 yang beralamatkan di Jl. Raya Abdul Gani No.12, Kalbaru, Kec. Cilodong, Kota Depok, Jawa Barat. Perusahaan cucian mobil Tulodo 88 mempunyai kelengkapan peralatan yang sangat baik dan juga di dalam pencucian perusahaan Tulodo 88 mempunyai keunggulan yang sangat baik dibandingkan dengan perusahaan lain. Pada pencucian mobil perusahaan Tulodo 88 menggunakan bahan-bahan yang tidak bisa ditemukan dipasaran. Perusahaan memilih naha-bahan kasus yang berkualitas tinggi dan terjamin untuk ketahanan dan pengkilatan pada mobil.

##### **4.1.2. Kegiatan Usaha**

*Steam Car Wash* Tulodo 88 Kota Depok merupakan jasa pencucian mobil yang berfungsi memberikan pelayanan dengan cara melakukan perawatan pada mobil maupun motor. Pencucian mobil dan motor juga berguna agar para pengendara nyaman dalam menggunakannya.

##### **4.1.3. Tujuan Perusahaan**

1. Memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen
2. Memberikan kepuasan mekasimal terhadap konsumen
3. Memanfaatkan teknologi informasi yang semakin pesat dengan mengkombinasikan terhadap pelayanan jasa cuci mobil.

##### **4.1.4. Visi dan Misi**

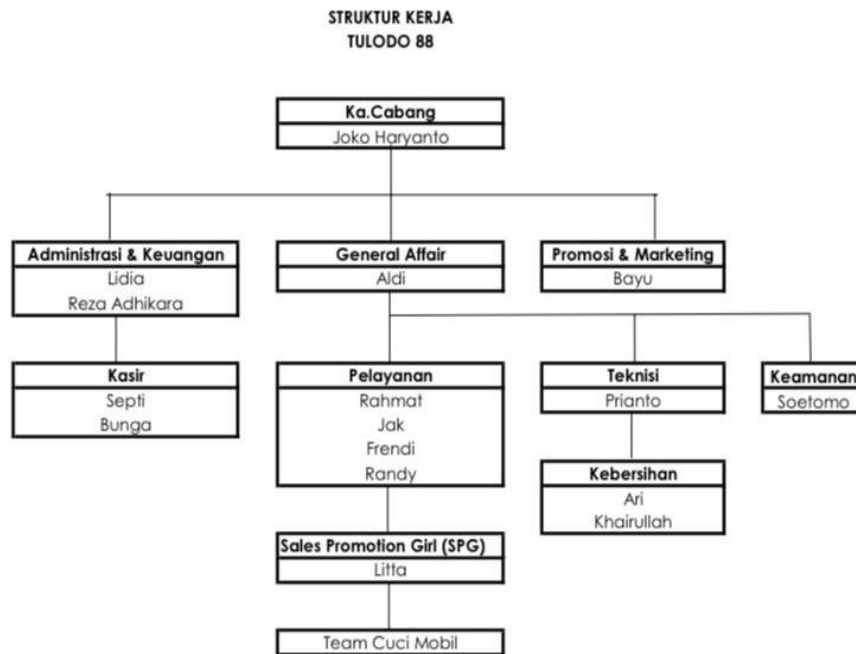
Visi : Menjadikan *steam car wash* yang kompetitif dan unggul

Misi : Memuaskan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, organisasi yang kuat fokus, dinamis, serta memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

##### **4.1.5. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan

diinginkan struktur organisasi *Steam Car Wash Tulodo 88* Kota Depok dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi *Steam* Tulodo 88

Sumber: Data Sekunder *Steam* Tulodo 88 (2022)

Setiap bagian memiliki tanggung jawab dan tugas sebagai berikut :

#### 1. Kepala Cabang

Fungsi Kepala Cabang adalah pemegang kekuasaan tertinggi di perusahaan yang bertanggung jawab atas semua kegiatan perusahaan di PT. Maskapai Pelayaran Pulau Laut cabang merangkap sebagai kepal marketing. Tugas-tugas kepala cabang diantaranya :

- a. Membuat rencana kegiatan untuk perusahaan yang di pimpin.
- b. Bertanggung jawab atas segala aktivitas yang berkaitan dengan perusahaan yang di pimpin.
- c. *Monitoring* segala kegiatan kapal yang di ageni.
- d. Bertanggung jawab terhadap kesejahteraan karyawan.
- e. Menjaga hubungan yang baik terhadap *Principal*, *General Agent* dan instansi pemerintah.
- f. Menandatangani dokumen-dokumen penting seperti *Notice Of Readiness* (NOR), *Letter Of Authorisation*, *Bill Of Lading* (B/L) dan Kwitansi.

## 2. Administrasi dan Keuangan

Terdapat beberapa fungsi administrasi keuangan dalam sebuah perusahaan, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

### a. *Investment Function*

Dalam hal ini, administrasi keuangan berfungsi sebagai suatu wadah yang digunakan untuk menyimpan debit ataupun dana perusahaan yang nantinya bisa digunakan untuk kebutuhan perusahaan. Terdapat dua investasi yang ada dalam administrasi keuangan yaitu:

1. *Long Term Investment*, merupakan aset tertinggi perusahaan yang digunakan untuk keperluan perusahaan di masa yang akan datang, seperti tanah, alat produksi, kas, dan sebagainya.
2. *Short Term Investment*, merupakan aset perusahaan yang memiliki nilai rendah sehingga nilainya bisa habis lebih cepat, seperti utang-piutang, persediaan, kas, dan sebagainya.

### b. *Shopping Function*

Fungsi administrasi keuangan pada poin ini menandakan bahwa administrasi keuangan diberikan kepercayaan untuk melakukan pembelanjaan atau debit dari suatu perusahaan yang berguna untuk kebutuhan perusahaan. Dalam hal ini, staff administrasi keuangan bisa membelanjakan dana perusahaan dengan sebijak-bijaknya.

### c. *Profit Sharing Function*

Administrasi keuangan akan diberikan kepercayaan untuk membuat serta menentukan aturan di dalam urusan pembagian keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan.

### d. *Fundraising Function*

Pada umumnya, fungsi yang dimaksud pada poin ini adalah menyediakan dana untuk perusahaan, sehingga perusahaan mampu memenuhi kebutuhannya. Hal ini bisa diartikan sebagai mencari investor ataupun sponsor untuk perusahaan.

Tugas-Tugas Adminisrasi dan Keuangan adalah:

- a. Menciptakan rencana keuangan.
- b. Membuat laporan keuangan.
- c. Menelola uang tunai.
- d. Mengelola kredit atau pinjaman.



### 3. *General Affair*

*General Affair* adalah merupakan posisi dalam suatu perusahaan yang umumnya berada di bawah pimpinan divisi umum atau kepala operasional.

Tugas *General Affair* adalah sebagai Berikut :

- a. Bertanggung jawab pada pennaadaan barang.
- b. Bertanggung jawab pada pemaaraan dan pembelian rutin.
- c. Memastikan pembayaran tenaga kerja harian sesuai peraturan.
- d. Bertugas untuk pemeliharaan aset.
- e. Renovasi dan pembukaan kantor cabang.

### 4. Promosi dan *Marketing*

- a. *Marketing Sales*. Tugas utama seorang marketing adalah menghasilkan sales atau penjualan dari produk yang dimiliki oleh perusahaan.
- b. *Marketing Promosi*. *Marketing* memiliki tugas untuk megenalkan sebuah produk kepada masyarakat luas agar produk yang dimiliki perusahaan bisa dikenal.
- c. *Marketing Riset* dan Pengembangan bertugas untuk mencari informasi dari sebuah produk yang sudah ada mengenai kelebihan dan kekurangannya.
- d. *Marketing Communication* bertugas untuk membuat hubungan yang baik antara perusahaan denan konsumen.

### 5. Kasir

Staff kasir merupakan tempat terjadinya transaksi akhir, atau *point of sales* (POS). Setelah pelanggan, biasanya pada toko ritel seperti *supermarket* atau *department store*, memilih produk-produk yang mau dibelinya, mereka akan melakukan *check out* dan pembayaran. Kasir merupakan pemberhentian terakhir para pelanggan sekaligus kesempatan terakhir pihak *retail* untuk melakukan penjualan. Biasanya, pada *minimarket*, produk yang lumayan sering dikonsumsi seperti permen, cokelat, rokok akan ditempatkan di dekat kasir.

Tugas Kasir adalah sebagai berikut :

- a. Memahami kebijakan toko
- b. Mempelajari *point of sales*
- c. Menerapkan penggunaan *point of sales*
- d. Meningkatkan penjualan
- e. Menjalani komunikasi dengan *Customer*
- f. Mengaplikasikan *skill sales*

## 6. Pelayanan

Staff pelayanan umum bekerja dibawah arahan *office manager* dengan tugas secara khusus melakukan tata laksana persuratan dan melakukan pemeliharaan dan perbaikan sarana kantor, dan memastikan ketersediaan kebutuhan kantor, serta pengamanan fasilitas kantor dan *asset* kantor.

## 7. Teknisi

Mekanik atau teknisi adalah seseorang yang menguasai dan memahami bidang teknologi tertentu. Seorang mekanik merupakan orang pertama yang dihubungi saat terjadi kerusakan untuk dianalisa dan dilakukan perbaikan.

Tugas seorang Teknisi adalah sebagai berikut :

- a. Membantu teknisi mesin dengan desain dan tugas perawatan.
- b. Memasang dan melakukan tes diagnosa pada sistem mekanik.
- c. Mengembangkan dan menerapkan rencana perawatan mekanis untuk mencegah kerusakan peralatan yang mahal.
- d. Memecahkan masalah kerusakan dan melakukan perbaikan.
- e. Mendokumentasikan proses dan melakukan pencatatan servis mekanis.
- f. Memantau ketersediaan suku cadang dan mengisi kembali persediaan.
- g. Mengoptimalkan efisiensi mekanis dengan menyesuaikan pengaturan mesin dan peralatan.
- h. Melatih rekan kerja tentang penggunaan mesin dan peralatan mekanis yang aman dan efisien.
- i. Menjaga lingkungan kerja yang rapi dan mematuhi peraturan industri.

## 8. Keamanan dan Kebersihan

### a) Fungsi Satuan Pengamanan (*Security Guard*)

Melindungi dan mengayomi lingkungan/tempat kerjanya dari setiap gangguan keamanan, serta menegakkan peraturan dan tata tertib yang berlaku di lingkungan kerjanya.

### b) Tugas umum Satuan Pengamanan (*Security Guard*)

- a. Tugas pokok yaitu menyelenggarakan keamanan dan ketertiban di lingkungan obyek pengamanan khususnya pengamanan fisik yang bersifat preventif.
- b. Mengamankan suatu aset, instansi, proyek, bangunan, properti atau tempat dan melakukan pemantauan peralatan, pengawasan, pemeriksaan dan jalur akses, untuk memastikan keamanan dan mencegah kerugian atau kerusakan yang disengaja.
- c. Melakukan tindakan preventif keamanan.

- d. Kontrol lalu lintas dengan mengarahkan *driver*.
- e. Melengkapi laporan dengan mencatat pengamatan, informasi, kejadian, dan kegiatan pengawasan.
- f. Mempertahankan lingkungan dengan memantau dan pengaturan bangunan dan kontrol peralatan.
- g. Menjaga stabilitas dan reputasi organisasi dengan memenuhi persyaratan hukum.
- h. Memastikan pengoperasian peralatan dengan melengkapi persyaratan pemeliharaan preventif; mengikuti instruksi, mengevaluasi peralatan baru dan teknik.
- i. Kontribusi untuk tim upaya mencapai hasil terkait yang diperlukan.
- j. Mencegah dan deteksi dini penyusup, kegiatan atau orang yang masuk secara tak sah, vandalisme atau penerobos/peloncat pagar di wilayah kuasa tempat perusahaan (*teritoir gebied/ruimte gebied*).
- k. Mencegah dan deteksi dini pencurian, kehilangan, penyalahgunaan atau penggelapan perkakas, mesin, komputer, peralatan, sediaan barang, uang, obligasi, saham, catatan atau dokumen atau surat-surat berharga milik perusahaan.
- l. Melindungi (pengawalan) terhadap bahaya fisik (orang dan barang yang menjadi aset milik perusahaan atau perorangan)
- m. Melakukan kontrol/pengendalian, pengaturan lalu lintas (orang, kendaraan dan barang) untuk menjamin perlindungan aset perusahaan
- n. Melakukan upaya kepatuhan, penegakan tata tertib dan menerapkan kebijakan perusahaan, peraturan kerja dan praktik-praktik dalam rangka pencegahan tindak kejahatan

Tugas petugas kebersihan adalah sebagai berikut:

- a. Mengatur dan mengkoordinasikan dengan *supervisor cleaning service* rekanan
- b. Melakukan pengecekan kebersihan gedung, halaman, jalan dan taman.
- c. Melakukan pengecekan toilet seluruh area.
- d. Melakukan perbaikan kerusakan-kerusakan bersala kecil.
- e. Menyediakan air minum untuk perkantoran.
- f. Melakukan tugas insidental dan periodik.
- g. Membuat laporan kinerja *cleaning service* sebagai evaluasi secara periodik.

## 4.2.Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran mengenai responden yang menjadi subjek penelitian. Data responden yang telah didapatkan akan diproses untuk dilakukan perhitungan dengan menggunakan statistik deskriptif. Deskripsi karakteristik dari responden meliputi :

### 4.2.1.Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

#### Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki Laki	70	70.0
Perempuan	30	30.0
Total	100	100.0

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa jenis kelamin responden terdiri dari 70 responden (70%) Laki-Laki dan 30 responden (30%) wanita. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* lebih banyak berjenis Laki-Laki.

### 4.2.2. Usia

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
18-20 Tahun	13	13.0
21-26 Tahun	19	19.0
27-35 Tahun	31	31.0
36-45 Tahun	18	18.0
46-50 Tahun	14	14.0
>> 55 Tahun	5	5.0
Total	100	

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar adalah 31 responden (31,0%) yang berusia 27-35 tahun, kemudian diikuti oleh responden berusia 21-26 tahun sebanyak 19 responden (19,0%). 18 responden (18,0%) yang berusia 36-45 tahun, dan usia 46-50 tahun yang terdiri dari 14

responden (14%). Sedangkan, usia 18-20 tahun adalah 13 responden (13%), dan dengan jumlah Persentase terkecil dengan (5%) berusia >55 tahun. Dari Persentase tersebut terlihat bahwa pelanggan di *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* dominan berusia 27-35 Tahun.

#### 4.2.3. Pekerjaan

Tabel 4.3 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar / Mahasiswa	13	13.0
Karyawan Swasta	39	39.0
BUMN	17	17.0
PNS	8	8.0
Lainnya	23	23.0
Total	100	100.0

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah terbesar konsumen adalah yang bekerja sebagai pegawai karyawan swasta 39 responden (39%), dan (23%) adalah status pekerjaan lainnya, di ikuti dengan 17 responden (17%) yang bekerja sebagai BUMN 13 responden (13%) sebagai pelajar/mahasiswa, dan 8 responden (8%) bekerja sebagai PNS. Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan responden pada *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* yang paling dominan adalah pegawai karyawan swasta.

#### 4.2.4. Pendapatan Responden

Tabel 4.4 Pendapatan Responden *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok*

Pendapatan Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
<Rp.3.000.000	20	20.0
Rp.3.000.000 - 5.000.000	38	38.0
Rp.5.000.000 - 7.000.000	30	30.0
Rp.7.000.000 - 9.000.000	7	7.0
>Rp.9.000.000	5	5.0
Total	100	100.0

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden yang berpendapatan paling tinggi adalah 38 responden (38%) dengan penapatan sebesar Rp.3.000.000 s/d Rp.5.000.000 perbulan dan diikuti 30 responden (30%) dengan Rp.5.000.000 s/d Rp.7.000.000 perbulan. Kemudian, diikuti 20 responden (20%) dengan < Rp.3.000.000 per bulan. Berpendapatan Rp.7.000.000 s/d Rp.9.000.000 perbulan dengan 7 responden (7%) dan jumlah responden yang paling kecil yaitu berpendapatan sebesar > Rp.9.000.000 (5%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ada pada *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* pendapatan terbesar adalah Rp.3.000.000 s/d Rp.5.000.000.

#### 4.3. Analisis Data

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Peneliti menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$n$  = Banyaknya sampel

$\sum XY$  = Jumlah perkalian variabel x dan y

$\sum X$  = Jumlah nilai variabel x

$\sum Y$  = Jumlah nilai variabel y

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

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

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.0 *for windows* dengan kriteria berikut :

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
3. Nilai  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*

#### 4.4. Analisis Deskriptif

##### 4.5.1. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

###### 1. Bukti Fisik

Tabel 4.5 Tanggapan responden mengenai “Perusahaan terdapat area parkir yang luas”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	1	1.0	2
Kurang Setuju	3	25	25.0	75
Setuju	4	55	55.0	220
Sangat Setuju	5	19	19.0	95
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.0	0
Total		100	100.0	392

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 55% atau 55 orang responden menyatakan setuju, 19% atau 99 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 25% atau 25 responden yang menyatakan kurang setuju, dan 1% atau 1 responden menyatakan tidak setuju, 1% atau 1 responden yang menyatakan tidak setuju terhadap pertanyaan “Perusahaan terdapat area parkir yang luas” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 392 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{392}{5} \times 100\% = 78,4\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 78,4%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* cukup baik.

Tabel 4.6 Tanggapan responden mengenai “Karyawan berpenampilan rapi dalam bekerja”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	1	1.0	2
Kurang Setuju	3	11	11.0	33
Setuju	4	42	42.0	168
Sangat Setuju	5	46	46.0	240
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.0	0
Total		100	100.0	443

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 46% atau 46 orang responden menyatakan sangat setuju, 42% atau 42 orang responden yang menyatakan setuju, 11% atau 11 responden yang menyatakan kurang setuju, dan 1% atau 1 responden menyatakan kurang ssetuju, 1% atau 1 responden yang menyatakan tidak setuju terhadap pertanyaan “Karyawan berpenampilan rapi dalam bekerja ” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 443 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{443}{5} \times 100\% = 88,6 \%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 88,6%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* sangat baik.

Tabel 4.7 Tanggapan responden mengenai “Lokasi Steam car wash mudah di temukan”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	0	0.0	0
Kurang Setuju	3	24	24.0	72
Setuju	4	54	54.0	216
Sangat Setuju	5	22	22.0	110
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			100.0	398

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 54% atau 54 orang responden menyatakan setuju, 24% atau 24 orang responden yang menyatakan kurang setuju, 22% atau 22 responden yang menyatakan sangat setuju terhadap pertanyaan “Lokasi *steam car wash* mudah di temukan” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 398 dibagi dengan skor tertinggi dikalian jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{398}{5} \times 100\% = 79,6 \%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 79,6%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* baik.



Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai “Terdapat alat kompresor, *vacuum cleaner*, dan mesin hidrolik yang sudah berstandar sni untuk di gunakan sebagai alat perlengkapan *steam cuci car wash*”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	0	0.0	0
Kurang Setuju	3	16	16.0	48
Setuju	4	45	45.0	180
Sangat Setuju	5	39	39.0	195
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			100.0	423

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 45% atau 45 orang responden menyatakan setuju, 39% atau 39 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 16% atau 16 responden yang menyatakan kurang setuju terhadap pertanyaan “Terdapat alat kompresor, *vacuum cleaner*, dan mesin hidrolik yang sudah berstandar sni untuk di gunakan sebagai alat perlengkapan *steam cuci car wash*” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 423 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{423}{5} \times 100\% = 84,6\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 84,6%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tanggapan responden mengenai “Terdapat Tempat *Steam Car Wash* Tulodo 88 Depok dalam kondisi sangat baik dan bersih yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash* Tulodo 88 Kota Depok setuju dan karyawan-nya bersikap sopan santun.

## 2.Keandalan

Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai “Perusahaan memiliki fasilitas yang modern dan lengkap.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	0	0.0	0
Kurang Setuju	3	18	18.0	54
Setuju	4	51	51.0	204
Sangat Setuju	5	31	31.0	155
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	413

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 51% atau 51 orang responden menyatakan setuju, 31% atau 31 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 18% atau 18 responden yang menyatakan kurang setuju terhadap pertanyaan “Perusahaan memiliki fasilitas yang modern dan lengkap” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 413 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{413}{5} \times 100\% = 82,6\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 82,6%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mengenai “Perusahaan memiliki fasilitas yang modern dan lengkap” yang diberikan kepada konsumen steam car wash tulodo 88 Kota Depok dinyatakan sangat baik .

Tabel 4.10 Tanggapan responden mengenai “Karyawan *carwash* cekatan menangani kebutuhan konsumen.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	4	4.0	8
Kurang Setuju	3	17	17.0	51
Setuju	4	56	56.0	224
Sangat Setuju	5	23	23.0	115
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	398

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 56% atau 56 orang responden menyatakan setuju, 23% atau 23 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 17% atau 17 responden yang menyatakan kurang setuju dan 4% atau 4 responden menyatakan tidak setuju terhadap pertanyaan “Di dalam melakukan pencucian mobil semua karyawan melayani pelanggan dengan baik” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 398 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{398}{5} \times 100\% = 79,6\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 79,6%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mengenai “Karyawan *car wash* cekatan menangani kebutuhan konsumen” yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* dinyatakan dengan baik.

Tabel 4.11 Tanggapan responden mengenai “Karyawan *Steam Car Wash Tulodo 88 Depok* memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	5	5.0	10
Kurang Setuju	3	19	19.0	57
Setuju	4	52	52.0	208
Sangat Setuju	5	24	24.0	120
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	395

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 52% atau 52 orang responden menyatakan setuju, 24% atau 24 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 19% atau 19 responden yang menyatakan kurang setuju dan 4% atau 4 responden menyatakan kurang setuju terhadap pertanyaan “Karyawan *Steam Car Wash Tulodo 88 Depok* memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 395 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{395}{5} \times 100\% = 79\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 79%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mengenai pertanyaan “Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir *car wash* pada saat anda membayar” yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* dinyatakan dengan baik.

Tabel 4.12 Tanggapan responden mengenai “Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir *car wash* pada saat anda membayar.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	1	1.0	2
Kurang Setuju	3	21	21.0	63
Setuju	4	53	53.0	212
Sangat Setuju	5	25	25.0	125
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	402

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 53% atau 53 orang responden menyatakan

setuju, 25% atau 25 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 21% atau 21 responden yang menyatakan kurang setuju dan 4% atau 4 responden menyatakan kurang setujuan tidak setuju 1% atau 1 responden. terhadap pertanyaan “Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir *car wash* pada saat anda membayar.” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 402 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{402}{5} \times 100\% = 80,4\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 80,4%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mengenai “Kecepatan melayani konsumen” dinyatakan sangat baik.

### 3. Daya Tanggap

Tabel 4.13 Tanggapan responden mengenai “Karyawan selalu bersedia menerima setiap keluhan dari pelanggan.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	1	1.0	2
Kurang Setuju	3	17	17.0	51
Setuju	4	54	54.0	216
Sangat Setuju	5	28	28.0	140
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	409

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 54% atau 54 orang responden menyatakan setuju, 28% atau 28 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 17% atau 17 responden yang menyatakan kurang setuju dan 1% atau 1 responden menyatakan tidak. terhadap pertanyaan “Karyawan selalu bersedia menerima setiap keluhan dari pelanggan” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 409 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{409}{5} \times 100\% = 81,8\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 81,84%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mengenai “Karyawan selalu bersedia menerima setiap keluhan dari pelanggan” sangat bersedia menerima keluhan dari pelanggan. Sangat baik

Tabel 4.14 Tanggapan responden mengenai “Karyawan tidak terlalu lama memproses pencucian mobil.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	2	2.0	4
Kurang Setuju	3	22	22.0	66
Setuju	4	44	44.0	176
Sangat Setuju	5	32	32.0	160
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	406

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 44% atau 44 orang responden menyatakan setuju, 32% atau 32 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 22% atau 22 responden yang menyatakan kurang setuju dan 2% atau 2 responden menyatakan tidak setuju. terhadap pertanyaan “Karyawan tidak terlalu lama memproses pencucian mobil” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 406 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{406}{5} \times 100\% = 81,2\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 81,2%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mengenai “Konsumen tidak terlalu lama menunggu proses pencucian mobil” sangat baik.

Tabel 4.15 Tanggapan responden mengenai “Karyawan carwash tidak membiarkan konsumen berdiri lama ketika tempat carwash penuh.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	0	0	0
Kurang Setuju	3	7	7.0	21
Setuju	4	32	32.0	128
Sangat Setuju	5	61	61.0	305
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	454

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 61% atau 61 orang responden menyatakan sangat setuju, 32% atau 32 orang responden yang menyatakan setuju, 22% atau 22 responden yang menyatakan kurang setuju dan 7% atau 7 responden menyatakan tidak setuju. terhadap pertanyaan “Karyawan *car wash* tidak membiarkan konsumen berdiri lama ketika tempat *car wash* penuh” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 454 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{454}{5} \times 100\% = 90,8\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 90,8%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mengenai “Cepat tanggap dalam menangani keluhan konsumen dan berusaha memberikan solusi terhadap keluhannya” sangat baik dalam menangani keluhan konsumen .

#### 4. Jaminan

Tabel 4.16 Tanggapan responden mengenai “Karyawan *steam car wash* bersikap jujur dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	1	1.0	2
Kurang Setuju	3	15	15.0	45
Setuju	4	38	38.0	152
Sangat Setuju	5	46	46.0	240
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	439

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 46% atau 46 orang responden menyatakan sangat setuju, 38% atau 38 orang responden yang menyatakan setuju, 15% atau 15 responden yang menyatakan kurang setuju dan 1% atau 1 responden menyatakan tidak setuju. terhadap pertanyaan “Karyawan *steam car wash* bersikap jujur dalam memberikan pelayanan kepada konsumen” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 439 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{439}{5} \times 100\% = 87,8\%$$

Dari Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 87,8%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mengenai “Karyawan *steam car wash* bersikap jujur dalam memberikan pelayanan kepada konsumen”. Sehingga sangat baik dalam memberikan pelayanan-nya.

Tabel 4.17 Tanggapan responden mengenai “Keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	0	0	0
Kurang Setuju	3	16.0	16.0	48
Setuju	4	36.0	36.0	144
Sangat Setuju	5	48.0	48.0	240
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	432

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.21 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 48% atau 48 orang responden menyatakan sangat setuju, 36% atau 36 orang responden yang menyatakan setuju, 16% atau 16 responden yang menyatakan kurang setuju. terhadap pertanyaan “Keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 432 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{432}{5} \times 100\% = 86,4\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 86,4%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan Keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian yang diberikan kepada konsumen *steam car wash* tulodo 88 Kota Depok sangat baik.

Tabel 4.18 Tanggapan responden mengenai “Karyawan *steam car wash* memiliki pengetahuan dalam menjalankan pekerjaannya.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	0	0	0
Kurang Setuju	3	10	10.0	30
Setuju	4	41	41.0	164
Sangat Setuju	5	49	49.0	245
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	439

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.22 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 49% atau 49 orang responden menyatakan sangat setuju, 41% atau 41 orang responden yang menyatakan setuju, 10% atau 16 responden yang menyatakan kurang setuju. terhadap pertanyaan “Karyawan *steam car wash* memiliki pengetahuan dalam menjalankan pekerjaannya” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 439 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{439}{5} \times 100\% = 87,8\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 87,8%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* sangat baik.

Tabel 4.19 Tanggapan responden mengenai “Karyawan *steam car wash* selalu memberikan pelayanan sesuai standar atau lebih dari standar.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak Setuju	2	1	1	2
Kurang Setuju	3	15	15	45
Setuju	4	62	62	248
Sangat Setuju	5	22	22	110
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	405

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.23 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 62% atau 62 orang responden menyatakan setuju, 22% atau 22 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 15% atau 15



responden yang menyatakan kurang setuju. terhadap pertanyaan dan 1% atau 1 orang responden menyatakan tidak setuju. Terhadap “Karyawan steam car wash selalu memberikan pelayanan sesuai standar atau lebih dari standar” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 405 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{405}{5} \times 100\% = 81\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 81%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* sangat baik.

Tabel 4.20 Tanggapan responden mengenai “Adanya jaminan kerusakan dalam mencuci mobil.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak setuju	2	4	4.0	8
Kurang setuju	3	11	11.0	33
Setuju	4	64	64.0	256
Sangat setuju	5	21	21.0	105
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	402

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 64% atau 64 orang responden menyatakan setuju, 21% atau 21 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 11% atau 11 responden yang menyatakan kurang setuju. terhadap pertanyaan dan 4% atau 4 orang responden menyatakan tidak setuju. Terhadap “Adanya jaminan kerusakan dalam mencuci mobil” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 402 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{402}{5} \times 100\% = 80,4\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 80,4%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* sangat baik.

## 5. Empati

Tabel 4.21 Tanggapan responden mengenai “Karyawan *steam car wash* mampu berkomunikasi dengan baik.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak setuju	2	1	1.0	2
Kurang setuju	3	22	22.0	66
Setuju	4	51	51.0	204
Sangat setuju	5	26	26.0	130
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	402

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.25 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 51% atau 51 orang responden menyatakan setuju, 26% atau 26 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 22% atau 22 responden yang menyatakan kurang setuju. terhadap pertanyaan dan 1% atau 1 orang responden menyatakan tidak setuju. Terhadap “Karyawan *steam car wash* mampu berkomunikasi dengan baik” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 402 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{402}{5} \times 100\% = 80,4\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 80,4%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan Keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian yang diberikan kepada konsumen *steam car wash* tulodo 88 Kota Depok sangat baik.

Tabel 4.22 Tanggapan responden mengenai “Keramahan dan kesopanan karyawan dalam pelayanan kasir.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak setuju	2	1	1.0	2
Kurang setuju	3	21	21.0	63
Setuju	4	46	46.0	184
Sangat setuju	5	32	32.0	160
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	409

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.26 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 46% atau 46 orang responden menyatakan setuju, 32% atau 32 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 21% atau 21 responden yang menyatakan kurang setuju. terhadap pertanyaan dan 1% atau 1 orang responden menyatakan tidak setuju. Terhadap “Karyawan *steam car wash* mampu berkomunikasi dengan baik” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 409 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{409}{5} \times 100\% = 81,8\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 81,8%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* sangat baik.

Tabel 4.23 Tanggapan responden mengenai “Ketersediaan karyawan dalam menerima keluhan dan pengaduan.”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak setuju	2	0	0	0
Kurang setuju	3	11	11.0	33
Setuju	4	49	49.0	196
Sangat setuju	5	40	40.0	200
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	429

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.27 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi. Dapat dilihat 49% atau 49 orang responden menyatakan setuju, 49% atau 49 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 11% atau 11 responden yang menyatakan kurang setuju. terhadap pertanyaan “Ketersediaan karyawan dalam menerima keluhan dan pengaduan” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 429 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{429}{5} \times 100\% = 85,8\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 85,8%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* sangat baik.

Tabel 4.24 Rekapitulasi dan Rata-rata Nilai Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X)

No	Pertanyaan	Skor Total	
<b>Bukti Fisik</b>			
1	Perusahaan terdapat area parkir yang luas	75,60%	80,13%
2	Karyawan berpenampilan rapi dalam bekerja	82,20%	
3	Lokasi Steam Car Wash mudah di temukan	78,4%	
4	Terdapat alat kompresor, <i>vacuum cleaner</i> , dan mesin hidrolik yang sudah berstandar sni untuk di gunakan sebagai alat perlengkapan <i>steam</i> cuci <i>car wash</i>	82,6%	
<b>Kehandalan</b>			
5	Perusahaan memiliki fasilitas yang modern dan lengkap	82,6%	80,4%
6	Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir <i>car wash</i> pada saat anda membayar	79,6%	
7	Karyawan <i>car wash</i> cekatan menangani kebutuhan konsumen	79%	
8	Karyawan <i>Steam Car Wash</i> Tulodo 88 Depok Memberikan Pelayanan Terbaik Kepada Konsumen	80,4%	
<b>Daya Tanggap</b>			
9	Karyawan selalu bersedia menerima setiap keluhan dari pelanggan	81,8%	84,6%
10	Karyawan tidak terlalu lama memproses pencucian mobil konsumen	81,2%	
11	Karyawan <i>car wash</i> tidak membiarkan konsumen berdiri lama ketika tempat <i>car wash</i> penuh.	90,8%	
<b>Jaminan</b>			
12	Karyawan <i>steam car wash</i> bersikap jujur dalam memberikan pelayanan kepada konsumen	87,8%	84,68%
13	Keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian	86,4%	
14	Karyawan <i>steam car wash</i> memiliki pengetahuan dalam menjalankan pekerjaannya	87,8%	
15	Karyawan <i>steam car wash</i> selalu memberikan pelayanan sesuai standar atau lebih dari standar	81%	
16	Adanya jaminan kerusakan dalam mencuci mobil	80,4%	
<b>Empati</b>			
17	Karyawan <i>steam car wash</i> mampu berkomunikasi dengan baik	80,4%	82,6%
18	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam pelayanan kasir	81,8%	
19	Kesediaan karyawan dalam menerima keluhan dan pengaduan	85,8%	
Rata –Rata		82,48%	Sangat Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel rata-rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan yaitu sebesar 82,48%. Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (80%-100%) sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan Steam car wash Tulodo 88 Kota Depok Sangat baik sehingga tanggapan paling besar nilainya adalah indikator minat referensial dengan persentase 90,8%. Sedangkan, nilai rata-rata responden paling terkecil adalah indikator minat eksploratif dengan persentase 75,60%

#### 4.5.2. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan pada variabel kepuasan konsumen diberi 4 pertanyaan yang mencerminkan indikator minat beli. Pada variabel ini diajukan pernyataan kepada responden dengan frekuensi berikut:

##### 1. Kesesuaian Harapan

Tabel 4.25 Tanggapan responden mengenai “Karyawan *Steam Car Wash Tulodo 88 Depok* memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak setuju	2	0	0	0
Kurang setuju	3	14	14.0	42
Setuju	4	47	47.0	188
Sangat setuju	5	39	39.0	195
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	425

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.29 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 47% atau 47 orang responden menyatakan setuju, 39% atau 39 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 14% atau 14 responden yang menyatakan kurang setuju. terhadap pertanyaan “Karyawan *Steam Car Wash Tulodo 88 Depok* memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 425 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{425}{5} \times 100\% = 85\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 85%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian yang diberikan kepada konsumen *Steam Car Wash Tulodo 88 Kota Depok* sangat baik.

Tabel 4.26 Tanggapan responden mengenai “Perusahaan mengutamakan kepuasan konsumen”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak setuju	2	2	2.0	4
Kurang setuju	3	10	10.0	30
Setuju	4	46	46.0	184
Sangat setuju	5	42	42.0	210
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	428

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.30 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 46% atau 46 orang responden menyatakan setuju, 42% atau 42 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 10% atau 10 responden yang menyatakan kurang setuju terhadap pertanyaan “Perusahaan mengutamakan kepuasan konsumen” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 428 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{428}{5} \times 100\% = 85,6\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 85,6%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian yang diberikan kepada konsumen steam car wash tulodo 88 Kota Depok sangat baik.

## 2. Minat Berkunjung Kembali

Tabel 4.27 Tanggapan responden mengenai “Anda mempunyai minat untuk berkunjung kembali”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak setuju	2	2	2.0	4
Kurang setuju	3	17	17.0	51
Setuju	4	37	37.0	148
Sangat setuju	5	44	44.0	220
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	423

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.31 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 44% atau 44 orang responden menyatakan

sangat setuju, 37% atau 37 orang responden yang menyatakan setuju, 17% atau 17 responden yang menyatakan kurang setuju. dan 2% atau 2 orang responden dinyatakan tidak setuju terhadap pertanyaan “Perusahaan mengutamakan kepuasan konsumen” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 423 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{423}{5} \times 100\% = 84,6\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 84,6%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai minat konsumen untuk berkunjung kembali dinyatakan sangat baik.

### 3. Ketersediaan Untuk Merekomendasikan

Tabel 4.28 Tanggapan responden mengenai “Anda cenderung akan merekomendasikan kepada kerabat atau keluarga”

Keterangan	Skor	Jumlah responden	Persentase	Skor Total
Tidak setuju	2	3	3.0	6
Kurang setuju	3	14	14.0	42
Setuju	4	42	42.0	168
Sangat setuju	5	41	41.0	205
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100.0	421

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.33 dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 42% atau 42 orang responden menyatakan setuju, 41% atau 41 orang responden yang menyatakan sangat setuju, 14% atau 14 responden yang menyatakan kurang setuju. dan 3% atau 3 orang responden dinyatakan tidak setuju terhadap pertanyaan “Perusahaan mengutamakan kepuasan konsumen” total tanggapan jawaban responden didapatkan dari hasil jumlah skor total 421 dibagi dengan skor tertinggi dikali jumlah responden, maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{421}{5} \times 100\% = 84,2\%$$

Hasil total tanggapan responden yaitu sebesar 84,2%, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan Anda cenderung akan merekomendasikan kepada kerabat atau keluarga dinyatakan sangat baik.

Tabel 4.29 Rekapitulasi dan Rata-rata Nilai Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	Skor Total	Rata-Rata Indikator
	<b>Kesusaian Harapan</b>		
1	Karyawan <i>Steam Car Wash</i> Tulodo 88 Depok memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen	85%	85,30%
2	Perusahaan mengutamakan kepiasan konsumen	85,60%	
	<b>Minat Berkunjung Kembali</b>		
3	Anda mempunyai minat untuk berkunjung kembali	84,60%	84,60%
	<b>Kesediaan untuk merekomendasikan</b>		
4	Anda cenderung akan merekomendasikan kepada kerabat atau keluarga	84,20%	84,20%
	Rata –Rata		84,70% Sangat Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan Tabel rata-rata tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen yaitu sebesar 84,2%, dimana rata-rata tersebut berada pada interval (80%-100%) sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen *Steam Car Wash* Tulodo 88 Kota Depok sangat baik sehingga tanggapan paling besar nilainya adalah indikator minat referensial dengan persentase 85,3%. Sedangkan, nilai rata-rata responden paling terkecil adalah indikator minat eksploratif dengan persentase 84,2%



### 4.5.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.5.3.1 Uji Normalitas

Tabel 4.34 Uji Normalitas

N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.59128260
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.052
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Ouput SPSS 26

Hasil uji normalitas menggunakan *standardized residual* di atas, diperoleh nilai signifikansi *Kolmogorov Smirnov* yaitu sebesar 0,200. Angka sig. *Kolmogorov Smirnov* tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan taraf signifikansi sig > 0,05. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa data berdistribusi normal.

#### 4.3.4.2 Uji Linieritas

Tabel 4.35 Uji Linieritas

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70.224	1	70.224	27.453	.000 <sup>b</sup>
	Residual	250.686	98	2.558		
	Total	320.910	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

Sumber: Ouput SPSS 26

Berdasarkan Nilai Signifikansi (Sig): dari output di atas, diperoleh nilai *Deviation form Linearity* Sig. adalah 0,000 lebih Kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Kepuasan Konsumen (X) dengan variabel Kualitas Pelayanan (Y)

Berdasarkan Nilai F : dari output di atas, diperoleh nilai F hitung adalah 27.453 > F table 3.09 . Karena nilai F hitung lebih besar dari nilai F table maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh linear secara signifikan antara Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

### 3.5.3.2 Analisa Regresi & Korelasi Linear Sederhana

Tabel 4.36 Persamaan regresi linier sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5.410	2.212		2.446	.016
	Kualitas Pelayanan (X)	.147	.028	.468	5.240	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Ouput SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut  $Y = 5.410 \beta + 0,147. X$ . Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

1. Konstanta = 5.410

Jika Variabel Kualitas Pelayanan Dianggap sama dengan nol, maka variabel *brand image* sebesar 5.410

2. Koefisien X =0,147

Jika variabel Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu poin maka akan menyebabkan kenaikan variabel *brand image* sebesar 0,147

### 4.5.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.37 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.468 <sup>a</sup>	.219	.211	1.59938

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

b. Dependent variable : Kepuasan Konsumen

Sumber: Ouput SPSS 26

Pada tabel di atas diperoleh nilai  $R^2 = 0,219 \times 100 \% = 21,9\%$  ini berarti variabel independent Kualitas Pelayanan mempengaruhi variabel dependen Kepuasan Konsumen sebesar 21,9 % dan sisanya 78,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### 4.3.7 Uji Hipotesis Koefisien Regresi

Tabel 4.38 Uji Hipotesis

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.410	2.212		2.446	.016
	Kualitas Pelayanan	.147	.028	.468	5.240	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Kriteria pengambilan keputusan:

Dengan tingkat kepercayaan = 5% atau  $(\alpha) = 0,05$ . Derajat kebebasan (df) =  $n-k-1 = 100-1-1 = 98$ , diperoleh t table = 1,984

Hasil pengujian statistic dengan SPSS pada variabel X (*brand ambassador*) diperoleh nilai t hitung = 5,240 > 1,984, dan sig = 0,000 < 5%. Jadi  $H_0$  ditolak.

Ini berarti variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen

## 4.4 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian

### 4.4.1 Kualitas Pelayanan *Steam Car Wash*

Variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan hasil rata-rata dari lima indikator yang digambarkan ke dalam 19 pernyataan dengan melibatkan 100 responden didapat nilai rata-rata sebesar 82,48%. Dimana total tanggapan responden tersebut berada pada interval (80%-100%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dalam kategori sangat baik. Indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi tanggapan responden terdapat pada indikator jaminan dengan persentase sebesar 84,68%. Sedangkan untuk indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator kehandalan dengan persentase sebesar 80,4%.

### 4.4.2 Kepuasan Konsumen *Steam Car Wash*

Variabel kepuasan konsumen pada steam car wash menunjukkan hasil rata-rata dari tiga indikator yang digambarkan ke dalam 4 pernyataan dengan melibatkan 100 responden didapat nilai rata-rata sebesar 84,70%. Dimana total tanggapan responden tersebut berada pada interval (80%-100%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen *pada steam car wash* dalam kategori sangat baik. Indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi tanggapan responden terdapat pada indikator Kesesuaian Harapan dengan persentase sebesar 85,30%. Sedangkan untuk indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator Kesiediaan untuk merekomendasikan dengan persentase sebesar 84,20%

### 4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Steam Car Wash*

Hasil nilai koefisien regresi bernilai positif(+), maka dengan demikian dapat dikatakan variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah  $Y = 5.410 + 0,147 \cdot X$  yang artinya setiap kenaikan satu point variabel brand ambassador (X) maka, akan menaikkan tingkat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0.147.

Dalam hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi angka R square sebesar 0,219 dimana dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 21,9% dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan (X). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 78,1%.

#### **4.4.4 Interpretasi Hasil Penelitian Uji Hipotesis Koefisien Regresi**

Berdasarkan hasil uji tabel output SPSS v.26 Coefficients di atas diperoleh nilai signifikansi pada variabel Kualitas Pelayanan (X) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai t sebesar 5.240, dimana dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya adanya pengaruh yang signifikan dari variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Kualitas Pelayanan yang baik dapat meningkatkan citra perusahaan sebaliknya apabila Kualitas Pelayanan kurang baik maka citra perusahaan akan ikut menurun.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan pada bab sebelumnya mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Steam Car Wash* (Studi Kasus Pada Pelanggan Tulodo 88 Kota Depok) pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan yakni sebagai berikut.

1. diperoleh nilai *Deviation form Linearity Sig.* adalah 0,000 lebih Kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Kepuasan Konsumen (X) dengan variabel Kualitas Pelayanan (Y) Berdasarkan Nilai F, diperoleh nilai F hitung adalah  $27.453 > F \text{ table } 3.09$  . Karena nilai F hitung lebih besar dari nilai F table maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh linear secara signifikan antara Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
2. Hasil kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada steam car wash Tulodo 88 Kota Depok sangat baik, dengan indikator daya tanggap merupakan indiktaor paling dominan bagi pengunjung steam car wash Tulodo 88 Kota Depok dalam kepuasan konsumen steam car wash Tulodo 88 Kota Depok dengan nilai rata-rata indikator 90,8% dan hasil nilai rata-rata yaitu 84,68%
3. Berdasarkan hasil dari uji regresi linear sederhana yang dilakukan menghasilkan persamaan regresi, yaitu  $Y = 5.410 + 0,147 \cdot X$ . Dapat diartikan bahwa jika kualitas pelayanan memiliki nilai 0, maka kepuasan konsumen memiliki nilai konstan yang bernilai 5.410 dan apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 poin, maka variabel kepuasan konsumen akan mendapat peningkatan sebesar 0,147. Berdasarkan hasil tersebut juga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *steam car wash* Tulodo 88 Kota Depok

## 5.2. Saran

1. Dilihat dari segi kualitas pelayanan steam car wash tulodo harus mempertahankan prestasi kinerjanya jika perlu lebih ditingkatkan kembali terutama kualitas pelayanan
2. Dilihat dari segi kepuasan konsumen steam car wash tulodo harus memperhatikan beberapa pelayanan dan memperbaikinya seperti : pada pelayanan bukti fisik yaitu pegawai diperlukan ketelitian yang lebih pada saat mengerjakan proses steam mobil.
3. Dilihat dari segi analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen perusahaan diharapkan memperhatikan pelayanan mengenai area parkir, dan memperhatikan pelayanan mengenai kecepatan karyawan dalam melayani konsumen dengan cara diadakan penambahan karyawan agar tidak terlalu lama dalam melayani konsumen lain yang baru datang serta diadakan bonus untuk karyawan yang kinerjanya bagus sehingga karyawan terus termotivasi untuk bekerja dengan cepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindito Teguh Dandi.(2013). Analisis pengaruh kualitas pelayanan,harga dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada salon Mobil *Thrive* di Semarang).(Skripsi)
- Bogor,Universitas Pakuan Arifin Rahayu Gilang. (2018). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV.Cahaya Electronic. (Skripsi). Bogor,Universitas Pakuan
- Kotler, Keller (2012). Pengertian jasa menurut para ahli dapat ditemui di link : <https://materibelajar.co.id/pengertian-jasa-menurut-para-ahli/>
- Karimuddin . (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian *Smartphone* Samsung, (Skripsi) Bogor, Universitas Pakuan
- Maydiana Luthfia. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 7,(2),2019
- Muninggar Jitas Thomas. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen cuci mobil Hidrolik Purbalingga). (Skripsi)
- Mutmainnah (2017:205). Indikator Kualitas Pelayanan dapat ditemui di link : <http://repository.upbatam.ac.id/830/1/cover%20s.d%20bab%20III.pdf>
- Pamungkas Efanta. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Cuci Mobil dan Motor Pada Hagga Kediri). *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*,1 (2), 77-88,2020.
- Persaingan Steam Mobil. (2022). Diakses pada 7 Febuari 2022, dari <https://kumparan.com/info-otomotif/cuci-mobil-depok-ini-4-pilihan-tematnya-1xRJIRNfs9e/1>
- Putra Apriko.(2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cuci Mobil C3 Kota Pekanbaru. (Skripsi)
- Subagya Muhamad Tara. (2016). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Laundry Pangumbahan Sukabumi. (Skripsi)



Statistik Transportasi Darat 2018. (2019). Diakses pada November 2019, dari <https://keselamatanjalan.files.wordpress.com/2020/07/bps-statistik-transportasi-darat-2018-1.pdf>

Sugiyono. (2017). Data dan metode pengumpulan data dapat ditemui di link <http://repository.stei.ac.id/1343/4/BAB%20III.pdf>

Wibisono Sutti Ekky. (2019). Pengaruh kualitas produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah Di Balong Bendo. (Skripsi)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisa Aprilia Gunawan  
Alamat : Griya Alam Sentul Blok A1 No 12 Kec. Babakan  
Madang, Kab. Bogor, Jawa Barat  
Tempat dan Tanggal Lahir : Bogor,6 April 2000  
Umur : 22 Tahun  
Agama : Islam  
Pendidikan SD : SDN Citaringgul 01  
SMP : SMPN 1 Babakan Madang  
SMA : SMK Bangun Nusa Bangsa  
Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Oktober 2022

Peneliti,

(Annisa Aprilia Gunawan)

# LAMPIRAN

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Kuesioner Penelitian

#### **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Steam Car Wash* (Studi Kasus Pada Pelanggan Tulodo 88 Kota Depok)**

Responden yang terhormat, saya Annisa Aprilia Gunawan (021118108)

Mahasiswi Universitas Pakuan. Saat ini saya sedang menyelesaikan Program Sarjana (S1), maka saya mohon meminta waktunya 4-5 menit saudara untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner ini, yang akan digunakan sebagai bahan dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul “ ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA STEAM CAR WASH (STUDI KASUS PELANGGAN TULUDO 88 KOTA DEPOK) atas bantuan, ketersediaan waktu dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

#### Bagian Satu

##### Identitas Responden

- |   |  |
|---|--|
| 1. NAMA:  | 4. Pekerjaan Anda Saat Ini :   |
|   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pelajar / Mahasiswa</li></ul>          |
| 2. Usia :   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Karyawan Swasta</li></ul>              |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 18-20</li></ul>         | <ul style="list-style-type: none"><li>• BUMN</li></ul>                         |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 21-26</li></ul>         | <ul style="list-style-type: none"><li>• PNS</li></ul>                          |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 27-35</li></ul>         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Lainnya</li></ul>                      |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 36-45</li></ul>         |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 46-50</li></ul>         | 5. Pendapatan Perbulan Anda :  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• &gt; 55 Tahun</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• &lt; Rp.3.000.000</li></ul>            |
| 3. Jenis Kelamin :  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000</li></ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Perempuan</li></ul>     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Rp.5.000.000 – Rp.7.000.000</li></ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Laki – Laki</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Rp. 7.000.000 – Rp.9.000.000</li></ul> |
|   | <ul style="list-style-type: none"><li>• &gt; Rp.9.000.000</li></ul>            |

## Bagian Kedua

### Petunjuk Pengajuan

Setiap pertanyaan yang ada dibawah ini mohon diberikan responden dengan cara memberi tanda centang (√) berdasarkan pilihan jawaban yang Saudara/I pilih.

Keterangan pilihan jawaban untuk pertanyaan dibawah ini :

- SS** : Sangat Setuju  
**S** : Setuju  
**KS** : Kurang Setuju  
**TS** : Tidak Setuju  
**STS** : Sangat Tidak Setuju

Berilah tanda ceklis pada kolom pilihan yang telah disediakan.

### Pertanyaan Inti

NO		SS	S	KS	TS	STS
<b>KUALITAS PELAYANAN</b>						
<b>A.</b>	<b>Bukti Fisik</b>					
1.	Perusahaan terdapat area parkir yang luas					
2.	Karyawan berpenampilan rapi dalam bekerja					
3.	Lokasi Steam car wash mudah di temukan					
4.	Terdapat alat kompresor, <i>vacuum cleaner</i> , dan mesin hidrolik yang sudah berstandar sni untuk di gunakan sebagai alat perlengkapan <i>steam cuci car wash</i>					
<b>B.</b>	<b>Kehandalan</b>					
1.	Perusahaan memiliki fasilitas yang modern dan lengkap					
2.	Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir carwash pada saat anda membayar					
3.	Karyawan carwash cekatan menangani kebutuhan konsumen					
4.	Karyawan Steam Car Wash Tulodo 88 Depok memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.					
<b>C.</b>	<b>Daya Tanggap</b>					
1.	Karyawan selalu bersedia menerima setiap keluhan dari pelanggan					
2.	Karyawan Tidak terlalu lama memproses pencucian mobil konsumen					
3.	Karyawan carwash tidak membiarkan konsumen berdiri lama ketika tempat carwash penuh					
<b>D.</b>	<b>Jaminan</b>					
1.	Karyawan steam car wash bersikap jujur dalam memberikan pelayanan kepada konsumen					
2.	Keamanan barang-barang konsumen terjamin terjaga dari awal sampai akhir penyucian					

3.	Karyawan steam car wash memiliki pengetahuan dalam menjalankan pekerjaannya					
4.	Karyawan steam car wash selalu memberikan pelayanan sesuai standar					
5.	Adanya jaminan kerusakan dalam mencuci mobil					
<b>E.</b>	<b>Empati</b>					
1.	Karyawan steam car wash mampu berkomunikasi dengan baik					
2.	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam pelayanan kasir					
3.	Kesediaan Karyawan dalam menerima keluhan dan pengaduan					

<b>KEPUASAN KONSUMEN</b>						
<b>A.</b>	<b>Kesusaian Harapan</b>					
1.	Karyawan steam car wash tulodo 88 Depok memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen					
2.	Perusahaan mengutamakan kepiasan konsumen					
<b>B.</b>	<b>Minat Berkunjung Kembali</b>					
1.	Anda mempunyai minat untuk berkunjung kembali					
<b>C.</b>	<b>Kesediaan untuk merekomendasikan</b>					
1.	Anda cenderung akan merekomendasikan kepada kerabat atau keluarga					

**Lampiran 2 Jawaban Responden Pada Kualitas Pelayanan**

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19
1	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
2	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	3	3	5	4	4	3	3	4
3	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	5
5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	5	5	5	4	3	3	5	4
6	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	3	4	4
7	3	4	3	4	5	3	2	4	4	3	5	5	4	5	3	5	4	4	3
8	4	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4
9	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	5	3	5	4	5	3	4	4
10	3	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	5	3	4	3	2	4	3	3
11	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4
13	3	4	3	4	4	5	2	3	3	4	5	3	3	4	2	4	4	5	4
14	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4
15	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4
16	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
17	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4
18	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
19	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
20	5	5	5	5	4	3	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5
21	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5
22	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19
23	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5
24	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4	4	2	3	4	4
25	5	4	5	4	5	4	3	4	2	2	3	4	4	4	4	3	4	5	4
26	4	5	4	4	5	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	5	4	4
27	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4
28	3	5	3	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
29	3	5	4	4	3	2	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3
30	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3
31	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	3
32	3	4	5	3	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4
33	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	5	3	3	5	5	4	4	5	5
34	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
35	3	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5
36	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	5	5
37	3	5	3	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5
38	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4
39	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	4	2	4	4	5
40	4	4	5	3	3	3	4	2	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5
41	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
42	4	5	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	2	5
43	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5
44	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4
45	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5



No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19
46	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5
47	4	5	5	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4
49	2	3	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	3
50	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4
51	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	3	3	3
52	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	5
53	3	3	3	5	4	4	4	4	5	3	5	5	3	5	3	4	4	3	3
54	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	4	5	4	4	4	3	4	4
55	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	3	4	5	5
56	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
57	4	4	4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4
58	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
59	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	5	5	5	5	3	4	4	5	5
60	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4
61	3	5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4
62	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4
63	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4
64	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4
65	3	5	3	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5
66	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	5	4
67	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5
68	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19
69	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
70	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
71	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4
72	4	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	4	4
73	3	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	3	3
74	3	5	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5
75	5	4	5	5	3	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5
76	5	5	5	5	4	5	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5
77	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
78	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5
79	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4
80	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4
81	3	4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
82	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	3	5	5	3	4	4	5	5
83	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	3	3	5
84	5	5	5	4	4	4	3	3	3	5	4	2	5	4	4	3	3	4	5
85	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
86	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
87	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	4	3	3	4
88	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
89	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5
90	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
91	4	5	4	3	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	5

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19
92	3	3	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
93	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	3	3	3
94	3	3	3	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4
95	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3
96	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5
97	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
98	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
99	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	5
100	3	4	3	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4

**Lampiran 3 Jawaban Responden Pada Kepuasan Pelanggan**

NO.	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
1	4	3	4	4
2	4	4	5	4
3	5	5	5	4
4	5	4	4	4
5	4	4	3	4
6	4	4	5	4
7	3	4	5	3
8	4	5	3	2
9	4	5	5	4
10	3	5	4	4
11	4	5	4	4
12	4	5	3	3
13	3	4	3	2
14	5	4	4	4
15	4	3	2	5
16	4	3	5	4
17	5	4	5	4
18	4	3	5	5
19	4	5	4	4
20	5	4	4	5
21	4	4	4	4
22	3	2	5	3
23	4	4	5	5
24	4	4	5	4
25	5	5	3	3
26	4	5	3	3
27	5	5	5	5
28	3	5	3	4
29	3	3	3	2
30	4	2	5	5
31	4	4	5	4
32	4	3	3	5
33	5	3	3	4
34	4	5	5	5
35	3	5	3	4
36	3	4	4	4
37	5	4	5	5

38	4	3	4	5
39	5	5	4	5
40	4	4	3	5
41	3	4	5	4
42	5	5	4	5
43	4	4	5	5
44	5	5	4	3
45	5	4	4	5
46	4	4	5	4
47	4	4	4	3
48	5	4	5	5
49	4	4	4	5
50	4	5	5	5
51	3	4	5	5
52	5	4	4	5
53	4	3	4	4
54	5	5	4	4
55	5	4	5	5
56	4	5	5	5
57	4	5	3	3
58	4	5	4	5
59	4	5	5	4
60	5	5	4	5
61	4	5	3	4
62	5	4	5	4
63	4	4	3	4
64	5	5	4	5
65	4	5	5	4
66	5	5	5	4
67	5	5	5	4
68	4	4	3	5
69	4	4	5	5
70	5	5	4	5
71	4	5	4	5
72	3	4	4	5
73	5	4	5	3
74	5	5	4	4
75	4	5	5	4
76	5	5	5	4
77	4	5	5	5

78	5	5	4	4
79	5	4	4	3
80	5	5	5	4
81	4	4	4	5
82	5	5	5	4
83	5	4	4	3
84	3	4	5	3
85	4	4	5	3
86	5	4	4	5
87	5	4	5	4
88	4	3	4	5
89	4	4	5	5
90	5	5	4	5
91	3	4	4	5
92	5	5	5	5
93	4	4	4	4
94	5	4	4	3
95	4	5	5	5
96	4	4	4	4
97	5	5	5	5
98	5	4	5	5
99	3	4	2	4
100	5	5	3	4