



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN *SERVICE* SEPEDA MOTOR PADA PT.ASTRA MOTOR
HONDA CABANG ALAUDDIN MAKASSAR**

SKRIPSI

Dibuat Oleh:

Sri Mulyani Indarwati

021119300

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN**

JUNI 2023



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN *SERVICE* SEPEDA MOTOR PADA PT. ASTRA MOTOR
HONDA CABANG ALAUDDIN MAKASSAR**

Skripsi

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

Mengetahui,

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



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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN *SERVICE* SEPEDA MOTOR PADA PT. ASTRA MOTOR
HONDA CABANG ALAUDDIN MAKASSAR**

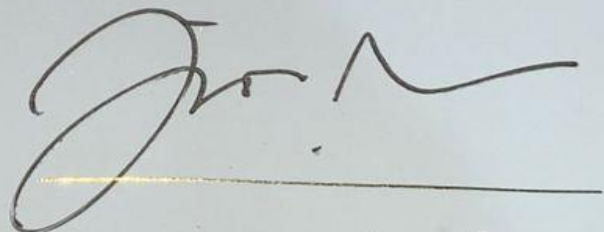
Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari Selasa, 20 Juni 2023

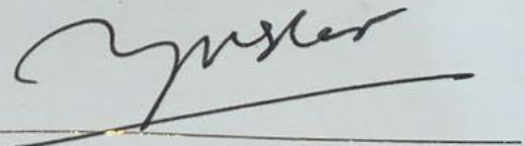
Sri Mulyani Indarwati
021119300

Menyetujui,

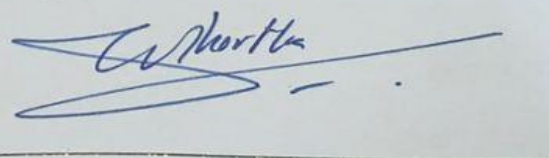
Ketua Penguji Sidang
(Fredri Andria STP., M.M.)



Ketua Komisi Pembimbing
(Dr. Agus Setyo Pranowo S.E., M.M.)



Anggota Komisi Pembimbing
(Doni Wihartika, SPi, M.M.)



NOMOR :
TENTANG : PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN KEKAYAAN
INTELEKTUAL DI UNIVERSITAS PAKUAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Mulyani Indarwati
NPM : 021119300
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
konsumen *Service* Sepeda Motor Pada PT.Astra Motor
Honda Cabang Alauddin Makassar

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 diajukandalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip 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, Juni 2023



Sri Mulyani Indarwati

021119300

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2023
dilindungi Undang-Undang Tentang Hak Cipta.

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 Universitas Pakuan.

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

*) 2023

ABSTRAK

SRI MULYANI INDARWATI. 021119300. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Service Sepeda Motor Pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin. Skripsi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor. Dibawah Bimbingan Ketua Komisi Pembimbing Dr.Agus Setyo Pranowo S.E.,M.M dan Anggota komisi pembimbing Doni Wihartika SPi.,M.M. 2023.

Penelitian ini bertujuan 1). Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan pada Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar. 2). Untuk mengetahui Kepuasan Konsumen pada Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar. 3). Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memakai jasa service pada Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar.

Penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen service sepeda motor pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar dengan menggunakan data primer dan sekunder dengan jumlah 88 responden, metode penarikan sampel menggunakan teknik Non-probability sampling dengan pendekatan Accidental Sampling. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil uji *R square* diketahui memiliki pengaruh sebesar 0,177 (17,7%). Hal tersebut menunjukan bahwa dengan menggunakan model regresi sederhana, dimana variabel independen (kualitas pelayanan) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 17,7%. Sedangkan sisanya, sebesar 82,3% dipengaruhi oleh variabel lain atau yang tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.*

PRAKATA

Segala Puji Syukur saya panjatkan kepada tuhan yang maha esa, yang telah melimpahkan berkat,kasih,kenikmatan dan karunia-Nya yang takterhingga sehingga saya berkesempatan menimba ilmu hingga jenjang Perguruan Tinggi. Berkat Rahmat-Nya pula memungkinkan saya untuk menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen service sepeda motor pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar”**. Sebagaimana diketahui bahwa penulisan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi (SM).

Walaupun dalam penulisan proposal ini peneliti telah mencurahkan segenap kemampuan yang dimiliki,tetapi peneliti yakin tanpa adanya saran dan bantuan maupun dorongan dari beberapa pihak maka Skripsi ini tidak akan mungkin dapat tersusun sebagaimana mestinya. Pada kesempatan ini,penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepa :

1. Kedua Orang Tua Saya, Ayah saya Darwono yang telah mendukung saya baik secara moril maupun materil yang tak Lelah selalu mengingatkan saya agar menyelesaikan Pendidikan SI saya serta Ibu saya Kokom Komalasari yang telah memberikan kasih sayangnya yang tak teringga agar saya bisa menyelesaikan penyusunan penelitian ini.
2. Bapak Prof. rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Dr. Hendro Sasongko.Ak.,MM.,CA Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono,Ak.,MM.,CA Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Bapak Dr. Agus Setyo Pranowo SE.MM. Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan motivasi pada penyusunan Skripsi penelitian ini.
6. Bapak Doni Wihartika, SPi,MM Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah memberikan nasehat, petunjuk dan saran pada penyusunan skripsi penelitian ini.
7. Seluruh Dosen, Staff dan Tata Usaha, dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
8. Kakak dan Adik saya Shera,Suci,Rizky,Riza,Fadhil serta kepada Kakak ipar saya Thamsir Sutrisno dan Sharif dan Guru Ngaji Saya teh momah dan keluarga besar saya lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan do'a dan dukungannya.
9. Teman kost yaitu Kak Nia,Diana Imelda dan Kak Dian yang senantiasa memberikan dukungan senantiasa menemani dalam susah dan senang selama saya menjalani perkuliahan.

10. Teman-teman dari FEB Manajemen I 2019 yang telah memberikan pengalaman dan ilmu yang sangat berharga serta menemani keramaian di kelas dalam keadaan suka maupun duka.
11. Teman-teman Saya yang berada di Tanjungsari khususnya Mira, Indah, Cobing, Uje, Rita, Hikmah, Teh avi, Amel yang lainnya yang sama-sama berjuang untuk mengejar masa depan.
12. Teman-teman dekat saya yang berada di Bogor khususnya Legi Okana, Bela Mulya Oktavia, Alghifari Assyamsi, Ghita Rizky , Dwi Cahya Maharani, Bima Irawan, dan Tegar Fadlina yang selalu menemani,memberikan semangat dan motivasi penulis di dalam maupun luar lingkungan kampus Universitas Pakuan.
13. Seluruh teman-teman seperjuangan Angkatan 2019 Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih atas semangatnya.

Semoga semua bantuan,bimbingan,do'a,dukungan dan semangat yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata semoga penelitian skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi pijakan bagi penulis untuk berkarya lebih baik dimasa yang akan datang.

Bogor, Juni 2023

Sri Mulyani Indarwati

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN & PENYATAAN TELAH DISIDANGKAN ...	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR HAK CIPTA.....	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	9
2.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.3 Jasa	12
2.4 Kualitas Pelayanan.....	14
2.5 Kepuasan Konsumen.....	17
2.6 Penelitian sebelumnya dan kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian	26
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	26
3.4 Operasional Variabel.....	27
3.5 Metode Penarikan Sample	29
3.6 Metode Pengumpulan Data	30
3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data	30

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
4.1.1 Sejarah Perkembangan PT.Astra Motor Honda Alauddin Makassar	36
4.1.2 Struktur Organisasi PT.Astra Motor Alauddin Makassar	37
4.2 Karakteristik Responden	40
4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen service sepeda motor pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar	42
4.3.1 Analisis Deskriptif	42
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen service sepeda motor pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar	64
BABV SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	77
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kunjungan Konsumen.....	3
Gambar 2.1 Pengukuran Kepuasan Konsumen	19
Gambar 2.2 Konstelasi Penelitian.....	25
Gambar 4. 1 Stuktur Organisasi	39
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden	40
Gambar 4. 3 Usia Responden.....	40
Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden	41
Gambar 4. 5 Asal Daerah Responden	41
Gambar 4. 6 Uji Heterosketastisitas.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Standar Operasional atau Jasa purna jual	2
Tabel 1.2 Data Keluhan Konsumen.....	6
Tabel 1.3 Tingkat Kepuasan Konsumen	7
Tabel 1.4 Data pesaing	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.2 Skala Likert	30
Tabel 3.3 Interpretasi Hasil	35
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia diruang tunggu pelayanan	42
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin menjamin keamanan konsumen yang melakukan service.....	43
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan cepat dalam menyelesaikan perbaikan	43
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin tanggap terhadap keluhan pelanggan	44
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan mampu mengetahui dan memperbaiki kerusakan dengan cepat dan tepat.....	45
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan memberikan perhatian dengan baik terhadap pelanggan.....	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Honda Alauddin sesuai dengan yang dijanjikan oleh bengkel dan sesuai harapan pelanggan.....	46
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin memberikan garansi kepada pelanggan setelah melakukan perbaikan	47
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Pelanggan merasa bahwa bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar	48
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Perangkat yang digunakan oleh petugas customer service memiliki teknologi yang meyakinkan bereputasi baik.....	49
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap karyawan melayani pelanggan dengan ramah.....	50
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pengelola dan Staff Bengkel Berpengalaman.....	50
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Hasil perbaikan sesuai dengan keinginan konsumen	51
Tabel 4. 14 Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Kualitas Pelayanan pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar.....	52
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin mengutamakan kepentingan para konsumen dan pelanggan Bengkel.....	53
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin memberikan pelayanan administrasi yang tepat dan cepat	54

Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin memberikan informasi secara jelas dan tepat pada konsumen dan pengunjung Dealer	55
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin memberikan respon yang cepat apabila terdapat complain dari konsumen dan pengunjung Dealer	56
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin memberikan layanan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Dealer	57
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin memberikan jaminan keamanan sesuai dengan peraturan pada Dealer	58
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin mengutamakan keselamatan konsumen dan pengunjung Dealer	59
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Perasaan Puas terhadap Frekuensi Perbaikan pada bengkel Dealer Astra Honda Alauddin.....	60
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Konsumen bersedia untuk merekomendasikan Dealer Astra Honda Alauddin sebagai bengkel yang cocok untuk perbaikan atau pembelian sepeda motor.....	61
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Konsumen Bersedia merekomendasikan Pelayanan yang diberikan staff karyawan bengkel Dealer Astra Honda Alauddin.....	62
Tabel 4.25 Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen pelayanan pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar.....	63
Tabel 4. 26 Uji Normalitas.....	69
Tabel 4. 27 Uji Multikolinieritas.....	70
Tabel 4. 28 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	71
Tabel 4. 29 Uji Determinasi (R Square)	72
Tabel 4. 30 Uji t	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.....	84
Lampiran 2 Uji Validitas.....	88

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin banyaknya pengguna sepeda motor yang umumnya masyarakat modern dewasa ini ditandai dengan aktivitas dan mobilitas tinggi di perkantoran, disekolah atau diperkuliahan maupun untuk sehari-hari. Secara tidak langsung membutuhkan sarana dan prasarana untuk merawat maupun memperbaiki kendaraannya tersebut agar layak pakai, tidak kalah dengan produk baru. Hal ini pun menimbulkan persaingan yang ketat terutama pada penyedia jasa *service* yang bekerjasama dengan merk-merk sepeda motor tertentu yang saling berlomba dalam merebut pangsa pasar agar dapat mempertahankan konsumennya dan agar tidak berpaling ke penyedia jasa yang sama dari perusahaan yang berbeda.

Sasaran pasar atau pelanggan sepeda motor di wilayah pemasaran kota makassar ini adalah perorangan. Ditengah masyarakat yang semakin peduli akan kualitas, layanan prima menjadi salah satu kunci dalam keberhasilan bisnis. Apabila kepuasan konsumen diberikan layanan yang baik maka kepuasan konsumen akan puas dan apabila puas mereka akan menjadi kepuasan konsumen yang loyal. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang dapat memberikan sesuatu yang dicari oleh kepuasan konsumen sampai pada tingkat cukup maka dari itu semakin banyaknya perusahaan jasa otomotif, Dealer Astra Motor Honda Alauddin berusaha memberikan pelayanan yang terbaik maka bengkel Dealer Astra Motor Honda Alauddin memberikan pelayanan dari hari senin sampai hari sabtu jam 07:30 -16:30 WIB. Salah satu pilar utama keberhasilan pelayanan Astra Motor Honda ditentukan oleh kualitas dan semangat kerja sumber daya manusia (SDM) serta manajemen dan kemampuan bekerja sama dalam suatu kutuhan. Jika kinerja bengkel Astra Motor Honda Alauddin dalam memberikan pelayanan kurang memuaskan atau kurang memenuhi kebutuhan bagi konsumen/pelangganya, maka pelanggan dapat mengalami kekecewaan dan kekecewaan ini dapat berakibat pelanggan Dealer Astra Motor Honda berpindah menggunakan perusahaan lain.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam pesaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli Kembali produk dan menggunakan Kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul Kembali dikemudian hari (Indrasari,2019)

Salah satunya pada Dealer Astra Motor Honda cabang Alauddin, untuk salah satu perwakilan agen motor honda dan layanan *service* selain Astra Motor Honda cabang Alauddin yang berada di kota Makassar, ada juga perusahaan lain yang bergerak di bidang jasa otomotif yang ada di wilayah kecamatan Tamalate kota Makassar, meliputi:

No	Nama Dealer (2020)	Nama Dealer (2021)
1.	Wiratama Multi Prima	Wiratama Multi Prima
2.	Duta Motor Dealer Honda Makassar	Duta Motor Dealer Honda Makassar
3.	Honda Big Wing Makassar	Honda Big Wing Makassar
4.	Astra Motor Sentral	Astra Motor Sentral
5.	Dealer & AHASS Honda Salahutu Motor	Dealer & AHASS Honda Salahutu Motor
6.	MPM Motor Makassar Honda	MPM Motor Makassar Honda
7.	Tunas Jaya Honda Motor Makassar	Tunas Jaya Honda Motor Makassar
8.	Dealer Astra Motor Honda Alauddin	Dealer Astra Motor Alauddin
9.	CV Jaya Makassar	CV Jaya Makassar
10	PT. Wira Jaya Motor	PT. Wira Jaya Motor
11	Honda Makassar Inti Motor	Honda Makassar Inti Motor

Sumber : Data Sekunder PT.Astra Motor Honda cabang Alauddin

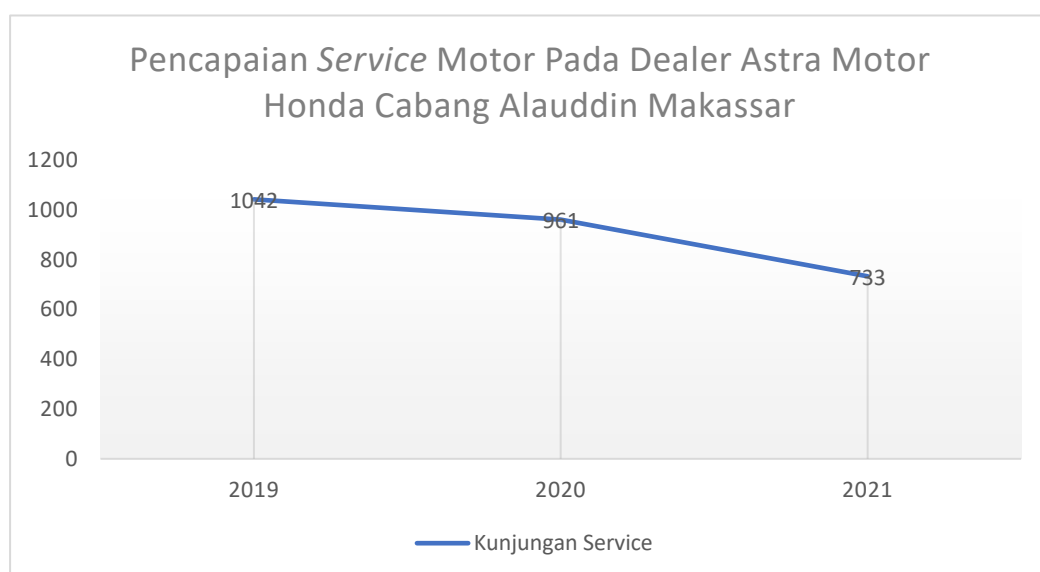
Tabel 1.1 menyatakan bahwa ada 11 dealer Honda di wilayah kec. Tamalate kota Makassar dan Astra Motor Honda cabang Alauddin berada di peringkat ke 8 dari 11 dealer. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2018) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atak kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

PT.Astra Motor Honda cabang Alauddin merupakan tempat perawatan dan perbaikan motor dan penjualan unit motor Honda yang sering didatangi konsumen setiap hari untuk melakukan *service* motor honda. Berikut ini adalah data mengenai jumlah konsumen *service* yang dating ke Dealer Astra Motor Honda cabang Alauddin dikota Makassar:

Table 1.1 Data Konsumen *Service* Astra Motor Honda Alauddin dikota Makassar Tahun 2019 - 2021

Bulan	Tahun		
	2019	2020	2021
Januari	199	350	249
Februari	201	262	211
Maret	244	234	257
April	283	70	225
Mei	274	124	234
Juni	209	218	285
Juli	255	199	231
Agustus	322	202	311
September	294	196	375
Oktober	287	196	423
November	301	202	436
Desember	353	237	426
Jumlah	3,222	2,490	3,663

Sumber : Data sekunder Astra Motor Honda Alauddin dikota Makassar,2021



Gambar 1.1 Pencapaian *Service* Motor pada Astra Motor Honda Alauddin dikota Makassar

Data konsumen *service* di dealer Astra Motor Honda Alauddin menyatakan bahwa dari tahun 2019 -2021 setiap bulannya mengalami fluktuasi dimana jumlah pelanggan konsumen *service* pada tahun 2019 – 2020 mengalami penurunan. Dealer Astra Honda Motor Alauddin merupakan salah satu perusahaan yang membuka pelayanan *service* sepeda motor merk Honda. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen pelanggan *service* sepeda motor, dealer ini perlu mengetahui bagaimana pelayanan dirinya terhadap pelanggan Motor Honda, karena selama ini belum pernah melakukan penelitian mengenai pelayanan *service* kepada pelanggannya. Selain itu, dalam tiga tahun yaitu tahun 2019-2021 mengalami penurunan di setiap tahunnya sehingga keuntungan yang diperoleh dealer ini kurang maksimal.

Berdasarkan penelitian awal, yang disebar ke 30 responden yang mencakup pelanggan *service* Astra Motor Honda Alauddin, ternyata setelah melakukan penelitian awal hasil menyatakan ternyata masih banyak keluhan dari pengunjung dan hal ini bisa dilihat dengan dari data berikut ini :

Tabel 1.2 Hasil Kuisioner Kualitas pelayanan Motor Pada Dealer Astra Motor Honda Alauddin dikota Makassar

Reability (Keandalan)	Ya	Tidak	Ya	Tidak
			(%)	(%)
1. Jumlah mekanik tidak sebanding dengan kendaraan yang di <i>service</i>	13	7	65	35
Responsiveness (Daya Tanggap)				
2. Adanya penjelasan tentang kualitas suku cadang asli dari pabrik dengan yang tidak asli dari pabrik	19	1	95	5
Assurance (Jaminan)				
3. Perasaan aman selama berurusan (<i>service</i>) dengan dealer	13	7	65	35
Emphaty (Empati)				
4. Pelayanan yang sopan dan ramah dari para karyawan	12	8	60	40
Tangible (Berwujud)				
5. Pelayanan yang diberikan konsumen memerlukan waktu yang cukup lama	19	1	95	5

Sumber: Data Primer Pelanggan Astra Motor Honda Alauddin dikota Makassar

Tabel diatas terlihat bahwa dari segi kondisi indikator Keandalan (*Reability*) yang menyatakan yang tidak setuju sebesar 65% dan yang menyatakan setuju sebesar 35%, dari segi kondisi indikator daya tanggap (*Responsiveness*) yang menyatakan tidak setuju 5% dan yang menyatakan setuju 95%, dan dari segi kondisi jaminan (*Assurance*) yang menyatakan setuju 35% dan yang menyatakan tidak setuju 65%, dari segi kondisi Empati (*Emphaty*) yang menyatakan tidak setuju sebesar 60% dan yang menyatakan setuju sebesar 40%, dari segi kondisi indikator Berwujud (*Tangible*) yang menyatakan tidak setuju 95% dan yang menyatakan setuju sebesar 5%. Dari pernyataan hasil kuisisioner tersebut masih banyaknya yang mengatakan tidak setuju dibandingkan dengan mengatakan setuju.

Dealer Astra Honda Motor Alauddin memiliki tenaga mekanik sebanyak 7 orang dengan jumlah tenaga mekanik yang tidak sebanding dengan jumlah pengunjung yang ingin melakukan *service* sepeda motor yang mengakibatkan antrian yang cukup Panjang dan Dealer Astra Motor Honda Alauddin memiliki Standar Operasional atau prosedur bengkel ditetapkan sebagai berikut :

Table 1.1 Standar Operasional atau Jasa Purna Jual

Standar Operasional atau Jasa Purna Jual		
Sebelum pengerjaan	Saat pengerjaan	Setelah pengerjaan
<ul style="list-style-type: none"> - Pengaturan parker sepeda motor - Pemberian nomor urut <i>service</i> - Pendaftaran <i>service</i> - Pengecekan awal dan pemasangan soft card - Mempersilahkan konsumen ke ruang tunggu - Koordinasi pengerjaan dengan mekanik 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemahaman SPK dan sop card - Pemasangan perlindungan - Mempersiapkan peralatanyang diperlukan - Proses pengerjaan - Pemeriksaan hasil kerja - Merapikan peralatan dan membersihkan sepeda motor 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemeriksaan akhir pengerjaan - Pemeriksaan tekanan ban dan putaran langsung mesin - Melepas pelindung motor - Tes fungsi dan layak jalan - Penjelasan hasil kerja dan penyerahaan part bekas - Penyelesaian administrasi

Sumber: Astra Honda Motor Alauddin

Standar operasional atau prosedur jasa dalam pengerjaan *service* sepeda motor yang terdiri dari 3 tahap yakni sebelum pengerjaan, saat pengerjaan dan setelah pengerjaan. Selanjutnya dalam pengerjaan *service* terhadap sepeda motor dibagi berdasarkan lama atau waktu pengerjaan yakni untuk *service* besar dengan waktu pengerjaan selama 3-5 jam, untuk *service* ulang/ganti oli dengan waktu pengerjaan selama 10-20 menit dan untuk *service* ringan dengan waktu pengerjaan selama 30-45 menit. Perusahaan ini juga memberikan garansi selama 10 hari dari tanggal *service* dilakukan. Selain pelaksanaan prosedur di atas. Dealer Astra Honda Motor Alauddin memberikan informasi atau keterangan-keterangan kepada konsumen yang merupakan hak konsumen yakni informasi item pengerjaan *service*, jenis suku cadang yang diganti, perkiraan biaya *service*, penjelasan perkiraan waktu *service*, bukti penyerahaan sepeda motor yang di *service*, konfirmasi ulang apabila ada suku cadang yang diganti, penjelasan kondisi terakhir sepeda motor setelah dilaksanakan pengerjaan servis atau penggunaan suku cadang, penjelasan kapan rencana servis atau penggunaan suku cadang, penjelasan kapan rencana servis berikutnya dan menerima tanda bukti (pelunasan) pembayaran.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik meneliti lebih jauh untuk melakukan penelitian di Astra Motor Honda Alauddin dikota Makassar untuk meningkatkan kualitas pelayanan *service* sepeda motor maka perlu dilakukan perbaikan dalam usaha peningkatan baik berupa internal maupun eksternal di Dealer Astra Motor Honda Alauddin dikota Makassar dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERVICE SEPEDA MOTOR PADA PT.ASTRA MOTOR HONDA CABANG ALAUDDIN MAKASSAR”**

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka identifikasi masalah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan pelanggan pada Dealer Astra Motor Honda cabang Alauddin pada tahun 2019-2021
2. Pelayanan yang belum maksimal dikarenakan masih terbatasnya jumlah tenaga mekanik
3. Persediaan *spare part* kurang lengkap sehingga menimbulkan waktu tunggu yang cukup lama.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi Masalah penelitian diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen?
3. Bagaimanakah kepuasan konsumen di bengkel Dealer Astra Motor Honda Alauddin.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang memberikan gambaran mengenai faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Astra Honda Alauddin dikota makassar, disamping sebagai bahan penyusunan skripsi guna memenuhi persyaratan dalam memenuhi gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Universitas Pakuan.

Adapun maksud dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menerapkan dasar-dasar pengetahuan dan wawasan selama mengikuti perkuliahan untuk melatih diri serta dapat menerapkannya saat berada di lapangan
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk menganalisis keterikatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan pada Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar
2. Untuk mengetahui Kepuasan Konsumen pada Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memakai jasa *service* pada Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Kegunaan teoritis

Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan bidang pemasaran khususnya yang terkait dengan kualitas pelayanan, baik bagi mahasiswa yang membutuhkan referensi untuk penelitian yang sejenis maupun bagi umum. Dan juga dapat memberikan kesesuaian antara teori-teori yang ada dengan kondisi nyata.

2. Kegunaan praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan informasi dalam menerapkan keputusan pembelian untuk meningkatkan hasil.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Pada bagian ini, penulis mengutip beberapa pendapat para ahli untuk menjelaskan pengertian Manajemen Pemasaran.

Menurut Assauri (2018) menjelaskan bahwa Manajemen Pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) adalah:

“Marketing management as art and science of choosing target market and getting, keeping and growing customers through creating, delivering and communicating superior customer value”.

Menurut Sudarsono (2020), manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan (yang meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi) operasi pemasaran di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Tentu saja dalam fungsi manajemen pemasaran terdapat kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi.

Manajemen pemasaran, menggambarkan perbedaan pemikiran antara konsep penjualan dan konsep pemasaran, yaitu:

1. Penjualan berfokus pada kebutuhan penjual.
2. Pemasaran berfokus pada kebutuhan pembeli.
3. Penjualan memberi perhatian pada kebutuhan penjual untuk menjadikan produknya uang tunai.
4. Pemasaran mempunyai gagasan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan melalui sarana-sarana produk dan keseluruhan kelompok barang yang dihubungkan dengan hal menciptakan, menyerahkan, dan akhirnya mengonsumsinya.

Berdasarkan definisi di atas maka penulis berpendapat bahwa manajemen pemasaran adalah ilmu yang dapat memberikan kemudahan baik produsen maupun konsumen dalam mendapatkan, memperoleh, dan mengkomunikasikan suatu kebutuhan dan keinginan dalam melakukan pertukaran atau dalam mencapai suatu tujuan.

2.1.2 Pengertian Pemasaran

Pengertian Pemasaran, penulis mengutip beberapa pendapat para ahli. Menurut Tjiptono dan Diana (2020) Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Sedangkan Menurut Kotler dan Amstrong (2018) yaitu:

“The process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return”.

Menurut Laksana (2019) menyatakan bahwa pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen”.

Berdasarkan definisi diatas maka penulis berpendapat bahwa pemasaran adalah memiliki pandangan yang sangat luas bukan hanya sekedar kegiatan penjualan, pemasaran dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta dapat membangun yang sangat baik antara produsen dengan konsumen.

2.1.3 Fungsi Pemasaran

Keberhasilan finansial seringkali tergantung pada kemampuan pemasaran perusahaan yang bersangkutan. Kemampuan keuangan, operasi, akuntansi, dan fungsi bisnis yang lain tidak akan banyak membantu bilamana tidak ada permintaan yang memadai untuk barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

Fungsi pemasaran menurut Sudaryono (2016) yaitu:

1. Fungsi pemasaran, pembeli dapat membeli produk dari produsen. Baik dengan menukar uang dengan produk maupun menukar produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau dijual Kembali. Pertukaran merupakan salah satu dari empat cara orang mendapatkan suatu produk.
2. Fungsi distribusi fisik
Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati konsumen yang membutuhkan dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan agar kekurangan saat dibutuhkan.
3. Fungsi pelantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ketangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain pengurangan risiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk.

Berdasarkan definisi para ahli diatas bahwa fungsi pemasaran adalah menyampaikan produk atau jasa sampai ke konsumen dan bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga menghasilkan keuntungan

2.2 Bauran Pemasaran

Pada bagian ini penulis mengutip pendapat dari Tjiptono. Menurut Tjiptono (2014) Bauran Pemasaran adalah:

1. *Products*

Product merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditunjukan untuk mencapai tujuan organisasi pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam konteks ini, produk bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun yang tidak) yang dapat ditawarkan kepada konsumen potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Keputusan bauran produk yang dihadapi pemasar barang. Aspek pengembangan jasa baru juga memiliki keunikan khusus yang berbeda dengan barang, yakni jasa sukar diproteksi dengan paten.

2. *Pricing*

Keputusan bauran harga berkenan dengan kebijakan strategik dan taktika, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga antara berbagai kelompok konsumen. Pada umumnya aspek-aspek ini mirip dengan yang biasa dijumpai pemasar barang. Akan tetapi ada pula perbedaannya yaitu bahwa karakteristik intangible jasa menyebabkan harga menjadi indicator signifikan atas kualitas. Karakteristik personal dan *non-transferable*.

3. *Promotion*

Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada konsumen potensial dan actual. Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, penjualan, *direct marketing*, *personal selling*, dan *public relations*. Meskipun secara garis besar bauran promosi untuk barang sama dengan jasa, promosi jasa sering sekali membutuhkan penekanan tertentu pada upaya meningkatkan kenampakan tangibilitas jasa, selain itu, dalam kasus pemasaran jasa, personil produksi juga menjadi bagian penting dalam bauran promosi.

4. *Place*

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para konsumen potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik (misalnya keputusan mengenai dimana sebuah Dealer atau Bengkel didirikan) keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi konsumen (misalnya, apakah akan menggunakan jasa agen perjalanan atautkah harus memasarkan sendiri paket diskon secara langsung kepada konsumen) dan keputusan non-lokasi yang ditetapkan demi ketersediaan jasa (contohnya, penggunaan *telephone delivery systems*).

5. *People*

Bagi Sebagian besar jasa, orang merupakan unsur vital, dalam bauran pemasaran. Bila produksi dapat dipisahkan dengan konsumsi, sebagaimana dijumpai dalam kebanyakan kasus barang manufaktur, pihak manajemen biasanya dapat mengurangi pengaruh langsung sumber daya manusia terhadap output akhir yang diterima konsumen. Oleh sebab itu bagaimana sebuah motor dibuat umumnya bukanlah faktor penting bagi pembeli motor tersebut.

Berdasarkan definisi para ahli di atas bahwa bauran pemasaran adalah perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditunjukkan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

2.3 Jasa

2.3.1 Pengertian Jasa

Pada bagian ini penulis mengutip pendapat dua ahli. Menurut Kotler dan Keller 2012 dalam Fandy Tjiptono (2019) jasa adalah tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan pada suatu pihak kepada pihak lain yang dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan atas kepemilikan sesuatu.

Sedangkan menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019) adalah secara sosial maupun manajerial, pengertian pemasaran jasa dapat dipisahkan menjadi dua unsur. Secara sosial, pemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial, pemasaran jasa adalah proses perencanaan, pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, dan penyaluran gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019), produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Jadi, pada dasarnya jasa adalah semua kegiatan ekonomi yang hasilnya bukan objek atau bentuk fisik, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama saat dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti

kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau solusi untuk masalah konsumen.

Jenis jasa dapat dibedakan antara lain:

1. Jasa murni

Jasa murni merupakan tawaran hanya berupa jasa. Contoh: panti pijat, konsultasi psikologis, dan lain-lain.

2. Barang berwujud dengan jasa pendukung

Barang berwujud dengan jasa pendukung merupakan tawaran dari barang fisik yang diikuti oleh satu atau lebih jenis layanan untuk meningkatkan daya tarik pelanggan. Contoh: penjual mobil memberikan jaminan atau garansi satu tahun servis kerusakan.

3. Jasa campuran

Jasa campuran merupakan penawaran barang dan jasa dengan proporsi yang sama. Contoh: makanan yang ditawarkan di restoran disertai pelayanan yang mengesankan.

4. Jasa pokok disertai barang-barang dan jasa tambahan

Penawaran terdiri atas suatu jasa pokok bersama-sama dengan tambahan (pelengkap) dan atau barang-barang pendukung. Contoh: penumpang pesawat yang membeli jasa angkutan (transportasi) selama menempuh perjalanan ada beberapa produk fisik yang terlibat seperti makanan, koran, dan lain-lain.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu/kelompok dalam memenuhi kebutuhan individu/kelompok lainnya berdasarkan keinginan ataupun kebutuhan yang telah ditentukan.

2.3.2 Karakteristik Jasa

Pada bagian ini, penulis mengutip pendapat dari Fathudin dan Firmansyah. Menurut Fathudin dan Firmansyah (2019) mengemukakan bahwa ada empat karakteristik utama jasa bagi pembeli pertamanya yaitu:

1. *Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang, jika barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa merupakan suatu kegiatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja atau usaha yang menyebabkan jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami, merasakan, atau mengonsumsinya sendiri. Bila konsumen membeli suatu jasa tertentu, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Konsumen tersebut tidak dapat dikatakan memiliki jasa yang dibelinya.

2. *Inseparability*

Jasa bersifat *inseparability* artinya jasa dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa pada umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

3. *Variability/Heterogenity/inconsistency*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi.

4. *Perishability*

Merupakan jasa yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan, penulis mengutip dua pendapat ahli. Menurut Tjiptono (Nuraeni,2021) mengemukakan kualitas pelayanan adalah Ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas Pelayanan harus sesuai dengan ekspektasi jika ingin mencapai kepuasan masyarakat. Jika kualitas pelayanan tidak bisa melampaui ekspektasi masyarakat maka dipastikan tidak akan menciptakan kepuasan masyarakat.

Menurut Endang dan Sugiyanto (2019) mengemukakan kualitas pelayanan adalah hal yang wajib ada pada perusahaan atau pihak yang menawarkan produk dan jasa, karena adanya kualitas pelayanan kepada konsumen, bisa mengukur tingkat hasil kinerja yang dicapai.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang perlu di perhatikan karena kualitas pelayanan memberikan kesan penting serta menjadi salah satu hal yang memberikan kesan kenyamanan para konsumen.

2.4.2 Pengukuran Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019) mengungkapkan ada terdapat lima faktor Kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
2. Empati (*Empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga

hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.

3. Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen. Dengan cara keinginan para pegawai dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, kesigapan para pegawai untuk ramah pada setiap konsumen, kesigapan para pegawai untuk bekerja sama dengan konsumen.
4. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan pegawai dalam menangani kebutuhan 54 konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.
5. Kepastian (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Contoh dalam hal ini antara lain, pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya, pegawai dapat diandalkan, pegawai dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen, pegawai memiliki keahlian teknis yang baik.

Sedangkan menurut Tjiptono (2018) Kualitas Pelayanan yaitu:

1. Keandalan (*reability*)
Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Ketanggapan atau kepedulian (*responsiveness*)
Ketanggapan dan kepedulian adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan dan harapan pelanggan.
3. Jaminan (*assurance*)
Jaminan kepastian adalah kompetensi yang demikian sehingga memberikan rasa aman dan bahaya, risiko, atau keraguan dan kepastian mencakup pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki staf.
4. Perhatian (*emphaty*)
Perhatian adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual.

2.4.3 Faktor Penyebab buruknya Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016) setiap perusahaan harus benar-benar memahami sejumlah faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas pelayanan, diantaranya :

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan
Salah satu karakteristik unik pada jasa adalah jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa dan konsekuensinya. Berbagai macam persoalan berhubungan dengan interaksi antara penyedia jasa dan konsumen bisa saja terjadi.
2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi
Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian juga dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas jasa yang dihasilkan. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya antara lain : upah rendah (Umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat Pendidikan dan upah yang paling rendah dalam sebuah perusahaan), pelatihan yang kurang memadai bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi, tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi dan lain-lain.
3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai
Karyawan Front-line merupakan ujung tombak sistem penyampaian jasa. Agar dapat memberikan jasa secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen (Operasi, Pemasaran, Keuangan, dan SDM).
4. GAP Komunikasi
Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi merupakan faktor esensial dalam menjalin kontak dan relasi dengan pelanggan. Jika terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penolakan atau persepsi negatif terhadap kualitas jasa.
5. Memperlakukan semua konsumen dengan cara yang sama
Pelanggan merupakan individu yang unik dengan preferensi, perasaan dan emosi masing-masing. Dalam hal ini interaksi dengan penyedia jasa, tidak semua pelanggan bersedia menerima jasa yang seragam (*Standardized services*).
6. Perluasan atau pengembangan jasa secara berlebihan.
Disatu sisi menginstruksi jasa baru atau menyempurnakan jasa lama dapat meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis dan menghindari terjadi layanan yang buruk. Disisi lain bila terlampaui banyak jasa yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak menutup kemungkinan timbul masalah-masalah seperti seputar standar kualitas jasa.

7. Visi bisnis jangka pendek

Visi jangka pendek (misalnya, orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan dan lain-lain) bisa merusak kualitas jasa yang sedang dibentuk untuk jangka Panjang.

Berdasarkan definisi para ahli di atas penulis berpendapat bahwa faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan adalah jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan hal ini membutuhkan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian layanan konsekuensinya yang menimbulkan persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan bisa saja terjadi beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan dapat memberi pengaruh terhadap persepsi pelanggan pada kualitas jasa.

2.5 Kepuasan Konsumen

2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Pada bagian ini, penulis mengutip penjelasan beberapa para ahli. Dalam memaparkan pengertian kepuasan konsumen. Oliver (2019) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja seseuai dengan harapan, konsumen akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya jadi dan informasi pemasar dan sampai.

Sedangkan menurut Daryanto (2019) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi.

Berdasarkan definisi para ahli di atas maka penulis menarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu harapan konsumen yang dapat terpenuhi dan konsumen merasa puas.

2.5.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pendapat yang penulis kutip dari Tjiptono dan Diana terdapat beberapa metode untuk melakukan pengukuran tingkat kepuasan. menurut Tjiptono dan Diana (2019) menjelaskan sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran
2. Setiap pemasar yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, gagasan, masukan, dan keluhan mereka.

Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah diakses atau sering dilalui pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khususnya bebas pulsa, website, media sosial, *blog*, *facsmile*, nomor ponsel, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

1. *Ghost/mystery shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang ghost shoppers untuk berperan sebagai pelanggan potensial perusahaan dan pesaing mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk maupun layanan perusahaan dibandingkan pesaing.

2. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sedapat mungkin menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan dalam memuaskan pelanggannya.

3. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya Sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode *survey*, baik via pos, telepon, email, website, maupun wawancara langsung. Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

2.5.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Pratiwi dalam Agung (2019) Kepuasan Konsumen terdiri dari

1. Kemampuan/harapan pelanggan untuk senantiasa memakai jasa. Perilaku dari pelanggan dimana bisa menggambarkan pencarian untuk membeli, memakai, mengevaluasi serta membetulkan suatu produk dan jasa.
2. Kemauan pelanggan merekomendasikan kepada orang lain. Sikap pelanggan membeli produk/jasa yang ditawarkan serta diperlukan dan melaksanakan

pembelian serta tertib selaku tambahan mereka, teman-teman mereka yang lainnya supaya menggunakan produk/jasa tersebut.

3. Puas atas mutu layanan yang diberikan. Sikap pelanggan untuk mencari, mengubah, memakai, memperhitungkan, mengendalikan, produk ataupun jasa yang dikira bisa penuhi kebutuhan.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2018) dimensi kepuasan pelanggan terdiri dari:

1. Tetap setia, Pelanggan yang merasa puas terhadap suatu produk akan cenderung menjadi setia dan pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang dari produsen yang sama.
2. Membeli produk baru perusahaan dan memperbarui produk, karena merasa puas pelanggan memiliki keinginan untuk membeli produk yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang diterima setelah mengonsumsi produk. Selain itu pelanggan bersedia memberikan saran dan asukan ke produsen agar perusahaan dapat memproduksi barang dan jasa yang lebih baik.
3. Merekomendasikan produk, pelanggan yang puas akan mendapatkan dorongan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain.
4. Kurang memperhatikan merek pesaing dan kurang sensitive terhadap harga, pelanggan bersedia membayar lebih kepada perusahaan karena sudah percaya akan perusahaan. Mereka memiliki perspektif apabila harga lebih tinggi maka kualitas juga lebih tinggi.

Menurut Ali Hasan (2015) dimensi kepuasan pelanggan terdiri dari :

1. Harapan
Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian /ketidakesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk perusahaan.
2. Minat Pembelian Ulang
Kepuasan diukur secara bihavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
3. Kesiediaan merekomendasikan
Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relative lam (seperti pembelian mobil, broker rumah, tur keliling dunia, dan sebagainya), ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

4. Ketidakpuasan konsumen

Aspek-aspek yang perlu ditelaan guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan adalah komplain, pengambilan produk, biaya garansi, dan *word of mouth negative* (rekomendasi negative).

Berdasarkan definisi diatas penulis menarik kesimpulan bahwa, indikator kepuasan konsumen adalah kesesuaian harapan yang didapatkan oleh konsumen dan ketersediaan merekomendasikan barang atau jasa.

2.6 Penelitian sebelumnya dan kerangka Pemikiran

2.6.1 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian Judul penelitian dan tahun penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode analisis	Hasil penelitian
1.	Priyono Daryono 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Bengkel Gatra Bumi Persada	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Emphaty</i> Kepuasan konsumen - Tingkat kinerja - Tingkat harapan	Metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya.	Dari hasil pengujian variable (Tangible) menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,178 dan memiliki t sebesar 1,918 dengan nilai signifikan sebesar 0,058 > 0,05 yang artinya variable berwujud tidak berpengaruh dan signifikan terhadap variable kualitas pelayanan
2.	Hakim Amir, Muhamad Aziz, Kadori Haidar, Vitria Putri Rahayu 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Generasi Knalpot	Variable X Kualitas Pelayanan Variable Y Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Emphaty</i> Kepuasan konsumen	Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian asosiatif kausal menggunakan metode analisis data. Pengumpulan data yang digunakan adalah dengan membagiakan	Dari analisis statistic deskriptif kualitas pelayanan menghasilkan rata-rata sebesar 83,8 nilai tertinggi (Max) 109, dan nilai terendah (Min) sebesar 32, nilai rata-rata 83,8 masuk dalam kategori tinggi. Persepsi

			- Tingkat kinerja Tingkat harapan	kuisisioner kepada seluruh konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji hipotesis	konsumen yang termasuk kategori kualitas pelayanan sangat tinggi sebesar 46%.
3.	Abdul Latif, Intisari Haryanti 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha Tugu Mas Bima	Variabel X Kualitas pelayanan Variabel Y Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Emphaty</i> Kepuasan konsumen - Tingkat kinerja Tingkat harapan	Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif yaitu mencari hubungan atau ikatan dengan dua variabel atau biasa lebih. Sementara Teknik pemilihan responden dengan Teknik purposive sampling.	Mulai dari uji validitas dan reliabilitas menyatakan valid dan reliable, regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi, uji koefisien korelasi sederhana dan pada pengujian uji signifikan (Uji t) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada kualitas pelayanan jasa, service terhadap kepuasan konsumen pada dealer Yamaha tugu mas bima
4.	Yuliyana yuliyana 2018, pengaruh Kualitas pelayanan, harapan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada bengkel karunia motor pacitan	Variable X Kualitas Pelayanan Variable Y Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Emphaty</i> Kepuasan konsumen - Tingkat kinerja	Pada penelitian ini menganalisis pengaruh variable kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen metode pengambilan data dengan menggunakan kuisisioner.	Konsumen hasil pengujian koefisien determinasi (R ²) sebesar 0,361 menjelaskan bahwa 3,61 kepuasan konsumen mampu dijelaskan oleh variabel independent yaitu kualitas pelayanan.

			Tingkat harapan	Data dalam penelitian ini dianalisis dengan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS.	
5.	Margie Subahagia Ningsih, Nabila Yudisha 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel otor Aji	Variable X Kualitas Pelayanan Variable Y Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Emphaty</i> Kepuasan konsumen - Tingkat kinerja Tingkat harapan	Penelitian ini menggunakan metode service Quality untuk mengukur jasa pelayanan dengan enentukan servqual Score/peringkat prioritas perbaikan dan actual servqual score/embandingkan kualitas pelayanan yang telah diberikan dengan kepuasan konsumen	Bengkel Motor Aji beroperasi pada hari seni-sabtu dari pukul 08:00 -21:00 WIB.Terdapat 30 Responden 20 diantaranya laki-laki dan 10 diantaranya perepuan. Distribusi konsumen berdasarkan pekerjaan ialah wiraswasta 2 orang (6,7%) pegawai swasta 7 orang.(23,3%) pelajar 17 Orang (56,7) dan lainnya 4 orang (13,3%).

2.6.2 Kerangka Pemikiran

Untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaan, upaya meningkatkan penjualan harus terus dilakukan agar perusahaan tetap mendapatkan laba/keuntungan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menempatkan kualitas pelayanan yang baik dan memberi kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk menghadapi persaingan sesama perusahaan yang sejenis, perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantages*). Semakin ketat persaingan, perusahaan harus mampu mengatasi atau mengatisipasi datangnya ancaman pesaing, menutupi kesalahan, dan memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang ada, sehingga dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

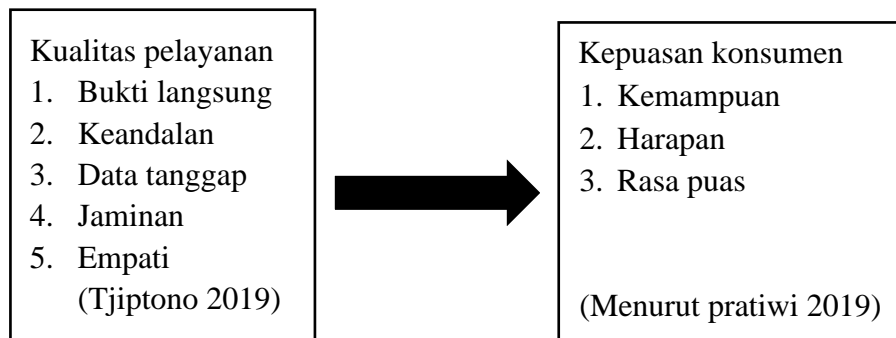
konsumen merupakan inti dari probabilitas jangka Panjang. Konsumen yang puas dengan hasil kerja perusahaan akan menguntungkan bagi perusahaan, agar menciptakan kepuasan konsumen maka Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin kota Makassar harus mengenali dan memahami kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan hak yang sangat penting untuk mempertahankan suatu bisnis untuk tetap berkembang bahkan maju. Seperti yang telah dikemukakan oleh Endang dan Sugiyanto (2019) “kualitas pelayanan adalah hal yang wajib ada pada perusahaan atau pihak yang menawarkan produk dan jasa, karena adanya kualitas pelayanan kepada konsumen, bisa mengukur tingkat hasil kinerja yang dicapai”. Perusahaan menginginkan setiap konsumennya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka dari itu perusahaan perlu mengetahui kebutuhan dan keinginan serta strategi apa untuk mencapai suatu kebutuhan dan keinginan para konsumen agar bisa diberikan oleh perusahaan.

Sedangkan menurut Lupiyoadi dalam Atmaja (2018) menyebutkan lima dimensi Kualitas Pelayanan jasa yang harus dipenuhi, yaitu Bukti Langsung (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*).

Menurut Gerson dalam Arief (2018) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik. Oleh karena itu perusahaan jasa harus berfokus pada kepuasan konsumen untuk dapat mengetahui pelayanan yang diinginkan, dibutuhkan, dan diharapkan oleh konsumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Priyono Daryanto (2018) memiliki variabel yang sama yaitu variabel independent (Kualitas Pelayanan) dan variabel dependen (Kepuasan Konsumen) dengan indikator yang sama, yaitu *Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, and Assurance* terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menjelaskan tentang analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa *service* Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar.

Maka dari itu saya sebagai peneliti membuat konstelasi penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.2 Konstelasi Penelitian

2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori yang ada, maka penulis dapat mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

- H_0 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar.
- H_1 : Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan penurunan konsumen pada Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif dimana menurut sugiyono (2018:) metode asosiatif merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara suatu variabel. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Peneliti menggunakan metode penelitian asosiatif atau penelitian berdasarkan hubungan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Dealer Astra Honda Motor Alauddin dikota Makassar.

3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen pada bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan dengan sub variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dan variabel kepuasan konsumen (y) yaitu kesesuaian harapan dan ketersediaan merekomendasikan.

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu individual yaitu penelitian mengenai individu/orang. Sumber data yang didapat atau berasal dari (respon) setiap orang /individu yang terdapat pada lokasi penelitian di bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar.

Lokasi penelitian di PT.Astra Motor Alauddin Makassar yang berlokasi di Jl. Sultan Alauddin No.57 Mangasa, Kec.Tamalate, Kota Makassar,Sulawesi Selatan, Indonesia.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

1. Sumber data
 - a. Data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh penulis melalui hasil kuisioner kepada para pelanggan dealer Astra Motor Honda cabang Alauddin mengenai variabel-variabel yang diteliti.
 - b. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain. Data sekunder yang digunakan peneliti diperoleh dari

berbagai sumber seperti data perkembangan jumlah pengunjung dari perusahaan.

3.4 Operasional Variabel

1. Variabel independen (X)

Variabel independent adalah variabel yang sering disebut variabel stimulus, predictor, antecedent. Sering juga disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen Abubakar (2020) yang ditetapkan sebagai variabel independent dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen(Y).

2. Variabel dependen (Y)

Variabel yang terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas merujuk abubakar (2020). Yang ditetapkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Sub Variabel (Dimensi)	Indikator	Skala
1.	Kualitas Pelayanan Tjiptono (2019)	Sebuah kebutuhan yang Harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap memperoleh kepercayaan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berwujud (<i>Tangible</i>) 2. Empati (<i>Emphaty</i>) 3. Cepat tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Keandalan (<i>Reliability</i>) 5. Kepastian (<i>Assurance</i>) 	Ordinal
2.	Kepuasan konsumen Pratiwi dalam Agung (2019)	Suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah diberikan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan/harapan 2. Kemauan pelanggan merekomendasikan kepada orang lain. 3. Puas atas mutu layanan yang diberikan. 	Ordinal

Operasional Variabel ini, variabel X diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuisisioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban di beri skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan untuk digunakan jawaban yang dipilih.

Skala likert yang digunakan adalah kuisisioner pilihan dimana setiap item pernyataan. Menurut sugiyono (2018:132) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi. Skala likert digunakan untuk menghitung semua indikator pembagian skala Likert dilakukan dengan pembagian sebagai berikut.

Table 3.2 Skala Likert

Jawaban Responden	Skor	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu - ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak setuju	1	5

Sumber: Sugiyono (2019)

3.5 Metode Penarikan Sample

3.5.1. Populasi

Penelitian ini menggunakan sampel data primer yang diperoleh dari responden Dealer Astra Motor Honda cabang Alauddin, metode penarikan sampel yang digunakan adalah probabilitas sampling dengan Teknik simple random sampling

Data sampel yang dapat diperlukan untuk populasi maka sampel yang digunakan sebagai sumber data harus *representative*. Untuk itu pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara random dengan kesalahan tertentu, dan dalam menentukan jumlah sampel adalah dengan menerapkan metode slovin dengan rumus

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

Keterangan

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Rata-rata tahun 2021

e² = Error atau nilai kritis atau batas penelitian yang diinginkan atau tingkat % kesalahan atau eror yang masih dapat di toleransikan.

$$n \frac{733}{1+733 (0,1)^2} \quad n \frac{733}{1+ 12} \quad n \frac{733}{12} = = 88,00$$

Jadi dari hasil perhitungan menggunakan rumus slovin dengan tingkat error 10% sehingga jumlah sampel yang diambil untuk penelitian setelah dibulatkan yaitu 88 responden yang tersebar.

3.5.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) yang dimaksud dengan sampel adalah sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).

Sampel digunakan sebagai ukuran sampel dimana ukuran sampel merupakan suatu Langkah untuk mengetahui besarnya sampel tersebut biasanya diukur secara statistika ataupun estimasi penelitian. Selain itu juga diperhatikan bahwa sampel yang

harus dipilih *representative*, artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam Teknik pengambilan sampel adalah:

1. Jumlah konsumen yang datang ke Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar.
2. Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan cara mendatangi konsumen yang sedang mengunjungi atau konsumen Dealer Astra Honda Alauddin. Hal ini dilakukan karena diharapkan hasil yang didapatkan dari hasil kuisisioner tersebut.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah populasi yaitu sebanyak 88 orang (responden).

3.6 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode sampling di atas, maka data terpilih dikumpulkan melalui metode primer dan sekunder, metode pengumpulan data untuk primer data langsung pada sumber data dengan cara pengamatan dan pengukuran dengan membagikan kuisisioner kepada para responden. Metode pengumpulan data sekunder yaitu diperoleh dari internet.

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

1. Studi Pustaka
Penelitian ini memiliki literatur permasalahan dalam perusahaan untuk mendapatkan landasan teori yang dapat digunakan sebagai pemecahan permasalahan.
2. Kuisisioner
Kuisisioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan tujuan untuk mendapatkan informasi langsung mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *service* sepeda motor pada bengkel Dealer Astra Honda Alauddin di Kota Makassar.

3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data

Sebelum menyebar kuisisioner terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji realibilitas untuk menilai apakah butir pertanyaan terdapat dalam kuisisioner sudah sesuai atau belum.

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono,2019) mengemukakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Tujuan uji validitas untuk mengetahui sejauh mana ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dilaporkan peneliti.

Keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut (Sugiyono,2019) dapat dikemukakan dan diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total, bila korelasi r diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen valid.

2. Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan (konsisten). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika. Yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,06 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal atau reliable (Sugiyono,2019).

Menurut Saptutyingsih dan Setyaningrum (2019) mengemukakan reliabilitas merupakan kestabilan hasil pengukuran secara repetitive dari masa ke masa. Reliabilitas alat ukur dapat diketahui dengan melakukan pengukuran berulang pada gejala yang sama dengan hasil yang sama.

Reliabilitas item diuji dengan melihat nilai Alpha-Cronbach. Nilai Alpha-Cronbach untuk reliabilitas dapat dilihat pada keseluruhan item dalam satu variabel. Apabila nilai $\alpha > 0,7$ maka tingkat reliabilitas terpenuhi (*sufficient reliability*), namun apabila nilai $\alpha < 0,5$ maka realibilitas rendah dan sebaiknya item tersebut tidak digunakan. Terdapat kriteria realibilitas, yaitu:

1. Apabila $\alpha > 0,90$ maka realibilitas sempurna
2. Apabila α antara 0,70 – 0,90 maka realibilitas tinggi
3. Apabila α antara 0,40 – 0,70 maka realibilitas moderat
4. Apabila $\alpha < 0,40$ maka realibilitas rendah

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016) Analisis Deskriptif merupakan Menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Sedangkan menurut Sugiyono (2016) pendekatan yang digunakan dalam analisis deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, perhitungan modus, median, mean, standar deviasi, perhitungan rumus panjang kelas untuk menentukan interval kriteria. Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan.

$$\text{Total tanggapan Responden} = \frac{\text{Total skor tanggapan responden}}{\text{skor tertinggi responden} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

Adapun langkah-langkah penilaian tanggapan responden sebagai berikut:

STS	TS	CS	S	SS
20	40	60	80	100

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

Dimana:

- Rentang : % tertinggi - % terendah
 Kelas : 4 (Sesuai dengan skala likert)

Berdasarkan rumus diatas Panjang kelas interval adalah:

$$\text{Interval} = \frac{100-0}{5} = \frac{100}{5} = 20$$

Sehingga kriteria penilaian tanggapan responden dapat digunakan dalam table dibawah ini:

Table 3.3 Interpretasi Hasil
Skala Pengukuran Variabel

Kategori	Skor/Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7.2 Uji Normalitas

1. Uji Normalitas

Menurut Suyonto (2016) menjelaskan bahwa selain uji asumsi klasik multikolinieritas dan heteroskedastisitas, uji asumsi klasik yang lain adalah uji normalitas dimana akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Distribusi normal atau distribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi normal atau sama sekali.

Menurut Ghozali (2018) mengemukakan uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan analisis uji statistik Kolmogorov-Smirnov dan analisis grafik. Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal dan tidak dengan cara melihat pada baris *Asymp. Sig (2-tailed)*.

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018) bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) apabila nilai $VIF < 10$, berarti tidak terdapat multikolinieritas. Jika nilai $VIF > 10$ maka terdapat multikolinieritas dalam data”.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dalam residual satu pengamatan kepengamatan lain. Untuk menjelaskan ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan

dengan cara melihat grafik Flot antara nilai prediksi variabel terikat (Zpred) dengan residualnya (Sresia). Apakah tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam data.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi linier sederhana. Analisis kuantitatif penelitian ini bertujuan menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) dan variabel terkait,kepuasan konsumen (Y). analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah arah hubungan antara variabel independent dan variabel dependen positif atau negative, dan untuk memprediksi nilai variabel dependen Ketika nilai variabel independent meningkat atau menurun

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Nilai prediksi variabel dependen

a= konstanta, yaitu nilai Y jika X = 0

b= Koefisien regresi, adalah nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X

X = Variabel Independen

1. Uji T

Uji hipotesis pada penelitian ini bertujuan membuktikan hipotesis mana yang diterima. Uji hipotesis dalam penelitian ini bertujuan juga untuk menjawab rumusan masalah pertama pada penelitian peneliti. Uji hipotesis dalam penelitian ini berfungsi untuk mengetahui apakah ada pengaruh variable X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) di bengkel Dealer Astra Honda Motor Alauddin dikota Makassar. Adapun rumusan uji t dalam penelitian ini yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

T = Nilai uji t

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah sampel

Dalam pengujian hipotesis pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bengkel Dealer Astra Honda Motor Alauddin dikota Makassar adalah sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{table}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{table}$, maka H_o diterima dan H_a ditolak

Jika nilai signifikan probabilitas koefisien $< 0,05$ dikatakan ada pengaruh yang dihasilkan dari variabel X terhadap variabel Y.

Menurut Ghozali (2018) Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan kriteria apabila nilai signifikansi 0,05 maka hipotesis ditolak.

2. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui persentase variasi total variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independent. Jika analisis yang digunakan adalah regresi sederhana. Maka digunakan sebagai koefisien determinasi. Namun jika analisis yang digunakan regresi berganda, maka digunakan koefisien determinasi.

Untuk menjawab rumusan masalah ke dua pada penelitian ini maka diperlukan analisis koefisien determinasi (R Square). analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi (R Square) atau yang sering disebut koefisien penentu. Besarnya kuadrat dari koefisien dalam penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa besarnya pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) di bengkel Dealer Astra Honda Motor Alauddin dikota Makassar. Artinya besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di ukur menggunakan koefisien determinasi yang ada.

Adapun rumus koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Kd = (r^2) \times 100 \%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Setelah melakukan analisis data, diperlukan penyajian hasil analisis data untuk menjelaskan hasil analisis yang didapatkan pada penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Perkembangan PT.Astra Motor Honda Alauddin Makassar

PT.Astra Internasional-Honda Sales Operation (HSO) cabang makassar berkedudukan di jalan Sultan Alauddin No 57 Makassar, didirikan pada tanggal 18 juli 1991 dan bertugas menjadi main dealer di daerah Sulawesi selatan. Kegiatan utama perusahaan ini adalah sebagai distributor sepeda motor merk Honda, sekaligus melakukan penjualan spare parts dan service khusus sepeda motor Honda.

Pada saat sekarang ini pemakaian sepeda motor sudah merupakan hal yang umum. Banyaknya persaingan yang terjadi pada dunia usaha sekarang ini memacu berbagai perusahaan untuk lebih meningkatkan mutu maupun pelayanan kepada para pelanggannya. Demikian pula yang terjadi pada PT.Astra Internasional – HSO sebagai distributor sepeda motor Honda, tak ketinggalan dalam berbenah diri guna memuaskan para pelanggannya. Salah satunya yaitu menyediakan bengkel-bengkel yang tersebar di berbagai wilayah, sebutan untuk bengkel resmi Honda adalah AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*). Selain itu PT. Astra Internasional – HSO juga menyediakan cabang asli Honda.

Tidak semua dealer yang dibawah oleh PT.Astra Internasional mempunyai fasilitas penjualan, service dan spare part. Untuk memudahkan dalam mengetahui status kedealeran maka di setiap tempat dealer dicantumkan kode yaitu

1. H 1 untuk bagian penjualan sepeda motor
2. H 2 untuk bagian service
3. H 3 untuk bagian penjualan *spare part*

Dealer yang merangkap sekaligus sebagai H1 dan H2, yaitu melakukan penjualan sepeda motor dan memiliki fasilitas service. Tetapi ada juga dealer yang Cuma bertindak sebagai H1 saja, dan Adapun dealer yang Cuma bertindak sebagai H2 saja. PT.Astra Internasional – HSO cabang makassar bertindak sekaligus sebagai H123 yaitu sebagai tempat penjualan sepeda motor Honda, melakukan service dan penjualan spare part khusus sepeda motor Honda.

4.1.2 Struktur Organisasi PT.Astra Motor Alauddin Makassar

Pelaksanaan kegiatan perusahaan, salah satu syarat yang harus diperhatikan adalah struktur organisasi yang baik dan tersusun rapi guna melancarkan tugas operasional pada perusahaan.

Kejelasan struktur organisasi berarti memperjelas *Job Specification* setiap bagian atau setiap karyawan yang dapat membantu mereka agar dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik. Oleh karena itu dapatlah dikatakan bahwa struktur organisasi merupakan suatu proses mengidentifikasi dan mengelompokkan pekerjaan untuk dilaksanakan, menentukan hubungan-hubungan untuk memungkinkan orang mau bekerja sama secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Maka untuk merealisasikan tujuan tersebut dalam suatu organisasi, perlu disusun lebih dahulu suatu struktur organisasi.

Struktur organisasi pada PT.Astra Internasional – HSO cabang Makassar, mengikuti prinsip organisasi line dan staff dimana setiap departemen dari struktur organisasi yang ada bertanggung jawab pada Region Head.

PT.Astra Internasional – HSO cabang makassar. Adapun struktur organisasi adalah sebagai berikut :

1. Kepala Wilayah

Bertugas melaksanakan manajemen dan segala sesuatu yang berhubungan dengan Perusahaan.

Dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh manajer pemasaran, parts, Retail, technical, service serta administrasi dari keuangan.

2. HC 3

Bertugas untuk menerima saran dan keluhan dari konsumen untuk selanjutnya meneruskan ke bagian yang terkait dan Bersama-sama dengan bagian yang terkait untuk mencari penjelasan yang terbaik demi kepuasan dari konsumen Honda.

HC3 juga bertugas untuk mengembangkan system pelayanan kepada konsumen HONDA di internal PT.Astra Internasional Tbk – Honda beserta seluruh jaringan.

3. Marketing Departemen

Departemen ini membawahi dua bidang yaitu :

- a. Dealer sales yang bertugas untuk menyalurkan sepeda motor ke dealer untuk di jual kepada konsumen. Dengan demikian penjualan dilakukan oleh dealer.

- b. Non dealer yang bertugas untuk mengadakan penjualan langsung ke konsumen.

4. *Parts Department*

Departemen ini membawahi dua bidang yaitu:

- a. Parts sales yang bertugas untuk melakukan penjualan *spare parts* ke dealer-dealer sepeda motor Honda yang diberi symbol H3.
- b. *Inventory Control* yang bertugas untuk mengatur dan mengawasi pengadaan stock spare parts yang diminta oleh mekanik dengan menunjukkan pesanan kerja atau *work order* (WO). Inventory Control juga bertugas menyimpan daftar spare parts yang akan disorder ke bagian parts.

5. *Technical Service Department*

Departemen ini membawahi dua bidang yaitu:

1. *Workshop* yang bertugas untuk
 - a. Mempertahankan dan melaksanakan pengorganisasian dan prosedur perbengkelan.
 - b. Memperhatikan peralatan bengkel, alat kerja dan informasi Teknik.
 - c. Memperhatikan peralatan bengkel, alat kerja dan informasi Teknik.
 - d. Memperhatikan hubungan dengan pelanggan.
 - e. Menjaga kualitas servis sepeda motor Honda.
2. *Claim Processor* yang bertugas untuk:
 - a. Menerima keluhan-keluhan kerusakan sepeda motor Honda yang telah di servis.
 - b. Memberikan garansi untuk setiap sepeda motor Honda yang baru dan menampung segala keluhan-keluhan pemakaian sepeda motor Honda.

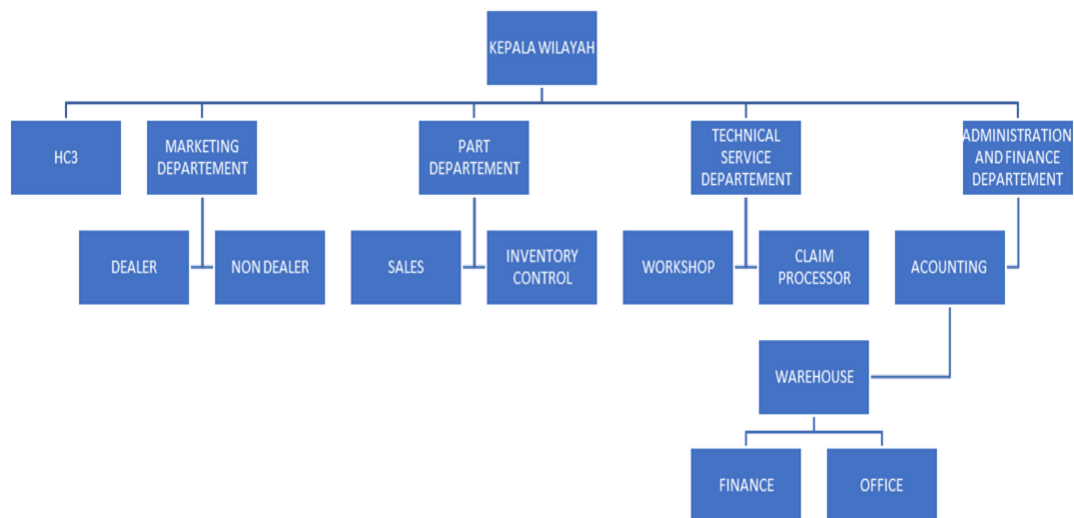
3. *Administrasi dan Finance Department*

Departemen ini terbagi dalam empat bidang yaitu :

1. *Accounting* yang bertugas untuk:
 - a. Mencatat dan memberikan laporan mengenai pemasukan dan pengeluaran aktiva perusahaan.
 - b. Mengawasi jalannya pengguna aktiva perusahaan
2. *Warehouse* yang bertugas untuk:
 - a. Mencatat dan memberikan laporan tentang jumlah unit sepeda motor yang digunakan.
 - b. Menjaga dan mengawasi kebersihan dan keselamatan Gudang.

3. *Finance* (keuangan) yang bertugas untuk:
 - a. Menyimpan dan mencatat pemasukan dan pengeluaran uang
 - b. Membuat laporan keuangan secara harian, mingguan dan bulanan.
4. Officer (karyawan administrasi) yang bertugas untuk :
 - a. Mengawasi, mengurus surat-surat masuk dan keluar untuk kelancaran tugas-tugas kerja.
 - b. Menyusun laporan bulanan kegiatan.
 - c. Menyusun dan mengawasi file atau data-data dari semua kepentingan kerja.

STRUCTURE ORGANIZATION

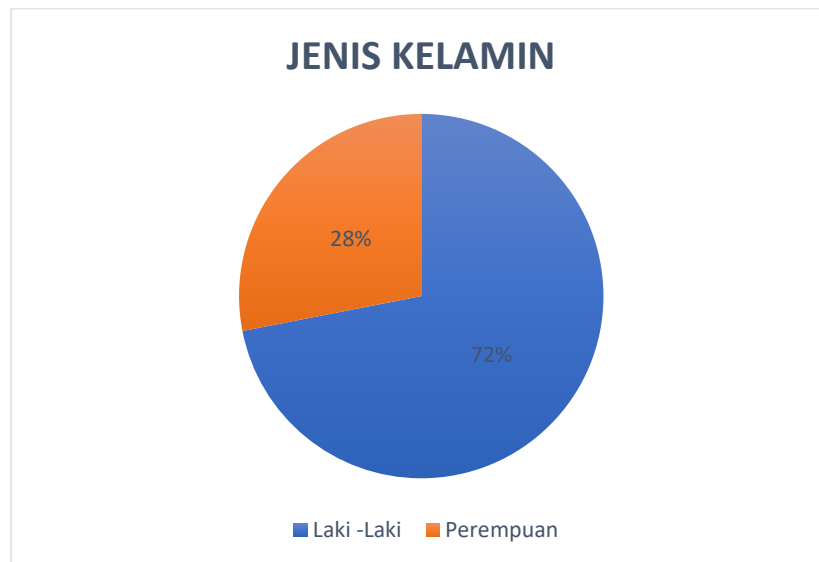


Gambar 4. 1 Stuktur Organisasi

4.2 Karakteristik Responden

Profil responden dalam penelitian dibagi menjadi 5, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, Asal, dan Alasan Berkunjung pada Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar.

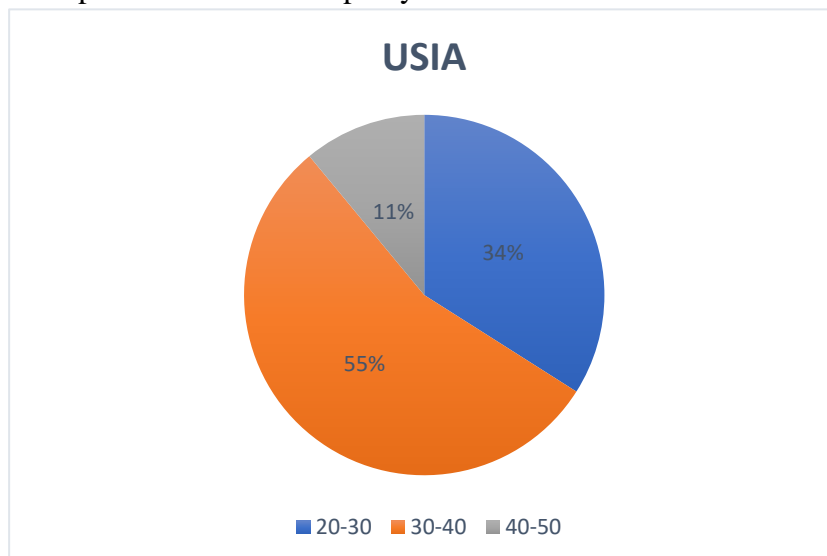
1. Data Responden berdasarkan Pertanyaan jenis kelamin



Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden

Gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa profil responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah konsumen laki-laki lebih dominan dibanding dengan pelanggan Perempuan dengan persentase 28%, sedangkan jumlah responden laki-laki 72%.

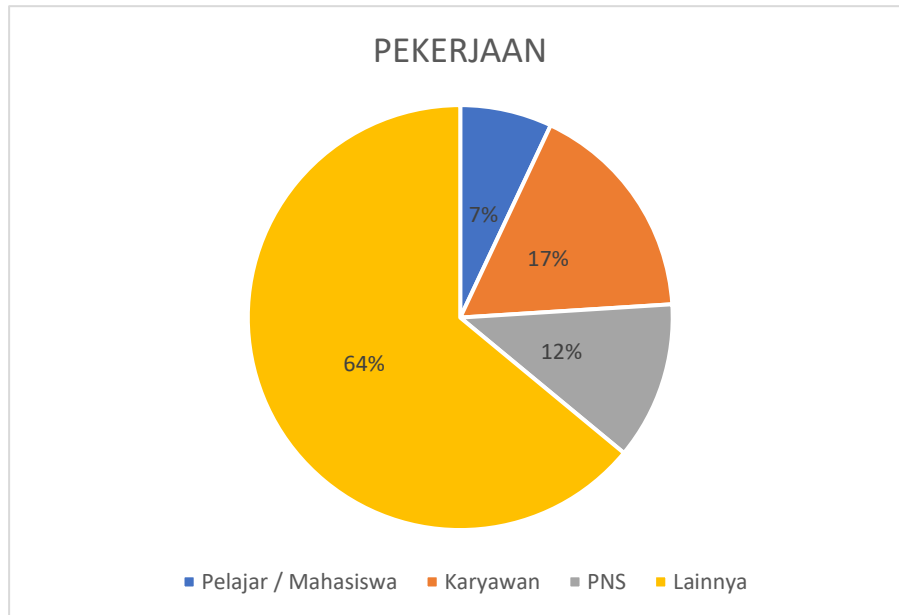
2. Data Responden berdasarkan pernyataan usia



Gambar 4. 3 Usia Responden

Gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar adalah usia 30-40 tahun dengan tingkat persentase 55% dan kemudian usia 20-30 tahun 34% lalu diikuti oleh usia 40-50 tahun 11%.

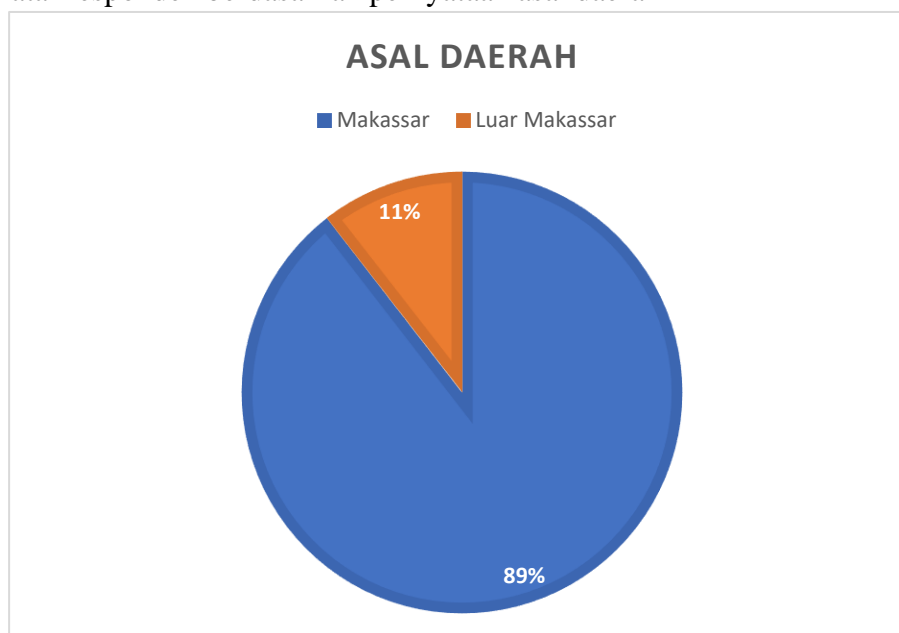
4. Data Responden berdasarkan Pernyataan pekerjaan



Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden

Gambar 4.3 diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar berdasarkan pekerjaan wirausaha dan buruh dengan persentase 64%, karyawan sebesar 17%, Pelajar/Mhs sebesar 7%, dan PNS sebesar 12%.

5. Data Responden berdasarkan pernyataan asal daerah



Gambar 4. 5 Asal Daerah Responden

Gambar 4.4 diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden pengunjung Dealer terbanyak yang berasal dari kota Makassar dengan jumlah persentase 89%, sedangkan jumlah responden dari luar kota Makassar sebesar 11%.

4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen service sepeda motor pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar

4.3.1 Analisis Deskriptif

A. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar

1. Tanggapan responden mengenai Pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia diruang tunggu pelayanan

Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Terhadap Pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia diruang tunggu pelayanan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	14	14	70
Setuju	4	35	35	140
Netral	3	32	32	96
Tidak Setuju	2	5	5	10
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2
Total		88	88	318

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 14% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 35% responden memilih setuju, persentase sebesar 32% memilih netral, lalu persentase sebesar 5% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 2%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{318}{440} \times 100\% = 72,27\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia diruang tunggu pelayanan dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

2. Tanggapan responden mengenai Karyawan Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin menjamin keamanan konsumen yang melakukan service.

Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin menjamin keamanan konsumen yang melakukan service

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	0	0	0
Setuju	4	47	47	188
Netral	3	38	38	114
Tidak Setuju	2	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		88	88	307

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 0% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 47% responden memilih setuju, persentase sebesar 38% memilih netral, lalu persentase sebesar 2% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 1%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{307}{440} \times 100\% = 69,77\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Karyawan Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin menjamin keamanan konsumen yang melakukan service dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

3. Tanggapan responden mengenai Karyawan cepat dalam menyelesaikan perbaikan.

Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan cepat dalam menyelesaikan perbaikan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	0	0	0
Setuju	4	53	53	212
Netral	3	31	31	93
Tidak Setuju	2	4	4	8
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	313

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 0% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 53% responden memilih setuju, persentase sebesar 31% memilih netral, lalu persentase sebesar 4% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{313}{440} \times 100\% = 71,14\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Karyawan cepat dalam menyelesaikan perbaikan dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

4. Tanggapan responden mengenai Karyawan Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin tanggap terhadap keluhan pelanggan

Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin tanggap terhadap keluhan pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	14	14	70
Setuju	4	37	37	148
Netral	3	34	34	102
Tidak Setuju	2	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		88	88	325

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 14% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 37% responden memilih setuju, persentase sebesar 34% memilih netral, lalu persentase sebesar 2% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 1%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{325}{440} \times 100\% = 73,86\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Karyawan Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin tanggap terhadap keluhan pelanggan dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

5. Tanggapan responden mengenai Karyawan mampu mengetahui dan memperbaiki kerusakan dengan cepat dan tepat.

Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan mampu mengetahui dan memperbaiki kerusakan dengan cepat dan tepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	14	14	70
Setuju	4	44	44	176
Netral	3	28	28	84
Tidak Setuju	2	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	334

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 14% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 44% responden memilih setuju, persentase sebesar 28% memilih netral, lalu persentase sebesar 2% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{334}{440} \times 100\% = 75,91\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Karyawan mampu mengetahui dan memperbaiki kerusakan dengan cepat dan tepat dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

6. Tanggapan responden mengenai Karyawan memberikan perhatian dengan baik terhadap pelanggan

Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan memberikan perhatian dengan baik terhadap pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	8	8	40
Setuju	4	33	33	132
Netral	3	46	46	138
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	312

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 8% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 33% responden memilih setuju, persentase sebesar 46% memilih netral, lalu persentase sebesar 1% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{312}{440} \times 100\% = 70,91\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Karyawan memberikan perhatian dengan baik terhadap pelanggan dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

7. Tanggapan responden mengenai hasil perbaikan atau service bengkel Dealer Astra Honda Alauddin sesuai dengan yang dijanjikan oleh bengkel dan sesuai harapan pelanggan

Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Honda Alauddin sesuai dengan yang dijanjikan oleh bengkel dan sesuai harapan pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	7	7	35
Setuju	4	53	53	212
Netral	3	28	28	84
Tidak Setuju	2	0	0	0

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	331

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 7% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 53% responden memilih setuju, persentase sebesar 28% memilih netral, lalu persentase sebesar 0% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{331}{440} \times 100\% = 75,23\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Hasil perbaikan atau service bengkel Dealer Astra Honda Alauddin sesuai dengan yang dijanjikan oleh bengkel dan sesuai harapan pelanggan dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

- Tanggapan responden mengenai Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin memberikan garansi kepada pelanggan setelah melakukan perbaikan

Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin memberikan garansi kepada pelanggan setelah melakukan perbaikan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	3	3	15
Setuju	4	46	46	184
Netral	3	38	38	114
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	315

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 3% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 46% responden memilih setuju persentase sebesar 38% memilih netral, lalu persentase sebesar 1% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut

perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{315}{440} \times 100\% = 71,59\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin memberikan garansi kepada pelanggan setelah melakukan perbaikan dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

9. Tanggapan responden mengenai Pelanggan merasa bahwa bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar adalah bengkel yang bereputasi baik

Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Pelanggan merasa bahwa bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar adalah bengkel yang bereputasi baik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	8	8	40
Setuju	4	41	41	164
Netral	3	38	38	114
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	320

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 8% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 41% responden memilih setuju, persentase sebesar 38% memilih netral, lalu persentase sebesar 1% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{320}{440} \times 100\% = 72,73\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Pelanggan merasa bahwa bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar adalah bengkel yang bereputasi baik dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

10. Tanggapan responden mengenai Perangkat yang digunakan oleh petugas customer service memiliki teknologi yang meyakinkan

Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Perangkat yang digunakan oleh petugas customer service memiliki teknologi yang meyakinkan bereputasi baik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	22	22	110
Setuju	4	22	22	88
Netral	3	44	44	132
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	330

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 22% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 22% responden memilih setuju, persentase sebesar 44% memilih netral, lalu persentase sebesar 0% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{330}{440} \times 100\% = 75,00\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Perangkat yang digunakan oleh petugas customer service memiliki teknologi yang meyakinkan dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

11. Tanggapan responden mengenai karyawan melayani pelanggan dengan ramah

Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap karyawan melayani pelanggan dengan ramah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	15	15	75
Setuju	4	49	49	196
Netral	3	22	22	66
Tidak Setuju	2	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	341

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 15% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 49% responden memilih setuju, persentase sebesar 22% memilih netral, lalu persentase sebesar 2% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{341}{440} \times 100\% = 77,50\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat karyawan melayani pelanggan dengan ramah dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

12. Tanggapan responden mengenai Pengelola dan Staff Bengkel Berpengalaman

Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Pengelola dan Staff Bengkel Berpengalaman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	18	18	90
Setuju	4	41	41	164
Netral	3	27	27	81
Tidak Setuju	2	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	339

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 18% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 41% responden memilih setuju, persentase sebesar 27% memilih netral, lalu persentase sebesar 2% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{339}{440} \times 100\% = 77,05\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Pengelola dan Staff Bengkel Berpengalaman dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

13. Tanggapan responden mengenai Hasil perbaikan sesuai dengan keinginan konsumen

Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Hasil perbaikan sesuai dengan keinginan konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	10	10	50
Setuju	4	48	48	192
Netral	3	29	29	87
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	331

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 10% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 48% responden memilih setuju, persentase sebesar 29% memilih netral, lalu persentase sebesar 1% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{331}{440} \times 100\% = 75,23\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Hasil perbaikan sesuai dengan keinginan konsumen dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

Berikut tabel rata-rata tanggapan responden terhadap kinerja kualitas pelayanan pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar:

Tabel 4. 14 Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Kualitas Pelayanan pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar

NO	PERNYATAAN	TOTAL TANGGAPAN RESPONDEN
1	Pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia diruang tunggu pelayanan	72,27%
2	Karyawan Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin menjamin keamanan konsumen yang melakukan service	69,77%
3	Karyawan cepat dalam menyelesaikan perbaikan	71,14%
4	Karyawan Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin tanggap terhadap keluhan pelanggan	73,86%
5	Karyawan mampu mengetahui dan memperbaiki kerusakan dengan cepat dan tepat	75,91%
6	Karyawan memberikan perhatian dengan baik terhadap pelanggan	70,91%
7	Hasil perbaikan atau service bengkel Dealer Astra Honda Alauddin sesuai dengan yang dijanjikan oleh bengkel dan sesuai harapan pelanggan	75,23%
8	Bengkel Dealer Astra Honda Alauddin memberikan garansi kepada pelanggan setelah melakukan perbaikan	71,59%
9	Pelanggan merasa bahwa bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dikota Makassar adalah bengkel yang bereputasi baik	72,73%
10	Perangkat yang digunakan oleh petugas customer service memiliki teknologi yang meyakinkan	75,00%
11	karyawan melayani pelanggan dengan ramah	77,50%
12	Pengelola dan Staff Bengkel Berpengalaman	77,05%
13	Hasil perbaikan sesuai dengan keinginan konsumen	75,23%

NO	PERNYATAAN	TOTAL TANGGAPAN RESPONDEN
	RATA-RATA	73,71%
	TOTAL KESELURUHAN	958,18%
	N	13

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan tabel di atas persentase rata-rata keseluruhan sebesar 73,71% maka dapat disimpulkan tingkat kinerja kualitas pelayanan pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar dinyatakan baik.

B. Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar

1. Tanggapan responden mengenai Dealer Astra Honda Alauddin mengutamakan kepentingan para konsumen dan pelanggan Bengkel

Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin mengutamakan kepentingan para konsumen dan pelanggan Bengkel

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	15	15	75
Setuju	4	42	42	168
Netral	3	30	30	90
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	335

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 15% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 42% responden memilih setuju, persentase sebesar 30% memilih netral, lalu persentase sebesar 1% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{335}{440} \times 100\% = 76,14\%$$

Berdasarkan total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Dealer Astra Honda Alauddin mengutamakan kepentingan para konsumen dan pelanggan Bengkel dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

2. Tanggapan responden mengenai Dealer Astra Honda Alauddin memberikan pelayanan administrasi yang tepat dan cepat

Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin memberikan pelayanan administrasi yang tepat dan cepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	8	8	40
Setuju	4	54	54	216
Netral	3	25	25	75
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	333

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 8% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 54% responden memilih setuju, persentase sebesar 25% memilih netral, lalu persentase sebesar 1% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{333}{440} \times 100\% = 75,68\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Dealer Astra Honda Alauddin memberikan pelayanan administrasi yang tepat dan cepat dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

3. Tanggapan responden mengenai Dealer Astra Honda Alauddin memberikan informasi secara jelas dan tepat pada konsumen dan pengunjung Dealer

Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin memberikan informasi secara jelas dan tepat pada konsumen dan pengunjung Dealer

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	11	11	55
Setuju	4	37	37	148
Netral	3	39	39	117
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		88	88	321

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 11% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 37% responden memilih setuju, persentase sebesar 39% memilih netral, lalu persentase sebesar 0% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 1%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{321}{440} \times 100\% = 72,95\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Dealer Astra Honda Alauddin memberikan informasi secara jelas dan tepat pada konsumen dan pengunjung Dealer dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

4. Tanggapan responden mengenai Dealer Astra Honda Alauddin memberikan respon yang cepat apabila terdapat complain dari konsumen dan pengunjung Dealer

Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin memberikan respon yang cepat apabila terdapat complain dari konsumen dan pengunjung Dealer

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	18	18	90
Setuju	4	40	40	160
Netral	3	29	29	87
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	339

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 18% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 40% responden memilih setuju, persentase sebesar 29% memilih netral, lalu persentase sebesar 1% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{339}{440} \times 100\% = 77,05\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Dealer Astra Honda Alauddin memberikan respon yang cepat apabila terdapat complain dari konsumen dan pengunjung Dealer dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

5. Tanggapan responden mengenai Dealer Astra Honda Alauddin memberikan layanan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Dealer

Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin memberikan layanan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Dealer

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	11	11	55
Setuju	4	33	33	132
Netral	3	44	44	132
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	319

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 11% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 33% responden memilih setuju, persentase sebesar 44% memilih netral, lalu persentase sebesar 0% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{319}{440} \times 100\% = 72,50\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Dealer Astra Honda Alauddin memberikan layanan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Dealer dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

6. Tanggapan responden mengenai Dealer Astra Honda Alauddin memberikan jaminan keamanan sesuai dengan peraturan pada Dealer

Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin memberikan jaminan keamanan sesuai dengan peraturan pada Dealer

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	12	12	60
Setuju	4	36	36	144
Netral	3	39	39	117
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	323

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 12% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 36% responden memilih setuju, persentase sebesar 39% memilih netral, lalu persentase sebesar 1% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{323}{440} \times 100\% = 73,41\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Dealer Astra Honda Alauddin memberikan jaminan keamanan sesuai dengan peraturan pada Dealer dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

7. Tanggapan responden mengenai Dealer Astra Honda Alauddin mengutamakan keselamatan konsumen dan pengunjung Dealer

Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap Dealer Astra Honda Alauddin mengutamakan keselamatan konsumen dan pengunjung Dealer

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	16	16	80
Setuju	4	34	34	136
Netral	3	35	35	105
Tidak Setuju	2	3	3	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	327

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 16% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 34% responden memilih setuju, persentase sebesar 35% memilih netral, lalu persentase sebesar 3% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{327}{440} \times 100\% = 74,32\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Dealer Astra Honda Alauddin mengutamakan keselamatan konsumen dan pengunjung Dealer dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

8. Tanggapan responden mengenai Perasaan Puas terhadap Frekuensi Perbaikan pada bengkel Dealer Astra Honda Alauddin

Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Terhadap Perasaan Puas terhadap Frekuensi Perbaikan pada bengkel Dealer Astra Honda Alauddin

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	7	7	35
Setuju	4	39	39	156
Netral	3	41	41	123
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	316

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 7% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 39% responden memilih setuju, persentase sebesar 41% memilih netral, lalu persentase sebesar 1% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$Total\ Tanggapan\ Responden = \frac{316}{440} \times 100\% = 71,82\%$$

Berdasarkan total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Perasaan Puas terhadap Frekuensi Perbaikan pada bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

9. Tanggapan responden mengenai Konsumen bersedia untuk merekomendasikan Dealer Astra Honda Alauddin sebagai bengkel yang cocok untuk perbaikan atau pembelian sepeda motor

Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Terhadap Konsumen bersedia untuk merekomendasikan Dealer Astra Honda Alauddin sebagai bengkel yang cocok untuk perbaikan atau pembelian sepeda motor

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	11	11	55
Setuju	4	38	38	152
Netral	3	39	39	117
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	324

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 11% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 38% responden memilih setuju, persentase sebesar 39% memilih netral, lalu persentase sebesar 0% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{324}{440} \times 100\% = 73,64\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui tingkat Konsumen bersedia untuk merekomendasikan Dealer Astra Honda Alauddin sebagai bengkel yang cocok untuk perbaikan atau pembelian sepeda motor dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

10. Tanggapan responden mengenai Konsumen Bersedia merekomendasikan Pelayanan yang diberikan staff karyawan bengkel Dealer Astra Honda Alauddin

Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Terhadap Konsumen Bersedia merekomendasikan Pelayanan yang diberikan staff karyawan bengkel Dealer Astra Honda Alauddin

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	18	18	90
Setuju	4	49	49	196
Netral	3	21	21	63
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		88	88	349

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pernyataan responden tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 88 responden yang menjawab dengan persentase tertinggi sebesar 18% responden memilih sangat setuju, persentase sebesar 49% responden memilih setuju, persentase sebesar 21% memilih netral, lalu persentase sebesar 0% responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Berikut perhitungan total tanggapan responden pada pernyataan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan:

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

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{349}{440} \times 100\% = 79,32\%$$

Total tanggapan responden dapat diketahui Konsumen Bersedia merekomendasikan Pelayanan yang diberikan staff karyawan bengkel Dealer Astra Honda Alauddin dapat disimpulkan baik, karena berada pada kelas interval 61% – 80%.

Berikut tabel rata-rata tanggapan responden terhadap kinerja kepuasan konsumen pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar:

Tabel 4. 25 Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen pelayanan pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar

NO	PERNYATAAN	TOTAL TANGGAPAN RESPONDEN
1	Dealer Astra Honda Alauddin mengutamakan kepentingan para konsumen dan pelanggan Bengkel	76,14%
2	Dealer Astra Honda Alauddin memberikan pelayanan administrasi yang tepat dan cepat	75,68%
3	Dealer Astra Honda Alauddin memberikan informasi secara jelas dan tepat pada konsumen dan pengunjung Dealer	72,95%
4	Dealer Astra Honda Alauddin memberikan respon yang cepat apabila terdapat complain dari konsumen dan pengunjung Dealer	77,05%
5	Dealer Astra Honda Alauddin memberikan layanan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Dealer	72,50%
6	Dealer Astra Honda Alauddin memberikan jaminan keamanan sesuai dengan peraturan pada Dealer	73,41%
7	Dealer Astra Honda Alauddin mengutamakan keselamatan konsumen dan pengunjung Dealer	74,32%
8	Perasaan Puas terhadap Frekuensi Perbaikan pada bengkel Dealer Astra Honda Alauddin	71,82%
9	Konsumen bersedia untuk merekomendasikan Dealer Astra Honda Alauddin sebagai bengkel yang cocok untuk perbaikan atau pembelian sepeda motor	73,64%
10	Konsumen Bersedia merekomendasikan Pelayanan yang diberikan staff karyawan bengkel Dealer Astra Honda Alauddin	79,32%
	RATA-RATA	74,68%
	TOTAL KESELURUHAN	746,82%
	N	10

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Berdasarkan tabel di atas persentase rata-rata keseluruhan sebesar 74,68% maka dapat disimpulkan tingkat kepuasan harapan kepuasan konsumen service sepeda motor pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar sudah cukup puas.

4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen service sepeda motor pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar

Data yang telah dikumpulkan mengenai seluruh variabel penelitian kemudian diolah dengan teknik analisis statistik model regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS versi 26. Analisis regresi berganda merupakan analisis untuk mengukur seberapa besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependent. Dalam regresi berganda perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yang harus terpenuhi.

1. Uji Validitas

Uji Validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r table. Apabila r hitung $>$ r table, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan kuesioner tersebut valid. r hitung pada penelitian ini merupakan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 26. Berikut hasil uji validasi variabel peranan kualitas pelayanan sebanyak 88 kuesioner yang telah disebarkan:

Table X

Correlations		
		TOTALX
X1.1	Pearson Correlation	.437**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.2	Pearson Correlation	.353**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	88
X1.3	Pearson Correlation	.451**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.4	Pearson Correlation	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.5	Pearson Correlation	.272*
	Sig. (2-tailed)	.010
	N	88
X1.6	Pearson Correlation	.381**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.7	Pearson Correlation	.286**
	Sig. (2-tailed)	.007

Correlations		
		TOTALX
	N	88
X1.8	Pearson Correlation	.319**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	88
X1.9	Pearson Correlation	.252*
	Sig. (2-tailed)	.018
	N	88
X1.10	Pearson Correlation	.307**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	88
X1.11	Pearson Correlation	.439**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.12	Pearson Correlation	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.13	Pearson Correlation	.396**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
TOTALX	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	88

Setelah nilai r hitung diperoleh, langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai r hitung tersebut dengan nilai r tabel. r tabel diperoleh dari tabel distribusi pada taraf signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$ (5%) dan derajat of degree :

$$(dk) = N - K$$

Dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variable. Jadi r tabel penelitian ini adalah :

$$r \text{ tabel} = (\alpha ; dk)$$

$$r \text{ tabel} = (0,05 ; (88 - 2))$$

$$r \text{ tabel} = (0,05 ; 86)$$

$$r \text{ tabel} = 0,361$$

Berikut ini merupakan perbandingan r hitung dengan r tabel untuk variable kualitas pelayanan:

Indikator	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,437	0,209	Valid
	X1.2	0,353	0,209	Valid
	X1.3	0,452	0,209	Valid
	X1.4	0,654	0,209	Valid
	X1.5	0,272	0,209	Valid
	X1.6	0,381	0,209	Valid
	X1.7	0,286	0,209	Valid
	X1.8	0,319	0,209	Valid
	X1.9	0,252	0,209	Valid
	X1.10	0,307	0,209	Valid
	X1.11	0,439	0,209	Valid
	X1.12	0,507	0,209	Valid
	X1.13	0,396	0,209	Valid

Uji validitas terhadap variabel kualitas pelayanan menghasilkan bahwa seluruh pernyataan valid, hal ini dikarenakan r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0.209. Sedangkan untuk hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 26 atas variable kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Correlations		
		TOTAL Y
Y.1	Pearson Correlation	.473**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.2	Pearson Correlation	.522**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.3	Pearson Correlation	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.4	Pearson Correlation	.484**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.5	Pearson Correlation	.518**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88

Y.6	Pearson Correlation	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.7	Pearson Correlation	.587**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.8	Pearson Correlation	.452**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.9	Pearson Correlation	.427**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.10	Pearson Correlation	.592**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
TOTALL Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	88

Setelah nilai r hitung diperoleh, langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai r hitung tersebut dengan nilai r tabel. Berikut perbandingan nilai r hitung dan r tabel untuk variable kepuasan konsumen:

Indikator	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen	Y1	0,473	0,209	Valid
	Y2	0,522	0,209	Valid
	Y3	0,678	0,209	Valid
	Y4	0,484	0,209	Valid
	Y5	0,518	0,209	Valid
	Y6	0,593	0,209	Valid
	Y7	0,587	0,209	Valid
	Y8	0,452	0,209	Valid
	Y9	0,427	0,209	Valid
	Y10	0,592	0,209	Valid

Uji validitas terhadap variable kepuasan konsumen menghasilkan bahwa seluruh pernyataan valid, hal ini dikarenakan r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0.209.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas item diuji dengan melihat nilai Alpha-Cronbach. Nilai Alpha-Cronbach untuk reliabilitas dapat dilihat pada keseluruhan item dalam satu variabel. Apabila nilai $\alpha > 0,7$ maka tingkat reliabilitas terpenuhi (*sufficient reliability*), namun apabila nilai $\alpha < 0,5$ maka realibilitas rendah dan sebaiknya item tersebut tidak digunakan. Terdapat kriteria realibilitas, yaitu:

1. Apabila $\alpha > 0,90$ maka realibilitas sempurna
2. Apabila α antara $0,70 - 0,90$ maka realibilitas tinggi
3. Apabila α antara $0,40 - 0,70$ maka realibilitas moderat
4. Apabila $\alpha < 0,40$ maka realibilitas rendah

Hasil pengujian realibilitas menggunakan SPSS versi 26 untuk variabel kualitas pelayanan sebagai berikut:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.416	13

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas variable kualitas pelayanan sebesar 0,416. Nilai ini memiliki tingkat keandalan moderat karena berada diantara $0,40 < 0,416 < 0,70$, maka dapat disimpulkan bahwa variable ini memenuhi kriteria reliable.

Sedangkan hasil pengujian realibilitas menggunakan SPSS versi 26 untuk variable kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.720	10

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas variable kepuasan konsumen sebesar 0,720. Nilai ini memiliki tingkat keandalan tinggi karena berada diantara $0,70 < 0,720 < 0,90$, maka dapat disimpulkan bahwa variable ini memenuhi kriteria reliable.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik atau layak digunakan dalam penelitian yaitu data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal Kolmogorov-Smirnov, yaitu:

1. Jika $\text{sig} > 0.05$ maka data berdistribusi normal
2. Jika $\text{sig} < 0.05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 26 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.42643161
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.089
	Negative	-.079
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084 ^c

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan Asymp.Sig sebesar 0,084 ($0,084 > 0,05$). Karena nilai signifikan $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam uji normalitas data yang telah diambil untuk diteliti oleh penulis berdistribusi normal.

4. Multikolinieritas

Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinieritas, yaitu jika VIF yang dihasilkan diantara < 10 dan nilai Tolerance > 0.1 .

Tabel 4. 27 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.696	3.420		6.637	.000		
	Kualitas Pelayanan	.303	.070	.421	4.307	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

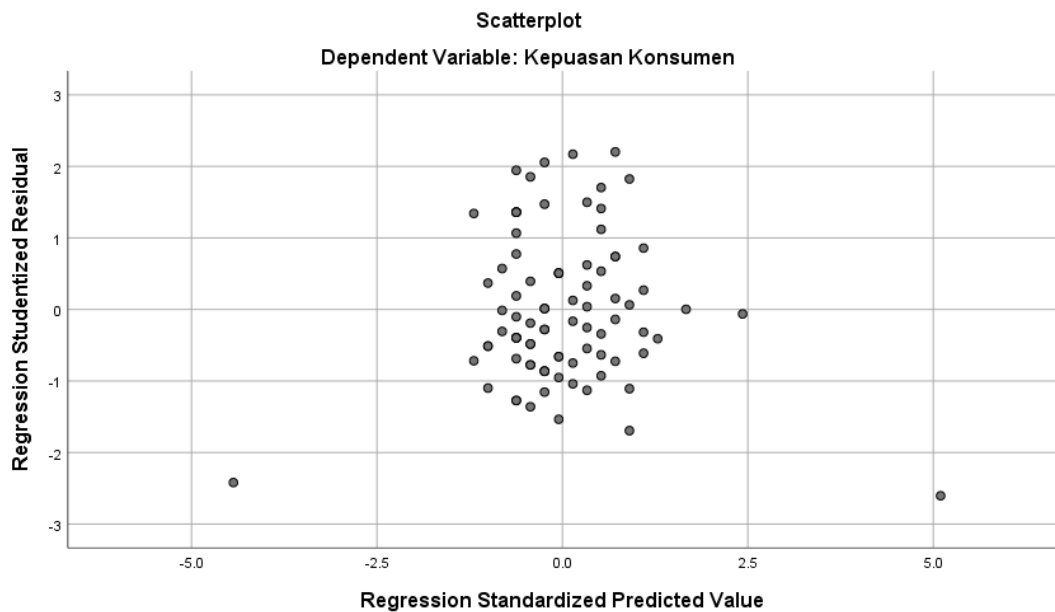
Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai Tolerance kualitas pelayanan sebesar 1,000, Dengan demikian variable tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas.

5. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika :

1. Titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
2. Titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

1. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.



Gambar 4. 6 Uji Heterosketastisitas

Gambar diatas dapat diketahui titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terjadi pola yang jelas. Maka dapat dipastikan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

6. Analisis Regresi Linier Sederhana

Metode analisis regresi sederhana ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Maka dari itu, penulis sajikan hasil uji regresi linier sederhana sebagai berikut:

Tabel 4. 28 Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.696	3.420		6.637	.000
	Kualitas Pelayanan	.303	.070	.421	4.307	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pada output ini, telah dikemukakan nilai koefisien dari persamaan regresi. Dalam kasus ini, persamaan regresi sederhana yang digunakan, yaitu:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Kepuasan konsumen

X = Kualitas pelayanan

Dari output di atas didapatkan model persamaan regresi:

$$Y = 22,696 + 0,303X$$

Koefisien persamaan regresi linier sederhana di atas dapat diartikan untuk koefisien konstan sebesar 22,696 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan bernilai nol atau tetap, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 22,696.

Variabel kepuasan 0,303 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,303 atau sebesar 30,3%

7. Uji Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinasi (*R square*) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (kualitas pelayanan) mampu menjelaskan variabel dependen (kepuasan konsumen). Berikut hasil uji determinasi (*R square*):

Tabel 4. 29 Uji Determinasi (*R Square*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.421 ^a	.177	.168	3.44630

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Table di atas dapat diketahui nilai *R square* sebesar 0,177 (17,7%). Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi sederhana, dimana variabel independen (kualitas pelayanan) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 17,7%. Sedangkan sisanya, sebesar 82,3% dipengaruhi oleh variabel lain atau yang tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

8. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis secara parsial bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Berikut hasil pengujian hipotesis:

Tabel 4. 30 Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.696	3.420		6.637	.000
	Kualitas Pelayanan	.303	.070	.421	4.307	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Pada table di atas, dapat diketahui t_{hitung} pada kualitas pelayanan yaitu sebesar 4,307. Pada derajat bebas (df) = $N - 2 = 88 - 2 = 82$. Maka telah ditemukan t_{tabel} sebesar 1,98. Maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,307 > 1,989$). Kriteria dalam kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak secara statistik adalah signifikan, dari hasil uji t nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya terdapat pengaruh yang era tantara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya secara statistik adalah tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan kriteria di atas, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, kualitaas pelayanan pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen service sepeda motor pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen service sepeda motor pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar”** maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji *R square* diketahui memiliki pengaruh sebesar 0,177 (17,7%). Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi sederhana, dimana variabel independen (kualitas pelayanan) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 17,7%. Sedangkan sisanya, sebesar 82,3% dipengaruhi oleh variabel lain atau yang tidak termasuk dalam analisis regresi ini.
2. Hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,307 > 1,989$), maka H_0 ditolak secara statistik adalah signifikan, dari hasil uji t nilai signifikan lebih kecil 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya terdapat pengaruh yang erat antara kualitas pelayanan PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar terhadap kepuasan konsumen service sepeda motor pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar dapat menunjukkan sikap yang lebih ramah dalam melayani konsumen service motor sehingga para konsumen akan puas terhadap layanan yang diberikan oleh karyawan PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar
2. PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar lebih meningkatkan lagi komunikasi dengan konsumen agar tercipta suasana yang lebih nyaman serta kondusif.
3. PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar melakukan peningkatan dalam hal pelayanan, para karyawan PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar harus lebih profesional dalam mengolah dan memberikan informasi kepada konsumen. Agar para konsumen bisa semakin puas dengan kualitas pelayanan PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A. R., & Oliver, J. (2019). *Journal of Chemical Information and Modeling*. 53(9),1689–1699.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel rizen kedaton bogor. *1(2)*, 83–101.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi I*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Daryanto. (2018). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran, Edisi 2*. Bandung: PT.Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Daryanto. (2019). *Sari Kulia Manajemen Pemasaran Syariah*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Endah Saptutydingsih dan Esty Setyaningrum. (2019). *Penelitian kuantitatif Metode dan Analisis*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Endang, E., & Sugiyanto, S. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gudang Komoditi Sistem Resi Gudang Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Manajemen*, 4(3).
- Fandy, T. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G . (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management 15th Edision*. United States of America: Pearson.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Nuraeni. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab. *E-QIEN*, 94-100.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sri Mulyani Indarwati
Alamat : Kp.Babakan Cikembar, Desa Antajaya, Kec.
Tanjungsari Kab,Bogor
Tempat/Tangga Lahir : Jakarta, 15 Maret 2001
Agama : Islam
Pendidikan
• SD : SDN 01 ANTAJAYA
• SMP : SMPN 01 TANJUNGSARI
• SMA : MAN 2 CIANJUR
• Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS PAKUAN

Bogor, Mei 2023

Sri Mulyani Indarwati

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Responden Penelitian

Pelanggan/pengunjung PT.Astra Motor Honda cabang Alauddin Makassar

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Universitas Pakuan, dengan identitas:

Nama : Sri Mulyani Indarwati

NPM : 021119300

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Jurusan : Manajemen

Dalam rangka mendapatkan data guna untuk menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Service Sepeda Motor Pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar”, maka saya mohon bantuan serta kesediaannya Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini hanya bertujuan untuk kepentingan penelitian dan tidak disajikan kepihak luar, serta kerahasiaan dalam mengisi kuesioner ini terjamin sepenuhnya. Oleh karena itu saya berharap jawaban yang Bapak/Ibu berikan dengan jujur dan terbuka akan sangat membantu dalam penelitian ini. Atas partisipasi dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Sri Mulyani Indarwati
(021119300)

IDENTITAS RESPONDEN

Untuk kelengkapan data penelitian, saya mohon Bapak/Ibu/Saudara/Saudari mengisi data dibawah ini dengan memberi tanda ceklis (√) dikolom jawaban yang dipilih :

1. Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan
2. Usia
 - 20-30 Tahun
 - 30-40 tahun
 - 40-50 tahun
3. Pekerjaan
 - Mahasiswa/i
 - Karyawan Swasta
 - PNS
 - Lainnya
4. Asal
 - Makassar
 - Luar Makassar

Petunjuk Pengisian

1. Tanggapilah masing-masing pertanyaan dibawah ini sesuai dengan penilaian saudara mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Service Sepeda Motor Pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar”.
2. Keterangan pilihan jawaban adalah sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS= Sangat Tidak Setuju

Daftar Pertanyaan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	Kualitas Pelayanan					
	Bukti Fisik					
1	Hasil perbaikan atau service bengkel Dealer Astra Motor Honda Alauddin sesuai dengan yang dijanjikan oleh bengkel dan sesuai harapan pelanggan					
2	Bengkel Dealer Astra Motor Honda Alauddin memberikan Garansi kepada pelanggan setelah melakukan perbaikan					
3	Pelanggan merasa bahwa Astra Motor Honda Alauddin Makassar adalah bengkel Dealer yang bereputasi baik					
	Kehandalan					
4	Pengelola dan Staff bengkel sudah berpengalaman					
5	Hasil perbaikan sesuai dengan keinginan responden					

	Daya Tanggap					
6	Karyawan cepat dalam menyelesaikan perbaikan					
7	Karyawan bengkel Dealer Astra Motor Honda Alauddin tanggap terhadap keluhan pelanggan					
8	Karyawan mampu mengetahui dan memperbaiki kerusakan dengan cepat dan tepat					
	Jaminan					
9	Karyawan bengkel Dealer Astra Motor Honda Alauddin menjamin keamanan konsumen yang melakukan service					

10	Perangkat yang digunakan oleh petugas Customer Service memiliki teknologi yang meyakinkan					
11	Karyawan melayani pelanggan dengan ramah					
	Empati					
12	Tanggapan responden mengenai Pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia diruang tunggu pelayanan					
13	Karyawan memberikan perhatian dengan baik terhadap pelanggan					
	Kepuasan Konsumen (Y)					
	Kesesuaian Harapan					
1	Dealer Astra Motor Honda cabang Alauddin memberikan pelayanan administrasi yang tepat dan cepat					
2	Dealer Astra Motor Honda cabang Alauddin mengutamakan kepentingan para konsumen dan pelanggan bengkel					
3	Dealer Astra Motor Honda cabang Alauddin memberikan informasi secara jelas dan tepat pada konsumen dan pengunjung Dealer					
	Ketersediaan Merekomendasikan					
4	Konsumen bersedia merekomendasikan Dealer Astra Motor Honda Alauddin sebagai bengkel yang cocok untuk perbaikan atau pembelian sepeda motor					
5	Konsumen bersedia merekomendasikan pelayanan yang diberikan staff karyawan bengkel dealer Astra Motor Honda cabang Alauddin					
	Puas atas Mutu Layanan					
6	Dealer Astra Motor Honda cabang Alauddin memberikan respon yang cepat apabila terdapat complain dari konsumen dan pengunjung Dealer					

7	Dealer Astra Motor Honda Alauddin memberikan layanan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Dealer					
8	Dealer Astra Motor Honda Alauddin mengutamakan keselamatan konsumen dan pengunjung Dealer					
9	Perasaan puas terhadap Frekuensi Perbaikan pada bengkel Dealer Astra Motor Honda cabang Alauddin					
10	Dealer Astra Motor Honda Alauddin memberikan jaminan keamanan sesuai dengan peraturan pada Dealer					

Lampiran 2 Tabulasi Kuisisioner

Variabel Kualitas Pelayanan (X)

X													TOTAL X
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	
4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	52
5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	51
2	3	3	4	4	3	5	4	5	3	3	3	3	45
5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	51
3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	52
5	3	4	3	3	4	3	5	5	3	4	5	4	51
5	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	50
5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	53
3	2	2	4	3	3	4	3	4	5	4	4	3	44
1	1	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	25
2	2	3	3	3	4	5	3	5	3	2	4	4	43
3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	46
4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	4	4	51
4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	45
2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	46
3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	45
2	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	3	50
4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	47
5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	47
5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	51
4	4	4	4	4	3	4	3	3	5	5	5	4	52
4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	46
3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	44
3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	45
3	3	4	4	3	3	3	4	3	5	4	5	4	48
3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	45
5	4	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	3	49
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	61
4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	57
2	3	2	5	3	4	3	4	3	3	4	3	3	42
1	3	2	4	2	4	4	4	4	3	5	4	5	45
5	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	49
3	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	49
3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	5	3	4	46
4	3	3	4	5	5	4	4	5	3	5	4	5	54
3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	47
4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	52
3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	47
4	3	3	4	3	4	5	4	5	3	4	5	3	50

X													TOTAL X
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	
3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	45
4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	51
3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	46
4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	3	4	48
3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	47
4	4	4	3	5	5	4	3	4	5	5	4	4	54
3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	43
4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	47
3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	50
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	53
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	42
4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	5	45
3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	52
4	4	3	4	3	4	3	3	3	5	4	5	4	49
3	3	3	2	5	3	4	4	3	3	4	4	4	45
4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	44
3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	3	3	47
4	3	4	4	3	4	3	3	3	5	5	5	4	50
3	3	3	4	5	3	3	4	3	3	4	4	3	45
4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	3	4	44
3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	3	4	3	47
4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	3	4	4	49
3	3	4	3	5	3	4	4	3	3	3	4	4	46
4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	45
3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	5	4	48
4	3	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	48
3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	45
4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	46
3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	48
4	3	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	46
3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	45
4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	45
3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	47
4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	3	4	3	48
4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	45
5	4	4	5	4	5	5	3	4	3	4	3	5	54
5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	53
4	4	3	5	3	5	5	3	3	5	4	5	3	52
4	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	51
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	43
4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	53
3	4	3	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	47

X													TOTAL X
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	
4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	43
4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	45
5	4	4	5	4	3	3	5	5	4	3	5	4	54
3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	3	4	3	50
5	3	4	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4	50
4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	5	3	4	48
5	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	55

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Y										TOTAL Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	41
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	41
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	36
3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	35
4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	34
4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	35
4	5	3	4	3	3	4	3	4	3	36
2	2	1	2	3	2	2	2	4	3	23
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	43
3	5	4	3	5	5	5	3	5	5	43
4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	41
4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	34
4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	32
4	5	5	5	5	5	3	4	4	3	43
4	4	3	3	4	5	3	4	3	4	37
3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	34
5	4	4	5	3	3	3	3	3	3	36
5	4	4	5	3	3	3	3	4	4	38
4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	38
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	37
5	4	3	5	3	4	4	3	4	4	39
4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	41
4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	34
4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	41
4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	40
3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	33
3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	32
3	5	4	5	3	3	3	4	3	4	37

Y										TOTAL Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	34
5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	38
5	5	3	5	3	3	4	3	3	3	37
5	4	3	5	3	4	4	4	4	3	39
4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37
3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	35
5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	37
4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	35
4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	39
3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	34
4	5	5	5	3	4	4	3	4	5	42
3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	32
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	36
4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	38
3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	39
3	4	5	5	4	4	3	4	3	5	40
4	4	5	4	5	5	4	4	3	5	43
5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	46
5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	45
4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	35
4	4	3	3	5	4	3	3	4	5	38
4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	42
3	3	4	4	5	5	5	3	3	5	40
3	3	4	5	5	3	5	4	4	4	40
4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	35
3	3	3	4	3	5	4	4	3	4	36
4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	35
4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	41
4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	34
3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	35
4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	34
3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	32
3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	32
4	3	4	3	3	3	5	3	3	4	35
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
4	4	4	3	3	3	5	3	3	4	36
3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	33
3	4	4	4	3	3	5	5	5	3	39
4	3	3	3	3	4	5	5	5	4	39

Y										TOTAL Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
3	4	3	4	4	3	5	4	4	3	37
3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	33
5	3	4	4	3	3	5	4	5	5	41
4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	44
3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	34
5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	45
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	34
3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	34
3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	35
5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	40
5	4	3	3	3	3	4	3	4	4	36
3	4	4	3	3	3	4	5	5	5	39
3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	35
5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	38

Lampiran 3 Uji Validitas

Correlations		
		TOTALX
X1.1	Pearson Correlation	.437**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.2	Pearson Correlation	.353**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	88
X1.3	Pearson Correlation	.451**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.4	Pearson Correlation	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.5	Pearson Correlation	.272*
	Sig. (2-tailed)	.010
	N	88
X1.6	Pearson Correlation	.381**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.7	Pearson Correlation	.286**
	Sig. (2-tailed)	.007
	N	88

Correlations		
		TOTALX
X1.8	Pearson Correlation	.319**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	88
X1.9	Pearson Correlation	.252*
	Sig. (2-tailed)	.018
	N	88
X1.10	Pearson Correlation	.307**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	88
X1.11	Pearson Correlation	.439**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.12	Pearson Correlation	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
X1.13	Pearson Correlation	.396**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
TOTALX	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	88

Correlations		
		TOTALL Y
Y.1	Pearson Correlation	.473**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.2	Pearson Correlation	.522**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.3	Pearson Correlation	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.4	Pearson Correlation	.484**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.5	Pearson Correlation	.518**

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.6	Pearson Correlation	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.7	Pearson Correlation	.587**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.8	Pearson Correlation	.452**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.9	Pearson Correlation	.427**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
Y.10	Pearson Correlation	.592**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	88
TOTALL Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	88

Lampiran 4. Uji Reliabilitas X dan Y

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.416	13

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.720	10

Lampiran 5. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.42643161
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.089
	Negative	-.079
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084 ^c

Lampiran 6. Uji Multikolinieritas

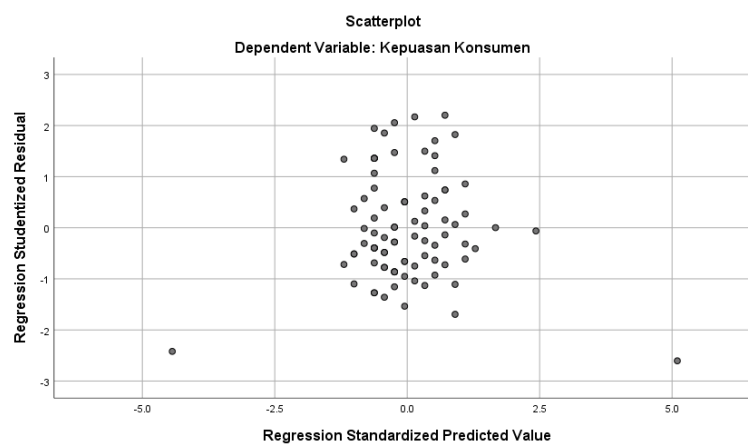
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.696	3.420		6.637	.000		
	Kualitas Pelayanan	.303	.070	.421	4.307	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 7. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8. Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.696	3.420		6.637	.000
	Kualitas Pelayanan	.303	.070	.421	4.307	.000

Lampiran 9. Uji Determinasi (R Square)

Hasil Uji Determinasi (R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.421 ^a	.177	.168	3.44630

Lampiran 10. Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil Uji Determinasi (t)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.696	3.420		6.637	.000
	Kualitas Pelayanan	.303	.070	.421	4.307	.000



PT Astra International Tbk – Honda
Kantor Wilayah Sul-Sel, Sul-Bar, Sul-Tra & Ambon, Jl. Sultan Alauddin No. 57 Makassar, Kel. Mangasa, Kec. Tamalate
Kota Makassar 90221, Indonesia (Telp. +62 411-881500/Fax. +62 411-867128, 867138, 867075)



SURAT - KETERANGAN

No : KKLP/001/HSO-MKS/HR/01-2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Thamsir Sutrisno
Jabatan : Kepala Wilayah
Alamat : Astra Motor Sulawesi Selatan
Jl. Sultan Alauddin No. 57, Mangasa, Tamalate, Makassar, Sulawesi Selatan

Menerangkan bahwa :

Nama : Sri Mulyani Indarwati
NIM : 021119300
Program Keahlian : Ekonomi Manajemen
Asal Sekolah : Universitas Pakuan Bogor

Adalah benar Mahasiswa/ Mahasiswi Universitas Pakuan Bogor yang pernah melakukan Magang di
Perusahaan Kami sejak tanggal 8 July 2022 — 8 Oktober 2022

Demikian surat keterangan ini Kami buat
Terima Kasih

Makassar, 10 Oktober 2022
Astra Motor Sulawesi Selatan

Thamsir Sutrisno
Kepala Wilayah Astra Motor Sulawesi Selatan

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sri Mulyani Indarwati
Nomor Mahasiswa : 021119300
Program Studi : Manajemen

Menyatakan benar saya telah menghubungi instansi/perusahaan yang saya jadikan lokasi penelitian dan dari pihak perusahaan telah menyatakan kesanggupan untuk menerima dilakukan riset/observasi tersebut.

Adapun dari pihak perusahaan yang menerima :

Nama : Thamsir Sutrisno
Jabatan : G/A & HRD Manager
Nama Perusahaan : PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar
Alamat Perusahaan : Jl. Sultan Alauddin No.57 Mangasa, Kec.Tamalate, Kota Makassar,Sulawesi Selatan, Indonesia.
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Service Sepeda Motor Pada PT.Astra Motor Honda Cabang Alauddin Makassar

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bogor, Mei 2023
Yang menyatakan

(Sri Mulyani Indarwati)