

**PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman)**

SKRIPSI



Oleh :

Yunita Hasan
16. 4. 1. 033

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO**

1442 H/ 2021 M

**PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Program Studi Ekonomi



Oleh :

Yunita Hasan
16. 4. 1. 033

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO**

1442 H/ 2021 M

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Yunita Hasan

NIM : 16. 4. 1. 033

Program : Strata 1

Institusi : IAIN Manado

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 12 November 2020

Saya yang menyatakan,



Yunita Hasan
NIM. 16. 4. 1. 033

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Bengkel Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman)” yang ditulis oleh Yunita Hasan, NIM: 16.4.1.033, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada tanggal 15 Februari 2021 bertepatan dengan 03 Rajab 1442 H dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, 24 Februari 2021

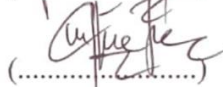
12 Rajab 1442 H

DEWAN PENGUJI


Ketua : Ridwan Jamal, S.Ag., M.HI

()

Sekretaris : Dr. Andi M. Nagauleng, M.Pd

()

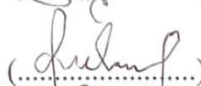
Munaqisy I : Dr. Munir Tubagus, S.Kom, M.Cs

()


Munaqisy II : Rahmawaty, M.S.I

()

Pembimbing I : Ridwan Jamal, S.Ag., M.HI

()

Pembimbing II : Dr. Andi M. Nagauleng, M.Pd

()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Rosdalina Bukido, S.Ag., M.Hum
NIP. 197803242006042003

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT. Atas kelimpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Bengkel Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman)”**.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Baginda Rasulullah SAW. Serta keluarga, sahabat sampai kepada para pengikutnya yang senantiasa tetap istiqomah sampai akhir zaman.

Penghargaan dan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua tercinta Mama Marni Isili dan Papa Arifin Hasan, dan Kakak Nurhayati Hasan yang telah mempertaruhkan dan dengan ikhlas mempersembahkan seluruh hidupnya untuk kesuksesan anaknya, yang telah melahirkan, membesarkan dan mendidik dengan sepenuh hati, selalu berbag ilmu dan pengalaman, Alhamdulillah hingga sampai titik ini kedua orang tua dan kakak selalu member motivasi dan dukungan. Semoga Allah SWT. Selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah mereka berikan kepada penulis.

Mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Delmus Puneri Salim, MA, M.Res Ph.D., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado beserta wakil rektor I, II, III.

2. Dr. Rosdalina, S.Ag., M. Hum., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado beserta wakil dekan I, II, II.
3. Syamsudin A. K. Antuli, S.Ag., M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa dengan sabar memberi masukan sejak saya pertama menjadi mahasiswa.
4. H. Ridwan Jamal, S.Ag., M.HI, selaku Dosen Pembimbing I dan Dr. Andi Mukarramah Nagauleng, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang selama ini telah meluangkan waktu dan memberikan arahan-arahan yang sangat membantu, serta dengan ikhlas dan sabar membimbing saya.
5. Tim Penguji yang telah memberikan banyak masukan dan saran untuk sempurnanya penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado yang selama ini dengan segala jerih payahnya telah memberikan ilmu bagi penulis selama masa perkuliahan.
7. Sahabat-sahabat B_Adventure, Life Analyst yang selalu memotivasi dan mendukung penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman sepejuangan Ekonomi Syariah angkatan 2015.
9. Kepada pimpinan kepala bengkel CV. Kombos Sudirman yang telah bersedia menerima penulis untuk melakukan Penelitian ditempat tersebut sehingga bisa rampung skripsi ini.

10. Kepada teman-teman dikantor, Reyn Kojogian, Temmy Carolina, Stevano Mandolang, Olivia Suradji, Chendra Ingkriwang, Lely, Della Lamatenggo.
11. Teruntuk semua pihak yang banyak membantu dan tak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT, memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Semoga hasil karya yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi kita semua. AminYaa Rabbal 'Alamin.

Wassalamu'alaikumWr.Wb

Manado, 12 November 2020



Yunita Hasan
NIM 16.4.1.033

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Definisi Operasional.....	9
G. Penelitian Terdahulu.....	10
BAB II. KAJIAN TEORITIS	
A. Kualitas Jasa Pelayanan.....	16
B. Kepuasan Konsumen.....	28
C. Kerangka Berpikir.....	37
D. Hipotesis.....	38

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Tempat dan Waktu.....	39
	B. Rancangan Penelitian.....	40
	C. Populasi dan Sampel.....	41
	D. Data dan Instrumen.....	43
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
	F. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Perusahaan.....	51
	B. Hasil Penelitian.....	54
	C. Pembahasan.....	67
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	70
	B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Pelanggan.....	4
Tabel 1.2	Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Penelitian.....	44
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.3	Deskripsi Variabel X (Kualitas Jasa Pelayanan).....	56
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Y (Kepuasan Konsumen).....	57
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas X (Kualitas Jasa Pelayanan).....	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Y (Kepuasan Konsumen).....	59
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas X (Kualitas Jasa Pelayanan).....	60
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Y (Kepuasan Konsumen).....	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.10	Hasil Uji Lineritas.....	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	64
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir..... 37

ABSTRAK

NAMA : Yunita Hasan
NIM : 16.4.1.033
JUDUL SKRIPSI : *Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman)*

Skripsi ini meneliti tentang pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen di bengkel Toyota Sudirman. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas jasa pelayanan bengkel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Tujuan yang di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa pelayanan bengkel terhadap kepuasan konsumen.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sebagai populasi dan sampelnya adalah konsumen bengkel Toyota Sudirman sebanyak 67 orang dengan menggunakan teori Suharsimi Arikunto dan berdasarkan rumus perhitungan Cochran. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji linearitas, uji hipotesis yang menggunakan uji koefisien regresi (uji t), koefisien determinasi (R^2) dan uji regresi linear sederhana.

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa kualitas jasa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di bengkel Toyota Sudirman dibuktikan dengan hasil analisis menggunakan Teknik Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan koefisien antara variabel X (Pengetahuan) dan Y (Minat) sebesar 0,517 atau 51,7%. Selain itu, berdasarkan nilai signifikansi dari *Coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,3482 > 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, signifikan dan pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen di bengkel Toyota Sudirman sebesar 51,7% sedangkan sisanya 48,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Jasa Pelayanan, Kepuasan*

ABSTRACT

Name : Yunita Hasan
SRN : 16.4.1.033
Faculty : Islamic Economics and Business
Study Program : Syari'ah Economy
Title : The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction
(Case Study of CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman)

This study examines the effect of service quality on customer satisfaction in the Toyota Sudirman service station. The main problem addressed is whether the service quality of the service station affects customer satisfaction. It aims to investigate the effect of service quality in services station on customer satisfaction.

This study was quantitative. The population and the sample were 67 Toyota Sudirman services station consumers employing the Suharsimi Arikunto theory and based on the Cochran calculation formula. The data used were primary and secondary data. The data analysis techniques were normality test, linearity test, hypothesis test using regression coefficient test (t-test), determination coefficient (R²), and simple linear regression test.

The results showed that the quality of service affected customer satisfaction at the Toyota Sudirman service station, as evidenced by the results of the analysis using the Coefficient of Determination (R²) technique, which showed the coefficient between the variables X (Knowledge) and Y (Interest) of 0.517 or 51.7%. The coefficient's significant value was $0.3.482 > 0.05$, so H₀ is rejected, and H_a is accepted. The effect of service quality on customer satisfaction in the Toyota Sudirman service station was 51.7%. The remaining was 48.3%, influenced by other factors, which the researcher does not examine in this study.

Key Words: service, satisfaction



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan pertumbuhan dunia, dan juga pertumbuhan ilmu pengetahuan serta teknologi yang canggih, fasilitas transportasi serta komunikasi pun terus menjadi mudah sehingga membuat aktifitas manusia terus menjadi cepat serta instan. Di masa modern sekarang ini perlengkapan transportasi serta komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan seluruh kegiatan manusia sehari-hari. Kemajuan teknologi di abad 21 sangatlah cepat, karena adanya berbagai bidang contohnya dari bidang digital. Dan banyak lagi perkembangan lainnya.¹

Dimasa globalisasi seperti sekarang ini sangat mempengaruhi dunia bisnis, Dimana pihak perusahaan saling berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Industri bakal bisa memenangkan persaingan pasar apabila memiliki daya saing secara merata serta kualitas produk yang terdapat pada masa sekarang ini sudah jadi standar yang dikehendaki konsumen. Kendaraan roda empat sangat penting untuk saat ini. Kegiatan sehari-hari yang membuat kita harus sering keluar membuat kita membutuhkan sarana kendaraan yang cepat. Kepadatan aktivitas membuat kita harus berkendara dengan aman. Untuk itu kendaraan (mobil) yang kita pakai wajib senantiasa dalam kondisi baik. Supaya kendaraan senantiasa dalam kondisi baik sehingga perlukan perawatan serta servis berkala.

¹ Danu Aris Setiyanto, *Sebuah Catatan Sosial Tentang Ilmu, Islam, Dan Indonesia* (Yogyakarta: Deepublish, 2016). h.150

Pembelian kendaraan pribadi seperti mobil, harus dirawat dengan baik agar tahan lama dan tidak mudah rusak agar tidak membahayakan si pengendara. Industri yang bergerak dibidang jasa (bengkel mobil) ikut hadapi persaingan, dimana mereka sering berupaya membagikan keunggulan-keunggulan dalam bermacam metode untuk membagikan sesuatu mutu jasa serta kepuasan yang baik untuk konsumen agar supaya konsumen sering memperbaiki mobil mereka dibengkel tersebut, agar konsumen akan lebih memilih memperbaiki kendaraan mereka pada bengkel resmi.

Pengaruh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah meningkatkan pemahaman dan tuntutan pelanggan harus memberikan pelayanan yang memuaskan, banyak bengkel yang telah berubah menjadi lebih bagus. Contohnya sekarang pun banyak bengkel baru yang bermunculan. Otomatis bisnis dalam bidang otomotifpun menjadi banyak pesaing. Adanya persaingan seperti ini, setiap bengkel pun berusaha meberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan selalu berdatangan dan selalu puas dengan pelayanan yang diberikan.

Alasan pelanggan memilih suatu bengkel karena adanya pelayanan yang memuaskan. Dengan membandingkan apa yang pelanggan mau dan pelanggan dapatkan disebut kepuasan pelanggan. Hal itu bisa di capai lewat pemberian layanan serta dorongan yang maksimal kepada pelanggan.² Syarat yang wajib dipenuhi oleh sesuatu industri supaya bisa sukses dalam persaingan yakni berupaya menggapai tujuan untuk menghasilkan serta mempertahankan pelanggan. Perusahaan wajib mempunyai keahlian buat memahami konsumennya

² Arief Muhtosim, *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan* (Malang: Bayumedia Publishing, 2007). h.167

dan paham apa yang di butuhkan serta di impikan oleh konsumen supaya mereka bisa mendapatkan kepuasan. Salah satu jalur yang di tempuh oleh industri merupakan dengan metode tingkatan kualitas pelayanan.³

Untuk meningkatkan kualitas layanan, perusahaan (bengkel) harus memberikan pelayanan yang sesuai dengan kemauan dan harapan pelanggan. Jika pelayanan yang dialami lebih besar dibanding apa yang diinginkannya, konsumen bengkel tentu bakal terus jadi puas. Kotler menerangkan jika kepuasan pelanggan merupakan tingkatan perasaan seorang sehabis menyamakan kinerja ataupun hasil yang dia rasakan dibanding dengan harapannya.⁴ Kepuasan yang dirasakan pelanggan, bakal berakibat positif buat bengkel, antara lain pelanggan akan menjadi setia dan nama baik bengkel akan terus terjaga. Oleh karena itu masing-masing bengkel perlu berupaya memahami apa kemaunan pelanggan dan selalu berusaha memenuhinya. Cara untuk mengetahui kepuasan pelanggan di antaranya yaitu dengan *observasi*, *survey*, *ghost shopping*, *lost customer analysis*.⁵ Terdapat 5 aspek berarti yang harus diperhatikan dalam kualitas jasa pelayanan, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.⁶

Faktor- faktor yang bisa menunjang dalam kepuasan konsumen merupakan kualitas pelayanan, aspek emosional, biaya, serta kemudahan. Kualitas berperan

³ Kevin Lane Keller, *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan* (Malang: Bayumedia Publishing, 2014). h.105

⁴ Fandy Tjiptono, *Total Quality Manajemen Edisi Revisi* (Yogyakarta: Andi, 2003). h.103

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 1997). h.25

⁶ Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. h.25

sebagai acuan yang membawa variabel- variabel ke dalam kepuasan. Tanpa terdapatnya kualitas pelayanan yang baik pada sesuatu bisnis bengkel, konsumen tidak bakal merasa puas serta akibat negatif hendak timbul terhadap bengkel tersebut. Kualitas pelayanan memiliki sebagian dimensi meliputi bukti fisik, kehandalan pelayanan, kesigapan pelayanan, jaminan dan empati.

Alasan dalam meneliti pelanggan bengkel Toyota Sudirman karna dengan persaingan yang ketat, menyebabkan pihak bengkel harus bisa memelihara ataupun tingkatkan mutu jasanya agar perusahaan bisa bertahan di tengah persaingan sehingga pelanggan yang telah terdapat senantiasa memakai jasa bengkel Toyota Sudirman.

Tabel 1.1

Data Konsumen Bengkel Toyota Sudirman

Bulan Januari – Juli 2020

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	142
Februari	135
Maret	74
April	81
Mei	105
Juni	120
Jumlah	657

Sumber: Bengkel Toyota Sudirman

Berdasarkan pada tabel di atas bahwa walaupun banyak konsumen yang datang, akan tetapi itu tidak akan menjamin kalau mereka akan setia pada

bengkel Toyota Sudirman. Untuk itu penulis ingin mengkaji kembali mengenai kepuasan konsumen agar dapat mengevaluasi hasil dari kinerja jasa pelayanan pada bengkel sudirman agar terciptanya loyalitas konsumen terhadap bengkel.

Bengkel Toyota Sudirman memiliki kesempatan serta tantangan serupa bengkel- bengkel pada biasanya. Pelanggan hendak menyamakan layanan serta dorongan yang diberikan bengkel Toyota Sudirman dengan layanan serta dorongan yang mereka harapkan. Bila pelanggan bengkel merasa puas, hingga mereka hendak setia memperbaiki mobil mereka di bengkel Toyota Sudirman. Namun bila pelanggan merasa tidak puas, hingga pelanggan hendak mengeluhkan ketidakpuasannya tersebut kepada pihak bengkel. Berdasarkan pengalaman peneliti saat magang di bengkel Toyota Sudirman selama 4 bulan, penulis melihat bahwa ada beberapa pelanggan yang selalu rutin datang memeriksakan kendaraannya, ada juga yang mengatakan selalu puas dengan pelayanan tapi ada juga konsumen yang sering komplain yang mengatakan pelayanannya lama, *Service Advisor* sering minta izin sehingga pelanggan yang datang harus antri lebih lama untuk mendapatkan pelayanan.

Untuk itu peneliti ingin mengkaji kembali mengenai pelayanan petugas bengkel apakah sudah maksimal ataukah malah sebaliknya. Karna dengan adanya penelitian ini juga dapat membantu perusahaan untuk bisa mengevaluasi lagi pekerjaan agar bisa mengetahui lebih mendalam apa yang diinginkan dan dirasakan pelanggan. Karna pada bengkel Toyota Sudirman sebelumnya pernah dilakukan penelitian tetapi hanya penelitian mengenai pendapatan dan pengelolaannya. Sedangkan untuk penelitian kualitas pelayanan terhadap

kepuasan belum pernah dilakukan. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut. Pada bengkel Toyota Sudirman sering dibagikan selebaran VOC (*Voice Of Customer*) pada pelanggan untuk mengevaluasi pekerjaan para petugas bengkel, tapi dalam VOC tersebut hanya terdapat pernyataan mengenai puaskah pelanggan dengan area tunggu pelanggan beserta dengan fasilitas yang perusahaan sediakan. Tapi perusahaan jarang mengevaluasi mengenai pelayanan mereka secara lebih mendalam.

Maka dari itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian ini. Penelitian inipun nantinya bisa digunakan sebagai bahan evaluasi dan acuan perusahaan dalam menghadapi permasalahan keluhan-keluhan pelanggan, sehingga nantinya pelayanan di bengkel Toyota Sudirman menjadi lebih maksimal dan optimal agar terciptanya loyalitas pelanggan dan bisa juga untuk menambah pelanggan nantinya sehingga bengkel Toyota Sudirman tetap bisa bersaing dengan kompetitornya.

Ketidakpuasan pelanggan maupun keluhan pelanggan merupakan sesuatu efek yang tidak perlu dicemaskan, malah dengan terdapatnya keluhan, pihak bengkel bisa lebih banyak belajar menguasai karakter pelanggan dan apa yang mereka harapkan. Mengenali kemauan maupun keluhan pelanggan ialah suatu sikap bijaksana yang patut dicoba perusahaan (petugas bengkel). Dengan demikian, perusahaan segera bisa mengestimasi hal-hal yang tidak diinginkan yang bisa menjatuhkan bisnis yang tengah dijalankan perusahaan.

Untuk itu penulis ingin mengkaji kembali dengan melakukan penelitian untuk mengetahui kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen di

bengkel Toyota Sudirman. Penulis memilih bengkel Toyota Sudirman karena bengkel tersebut adalah bengkel resmi, punya asuransi yang jelas terhadap konsumen dan suku cadang yang disediakan adalah barang-barang yang asli, dan dengan prestasi yang di dapati oleh bengkel Toyota Sudirman serta tenaga kerja (mekanik) yang selalu di latih dan di asah terus kemampuan mereka oleh perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana kualitas jasa pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Bengkel Toyota Sudirman. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul : ***“Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Bengkel Terhadap Kepuasan Konsumen”***. *(Studi kasus Pada CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman)*.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan judul yang peneliti angkat, maka identifikasi masalahnya yaitu:

- a. Apa pengaruh pelayanan yang simpatik terhadap konsumen dan waktu pelayanan yang sesuai dengan janji terhadap kepuasan konsumen di bengkel Toyota?
- b. Bagaimana pengaruh *responsive* petugas bengkel terhadap kepuasan konsumen di bengkel Toyota?

2. Batasan Masalah

Karna luasnya pembahasan yang akan dibahas peneliti membatasi penelitian ini agar supaya penelitian ini lebih terarah. Pembahasan atas permasalahan yang bakal dikaji antara lain:

- a. Populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu konsumen di bengkel Toyota Sudirman
- b. Penelitian ini dibatasi dengan dua variabel beserta indikatornya
- c. Isu yang diangkat adalah pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen di bengkel Toyota Sudirman.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Apakah kualitas jasa pelayanan bengkel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas. Maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa pelayanan bengkel terhadap kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan masukan dari referensi serta perbandingan terutama dalam studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Untuk mengetahui lebih dalam, mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Bagi Perusahaan

- 1) Sebagai bahan evaluasi untuk mengembangkan kebijakan perusahaan
- 2) Sebagai masukan untuk memperbaiki pelayanan bengkel

F. Definisi Operasional

Terdapat dua variable di dalam penelitian ini, yaitu variable independen dan variable dependen. Dimana variable independen adalah “Kualitas Jasa Pelayanan” dan variable dependen “Kepuasan Konsumen”.

1. Kualitas Jasa Pelayanan (X)

Kualitas pelayanan ialah sesuatu bagian dari strategi manajemen pemasaran. Kualitas pelayanan sudah jadi satu sisi aspek dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh keadaan persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian serta sosial budaya warga. Kualitas pelayanan jadi sesuatu keharusan yang wajib dicoba perusahaan supaya bisa sanggup bertahan serta tetap menemukan keyakinan pelanggan.

2. Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, dalam penelitian ini variabel dependen merupakan Kepuasan Pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan tingkatan perasaan konsumen sesudah menyamakan antara apa yang ia terima serta harapannya diberikan oleh produk ataupun jasa, sangat besar kemungkinannya jadi pelanggan dalam waktu yang lama.

G. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.2

Penelitian Terdahulu				
No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Hasil dan Variabel Penelitian	Perbedaan dengan penelitian ini
1	Analisis kualitas pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada AHASS Remaja Motor Makasar. (2014)	Winter Boroallo	Dalam penelitian ini, variabel Kualitas Pelayanan Jasa (X) menggunakan lima indikator yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dari perhitungan uji F diperoleh 43,768. Selain itu nilai R Square diketahui sebesar 71,1%. Serta dari hasil uji T diketahui kalau indikator bukti fisik serta jaminan memiliki	Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima indikator kualitas jasa pelayanan.

			<p>pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dengan perhitungan t hitung variabel bukti fisik 7, 431= t tabel, 9873 serta nilai t hitung jaminan 7, 428= t tabel 1, 9873. Variabel yang dominan pengaruhnya merupakan variabel jaminan dengan kontribusi sebesar 49,98%.</p>	
2	<p>Pengaruh pelayanan jasa indosat m2 terhadap kepuasan pelanggan (studi pada PT Indosat Tbk. Medan Perjuangan). (2015)</p>	<p>Suko Amri Wibowo</p>	<p>Hasil penelitian ini dari hasil uji t yang memperoleh nilai sebesar 10,235 di terima pada taraf signifikansi 5%. Dari hasil analisis data dan pemabahsan dapat</p>	<p>Perbedaannya terletak pada tempat penelitian, dalam penelitian ini dibidang telekomunikasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan <i>convenience</i></p>

			disimpulkan bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.	<i>sampling</i> yang berjumlah 100 responden.
3	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada bengkel mobil montecarlo group Surakarta). (2015)	Sandy Damara Putra	Indikator variabel (X) yang digunakan yaitu (<i>tangible, reliability, responsive, assurance</i> dan <i>emphathy</i>). Dalam penelitian ini nilai R Square (R^2) diperoleh 0,205 atau sebesar 20,5% sedangkan sisanya 79,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal selain variabel independen dalam regresi.	Penelitian ini mengambil sampel dengan teknik <i>convenience Sampling</i> dengan responden sebanyak 50 orang. Penelitian ini juga menggunakan uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji F (uji ketetapan model).

- | | | | | |
|----------|---|-------------------|---|--|
| 4 | Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. (2008) | Ida Manullang | Penelitian ini menggunakan 5 indikator yaitu <i>tangibles</i> , <i>reliability</i> , <i>responsive</i> , <i>assurance</i> dan <i>emphaty</i> . Variabel yang sangat dominan mempunyai pengaruh signifikan merupakan <i>reliability</i> . Hasil koefisien determinasi (R Square) diperoleh 54,5% sebaliknya sisanya 45,5% dipaparkan oleh variabel bebas yang lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. | Penelitian terletak pada tempat penelitian, dalam penelitian ini dibidang penerbangan. Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda |
| 5 | Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap | Bagus Tri Leksono | Menggunakan lima varibel dengan hasilnya yaitu variabel | Perbedaanya dari segi tempat penelitian, variabel pada penelitian ini |

Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Jateng Cabang Utama Semarang) (2009)	<p>(<i>tangibles</i>) berpengaruh positif sebesar 0,201. Hasil variabel (<i>reliability</i>) berpengaruh positif sebesar 0,224. Hasil variabel (<i>responsive</i>) berpengaruh positif sebesar 0,023. Hasil variabel (<i>assurance</i>) berpengaruh positif sebesar 0,188. Hasil variabel (<i>emphaty</i>) berpengaruh positif sebesar 0,239.</p>	dan menggunakan analisis regresi linear berganda
--	---	--

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kualitas Jasa Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Jasa Pelayanan

Bagi Kotler kualitas adalah segala karakteristik dan watak sesuatu produk ataupun pelayanan yang mempengaruhi pada keahlian untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan ataupun yang tersirat.⁷ Jasa pelayanan ialah masing-masing tindakan maupun kegiatan yang ditawarkan suatu perusahaan kepada pihak lain.⁸ Kualitas pelayanan yakni tingkatan perasaan seseorang saat membandingkan apa yang diinginkannya dengan apa yang diharapkannya. Ada 2 aspek utama yang pengaruh kualitas jasa, ialah *expected service* serta *perceived service*. Apa apabila jasa yang diterima ataupun dialami (*perceived service*) cocok dengan harapan, hingga kualitas jasa pelayanan di persepsikan baik serta memuaskan. Bila jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, hingga kualitas jasa dipersepsikan selaku kualitas yang sempurna. Kebalikannya bila jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, hingga kualitas jasa di persepsikan kurang baik. Dengan demikian baik buruknya kualitas jasa bergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam penuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009). h.49

⁸ Ramabat dan Hamdani Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 2nd edn (Jakarta: Salemba Empat, 2006). h.5

Dari penjelasan tersebut bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan seluruh wujud kegiatan yang dicoba oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan didefinisikan selaku evaluasi pelanggan atas keunggulan ataupun keistimewaan sesuatu produk ataupun layanan secara merata.

2. Karakteristik Kualitas Pelayanan

karakteristik pelayanan terdiri atas 3, yakni:

a) *Intagibility* (Tidak Berwujud)

Yaitu jasa tidak bisa dilihat, diraba ataupun di pegang tapi jasa bisa dirasakan.

b) *Unstorability*

Jasa tidak disimpan atau diproduksi karena jasa dihasilkan dan dipakai secara bersamaan.

c) *Customization*

Jasa juga sering didesain sesuai kebutuhan dan kemauan pelanggan.⁹

3. Hal Pokok Dalam Merancang Pemberian Pelayanan Yang Prima

a) *Service Regulation* (Regulasi Layanan)

Perusahaan apapun harus menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan mencakup sistem, aturan, keputusan, prosedur dan tata cara pelayanan dan keluhan agar memudahkan dalam standar pelaksanaan pelayanan serta berguna menyampaikan produk

⁹ Lupiyoadi. h.6

atau jasa perusahaan. Idealnya dalam suatu standar pelayanan dapat terlihat jelas dasar hukum, persyaratan pelayanan, prosedur pelayanan, waktu pelayanan, biaya serta proses pengaduan, sehingga petugas pelayanan memahami apa yang seharusnya mereka lakukan dalam memberikan pelayanan. Keraguan pegawai akan keputusan-keputusan apa yang harus diambil dengan sendirinya akan hilang sepanjang masih dalam aturan yang termuat dalam standar pelayanan atau sering disebut dengan *Standard Operating Procedures (SOP)*.

b) *Service Facilities* (Fasilitas-Fasilitas Pelayanan)

Menyangkut fasilitas utama dan pendukung, ada perlengkapan pelayanan, serta akomodasi, *tools*, alat bantu, *product knowledges*, mesin, peralatan, teknologi, kamar mandi, ruang, dan gedung.

c) *Advirsory Team* (Peranan Tim Pengarah)

Tim pengarah disini yakni penanggung jawab tertinggi manajemen, pimpinan, dapat dari seorang *Public Relation*, atau manajer Operasional, yang memiliki peranan dalam manajemen pelayanan prima.

d) *Simple-Cheap-Fast-Benefit* (Mudah-Murah-Cepat-Manfaat)

e) Budaya Pemberian Pelayanan

- 1) *Self Awarness* yakni kesadaran pribadi untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan.
- 2) *Anthusias* yakni memberikan pelayanan dengan penuh antusias atau gairah.
- 3) *Reform* yakni memperbaiki dan meningkatkan kinerja pelayanan dari waktu ke waktu.
- 4) *Value* yakni pelayanan harus mampu memberikan nilai tambah.

- 5) *Impresive* yakni pelayanan harus menarik, berkesan namun tidak berlebihan.
- 6) *Care* yakni memberikan perhatian dan kepedulian kepada pelanggan secara optimal.
- 7) *Evaluation* yakni pelayanan yang telah diberikan harus selalu dievaluasi secara rutin.¹⁰

4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Tjiptono mengatakan terdapat terdapat 5 aspek dominan ataupun penentu kualitas jasa pelayanan, kelima aspek tersebut yakni:

- a) Berwujud (*Tangible*), ialah berbentuk penampilan wujud, peralatan serta bermacam materi komunikasi yang baik.
- b) Empati (*Emphaty*), ialah kesediaan karyawan serta pengusaha untuk lebih peduli membagikan atensi secara individu kepada pelanggan.
- c) Cepat tanggap (*Responsive*), ialah keinginan dari karyawan serta pengusaha buat menolong pelanggan serta membagikan jasa dengan segera dan mendengar serta menanggulangi keluhan konsumen.
- d) Keandalan (*Reliability*), ialah keahlian untuk membagikan jasa cocok dengan yang dijanjikan, terpercaya, serta akurat dan tidak berubah-ubah.
- e) Kepastian (*Assurance*), ialah berbentuk keahlian karyawan buat memunculkan kepercayaan serta keyakinan terhadap janji yang sudah di kemukakan kepada konsumen."

¹⁰ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima Mencegah Pembalotan Dan Membangun Customer Loyalty* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) h.146

5. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono ada tiga pokok kualitas, yang dijelaskan menjadi enam faktor, ialah:

a) *Professionalism and Skill*

Kriteria ini yakni *outcome-related criteria*, yaitu pihak perusahaan (penyedia jasa) mempunyai keahlian sehingga mampu mengatasi permasalahan pelanggan secara profesional.

b) *Attitudes and Behavior*

Kriteria ini ialah *process-related criteria*. Pelanggan merasa setiap karyawan memberikan pelayanan dengan senang hati.

c) *Accessibility and Flexibility*

Kriteria ini termasuk *process-related criteria*. Pelanggan merasa dimudahkan dengan sistem perusahaan.

d) *Reliability and Trustworthiness*

Kriteria ini pula termasuk *process-related criteria*. Pelanggan merasa semua bisa dikendalikan pihak perusahaan.

e) *Recovery*

Kriteria ini *process-related criteria*. Jika terdapat kendala pihak perusahaan mampu mengatasi.

f) *Reputation and Credibility*

Kriteria ini termasuk *images-related criteria*, dimana pelanggan merasa imbalan yang diberikan cocok dengan pelayanan.

¹¹ Tjiptono, *Total Quality Manajemen Edisi Revisi*. h.103

6. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bahwa jika memberi sesuatu harus yang baik dan berkualitas. Seperti dalam al-quran surat al-Baqarah ayat 267:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا وَآذَقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ
 بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Dimesi keandalan yakni memberikan jasa yang terbaik dan terpercaya serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji dan akurat. Seperti dalam al- quran surat an-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ
 تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا
 تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Terjemahnya:

Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpahmu itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

Dimesi daya tanggap yakni melayani secara professional dan cepat dengan respon yang baik dan sigap kepada pelanggan. Keyakinan yang diberikan konsumen ialah sesuatu amanat. Apabila amanat tersebut di sia-siakan hendak berakibat pada ketidakberhasilan serta kehancuran lembaga dalam membagikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu keyakinan konsumen selaku suatu amanat sebaiknya tidak di sia-siakan dengan bekerja cocok dengan bidangnya serta mengerjakan pekerjaan secara cepat serta tepat sebagaimana dalam surat al-Maidah ayat 1:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ اٰۤحٰتٍ لَّكُمْ بِهَيْمَةً اَلْاَنۡعٰمِ
 اِلَّا مَا يَتَنَبَّۤاۤى عَلَيۡكُمْ غَيْرِ مُحِلِّ الصَّيۡدِ وَاَنْتُمْ حُرُمٌ اِنَّ اللّٰهَ يَحۡكُمُ مَا
 يُرِيۡدُ

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.

7. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler, terdapat lima indikator kualitas pelayanan yaitu:

a) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik (*tangibles*) adalah kemampuan perusahaan menunjukkan penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi penampilan fisik, peralatan, karyawan, mekanik, media

komunikasi dan teknologi yang digunakan dalam memberikan pelayanan.

b) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*reliability*) ialah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cocok dengan yang dijanjikan. Pelayanan yang dilakukan tanpa pilih-pilih dan tanpa terdapatnya kesalahan.

c) Daya Tanggap (*Responsive*)

Daya tanggap (*Responsive*) merupakan keahlian buat menolong serta membagikan pelayanan yang cepat serta pas kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa terdapatnya sesuatu sebab yang jelas menimbulkan anggapan yang negative dalam kualitas pelayanan. Dimensi *responsive* pada bengkel bisa di ukur dengan mekanik yang cepat paham dalam menanggulangi keluhan, membagikan informasi yang jelas kepada pelanggan tentang kasus ataupun kerusakan yang terjadi dan kecepatan serta ketepatan mengambil tindakan sesuai permintaan pelanggan.

d) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) merupakan keahlian petugas bengkel untuk menciptakan kepercayaan pada pelanggan.

e) Empati (*Empathy*)

Empati (*empathy*) ialah memberikan pelayanan yang tulus dan sungguh-sungguh terhadap pelanggan.¹²

¹² Tjiptono, *Total Quality Manajemen Edisi Revisi*. h.100

Dari 5 indikator tersebut peneliti mengambil 2 indikator buat diteliti yaitu keandalan (*reliability*) dan cepat tanggap (*responsive*) karena kedua indikator tersebut sangat berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Karna yang ingin peneliti telaah lebih lanjut adalah kepuasan konsumen dan pelayanan maka kedua indikator inilah yang paling cocok dan sesuai agar supaya penelitian ini terlaksana sesuai dengan konsepnya dan terarah. Dan juga indikator yang lainnya sudah sering dilakukan dan dievaluasi pada bengkel Toyota Sudirman tapi tidak dengan kedua indikator yang akan peneliti gunakan. Berikut penjelasan kedua indikator tersebut:

- a) Keandalan (*Reliability*), yang memiliki indikator pelayanan maksimal, simpatik terhadap konsumen dan waktu pelayanan sesuai dengan janji.

Menurut Kotler, keandalan (*reliability*) merupakan keahlian untuk melakukan jasa yang di janjikan secara terpercaya serta akurat.¹³ Menurut Parasuraman keandalan (*reliability*) merupakan keahlian perusahaan membagikan pelayanan cocok dengan apa yang dijanjikan secara akurat serta terpercaya. Kinerja wajib sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama buat seluruh pelanggan tanpa kesalahan, perilaku serta simpatik serta akurasi yang besar.¹⁴

¹³ Tjiptono, *Total Quality Manajemen Edisi Revisi*. h.104

¹⁴ Lupiyoadi. h.185

Keandalan (*reliability*), berkaitan dengan keahlian perusahaan buat mengantarkan layanan yang dijanjikan secara akurat semenjak pertama kali.¹⁵ *Reliability* ialah suatu yang berkaitan dengan keahlian perusahaan buat membagikan layanan yang akurat semenjak awal kali tanpa membuat kesalahan apapun serta mengantarkan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.¹⁶ *Reliability* adalah merupakan keahlian perusahaan untuk membagikan pelayanan yang cocok dengan harapan konsumen terpaut kecepatan, ketepatan waktu, tidak terdapat kesalahan serta perilaku yang simpatik terhadap pelanggan.¹⁷

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa indikator keandalan (*reliability*) adalah pelayanan yang diberikan petugas bengkel kepada para pelanggan dengan baik dan maksimal sejak awal melayani pelanggan serta memberikan janji estimasi waktu pengerjaan servis mobil yang sesuai dan akurat. Agar para pelanggan tidak akan menunggu lebih lama tanpa adanya informasi yang jelas dari petugas bengkel kapan kendaraan mereka selesai di perbaiki.

Dalam indikator ini peneliti ingin mengkaji tentang pelayanan petugas bengkel apakah sudah maksimal, baik, ramah, cepat dan waktu

¹⁵ Abner Tahendrika, 'Analisis Kualitas Layanan Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Motor Suzuki Pada Bengkel PT. Sinar Galesong Pratama Makassar', *Jurnal Ekonomi*.

¹⁶ Deny Setiawan, 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi Kasus AHASS Kenari Motor)', *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 3 (2018).

¹⁷ Henny Armaniah, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosnumen Pada Bengkel AHASS Honda Tangerang', *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2 (2019).

pengerjaan sudah sesuai dengan estimasi waktu yang dijanjikan agar dapat mengetahui apakah pelayanan bengkel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

- b) Cepat tanggap (*Responsive*), yang memiliki indikator memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen, menyelesaikan keluhan dengan cepat dan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

Menurut Parasurman, cepat tanggap (*responsive*) merupakan sesuatu kebijakan untuk menolong yang segera serta pas. Membagikan pelayanan yang cepat serta pas kepada pelanggan bisa meningkatkan kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh bengkel Toyota Sudirman.¹⁸

Cepat tanggap (*responsive*), berkenaan dengan kesediaan serta keahlian penyedia layanan untuk menolong para pelanggan serta merespon permintaan mereka dengan selekasnya.¹⁹ *Responsive* ialah keahlian para karyawan buat menolong para pelanggan serta merespon permintaan mereka, dan mengkonfirmasi kapan jasa hendak diberikan serta setelah itu memberikan jasa secara cepat.²⁰ *Responsive* merupakan tanggap memberikan pelayanan yang cepat ataupun

¹⁸ Lupiyoadi. h.185

¹⁹ Tahendrika.

²⁰ Setiawan.

responsive dan diringi dengan metode penyampaian yang jelas serta gampang dimengerti.²¹

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa indikator cepat tanggap (*responsive*) adalah dimana petugas bengkel (mekanik dan *service advisor*) harus cepat membantu dan merespon serta memperbaiki kendaraan pelanggan dengan cepat.

Dalam indikator ini peneliti ingin mengkaji apakah pelayanan petugas bengkel sudah optimal dalam memberikan jasa yang cepat dengan ramah dan simpatik terhadap pelanggan. Serta ingin mengkaji lebih dalam mengenai penyampaian informasi petugas bengkel terhadap pelanggan apakah keluhan dan pengerjaannya disampaikan dan dijelaskan dengan baik agar nantinya tidak akan terjadi kesalahpahaman antara petugas bengkel dan pelanggan.

B. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan tingkatan perasaan seorang sehabis menyamakan kemauan dan keinginannya.²² Bagi Lupiyoadi, pelanggan merupakan seseorang orang yang secara kesekian kali tiba lokasi yang sama buat memuaskan kemauan dan keinginannya.²³ Bagi Zulian Yamit

²¹ Armaniah.

²² Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar* (Jakarta: Rineka Cipta, 1997) h.233

²³ Lupiyoadi h.134

kepuasan konsumen ialah penilaian purna beli ataupun hasil penilaian sehabis menyamakan apa yang dialami dengan harapannya.²⁴

Menurut Philip Kotler kepuasan pelanggan merupakan tingkatan perasaan seorang sehabis menyamakan kinerja apakah sudah sesuai dengan apa yang diharapkan atau belum, sedangkan Wilkie mendefinisikan kepuasan pelanggan selaku sesuatu asumsi emosional pada penilaian terhadap pengalaman mengkonsumsi sesuatu produk ataupun jasa.²⁵ Bagi Husain Umar kepuasan pelanggan merupakan tingkatan perasaan konsumen sehabis menyamakan antara apa yang ia terima serta harapannya..²⁶

Bersumber pada penjelasan di tersebut, bisa disimpulkan kalau kepuasan pelanggan ialah perasaan bahagia ataupun tidaknya seorang sehabis menyamakan apa yang dialami serta di harapkannya.

2. Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

- a) Kualitas produk, yakni pelanggan senang mereka menggunakan barang bermutu.
- b) Kualiatas pelayanan, yakni pelanggan puas ketika apa yang diharapkan sesuai dengan apa yang perusahaan berikan.

²⁴ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa* (Yogyakarta: Ekonosia, 2005) h.78

²⁵ Tjiptono, *Total Quality Manajemen Edisi Revisi* h.103

²⁶ Husain Umar, *Manajemen Riset Dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pusat, 2005) h.65.

- c) Emosi, yakni pelanggan hendak merasa bangga dan mendapatkan kepercayaan diri saat menggunakan suatu merk.
- d) Harga, yakni imbalan yang sesuai dengan apa yang didapatkan.
- e) Biaya, yakni kepuasan terhadap suatu produk tanpa mengeluarkan biaya lebih.²⁷

3. Karakteristik Kepuasan Konsumen

Setelah kepuasan terbentuk maka perusahaan harus bisa mempertahankannya sampai bisa membawa konsumen pada tingkat loyalitas. Kepuasan harus diingatkan menjadi tahap sangat puas, menurut Kotler ciri-ciri konsumen yang sangat puas adalah sebagai berikut:

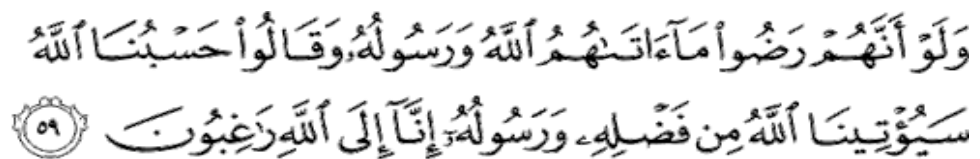
- a) Menjadi setia
- b) Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa yang ada
- c) Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produk/jasanya
- d) Kurang memberikan perhatian pada merek, iklan dan kurang sensitive terhadap harga
- e) Memberikan gagasan produk atau jasa pada perusahaan
- f) Memberikan biaya pelayanan yang lebih kecil dari pada pelanggan karena transaksi menjadi menurun.²⁸

²⁷ Lupiyoadi h.185

²⁸ Kotler h.48

4. Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam

Islam mengarahkan kepada umatnya buat saling tolong membantu dalam perihal kebaikan antara satu dengan yang yang lain, begitu pula dalam perihal muamalah. Muslim wajib qona'ah mengenai hal- hal yang telah didapatkan serta tidak diperbolehkan memakai prinsip syar' i dengan alasan mau memperoleh harta lebih banyak meski buat menghidupi keluarga. Sebagaimana dalam surat At-Taubah ayat 59:



 وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ

 سَيُوتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ ﴿٥٩﴾

Terjemahnya:

Dan (amanatlah baiknya) kalau mereka berpuas hati dengan apa yang diberikan oleh Allah dan RasulNya kepada mereka, sambil mereka berkata: Cukuplah Allah bagi kami Allah akan memberi kepada kami dari limpah karuniaNya, demikian juga RasulNya sesungguhnya kami senantiasa berharap kepada Allah.

5. Indikiator Kepuasan Konsumen

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, di perlukan metode pengukuran yang bisa membuat perusahaan mengetahui seberapa besar konsumen menyukai terhadap produk atau jasa perusahaan. Menurut Kotler dalam Tjiptono ada empat metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa, yaitu:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan kasus yang mudah serta nyaman bagi para pelanggan

untuk menyampaikan kritik, saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan pada lokasi yang strategis, kartu komentar, dan saluran telepon khusus bebas pulsa.

b. *Ghost Shopping*

Memperkerjakan beberapa *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar memahami kenapa hal tersebut dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan dan penyempurnaan selanjutnya.

d. *Survey Kepuasan Pelanggan*

Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.²⁹

Berdasarkan teori diatas, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Tetapi jika kinerja melebihi harapan,

²⁹ Tjiptono, *Total Quality Manajemen Edisi Revisi*. h.130

pelanggan sangat puas dan senang. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa amat puas.

Dari empat indikator tersebut peneliti mengambil dua indikator untuk diteliti. Peneliti ingin mengkaji lebih dalam lagi mengenai kedua indikator tersebut karna pada bengkel Toyota Sudirman lebih sering menganalisa dari segi dimensi *lost customer analysis* maka peneliti ingin mengkaji dua indikator yang lainnya karna sangat berkaitan dengan apa yang harus diteliti. Dan juga bisa jadi sebagai pelengkap sebagai bahan evaluasi untuk bengkel Toyota Sudirman. Kedua indikator tersebut yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.³⁰

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan berupa kotak saran yang diletakan di tempat yang strategis,

³⁰ Tjiptono, *Total Quality Manajemen Edisi Revisi*. h131

menyediakan kartu komentar yang bisa di isi langsung atau bisa dikirimkan via pos, menyediakan saluran telepon khusus dan lainnya. Informasi yang di peroleh dari metode ini dapat memberikan ide-ide baru kepada perusahaan sehingga memungkinkan perusahaan untuk dapat bertindak lebih cepat tanggap dalam menangani tiap permasalahan yang timbul.³¹ Saran, kritik, pendapat atau keluhan dari konsumen merupakan salah satu cara perusahaan dalam mengukur kepuasan pelanggan. Perusahaan perlu menyediakan akses yang mudah dan nyaman supaya pelanggan mendapatkan kesempatan untuk menyampaikan saran, pendapat, keluhan ataupun kritik. Masukan yang diberikan pelanggan dapat memberikan ide-ide baru yang bisa membuat perusahaan lebih berkembang dan meminimalisir ketidakpuasan pelanggan dalam pelayanan.³²

Informasi-informasi yang didapat dalam metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang sangat berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan cepat tanggap untuk mengatasi masalah yang timbul.³³ Perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggan untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Selain itu, saran dari konsumen

³¹ Lupiyoadi. h.88

³² Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. h.53

³³ Muhamad Ariza Eka Yusendra, 'Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Bengkel PT. Sumber Trada Motor Bandar Lampung', *Jurnal Manajemen Magister*, 2 (2016).

atau pelanggan juga sangat membantu dalam menemukan masalah yang mungkin terjadi pada perusahaan atau produk.³⁴

Dari indikator di atas dapat dijelaskan bahwa indikator sistem keluhan dan saran adalah kesempatan yang perusahaan berikan pada para pelanggan untuk menyampaikan saran dan keluhan mereka. Berdasarkan informasi yang diberikan pelanggan, pihak perusahaan juga bisa mendapatkan ide-ide agar nantinya perusahaan bisa lebih cepat tanggap dalam memberikan pelayanan.

Dalam indikator ini peneliti ingin mengkaji tentang keluhan dan saran yang disampaikan dari pelanggan terhadap pihak perusahaan apakah petugas bengkel sudah memahami harapan dan kemauan mereka dengan tujuan agar bisa mengevaluasi lagi kinerja petugas bengkel dan agar terciptanya kepuasan pelanggan sehingga bisa membuat para pelanggan untuk selalu memperbaiki mobil mereka di bengkel Toyota Sudirman.

b. Survey kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggan.³⁵

³⁴ Jum'ah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Fashion (Pakaian) Pada Online Shop Lazada', *Jurnal Valuta*, 4 (2018).

Pada umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda bahwa perusahaan sangat memperhatikan setiap pelanggannya.³⁵

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan dapat memperoleh tanggapan secara langsung dan dapat memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya. Dimensi pengukurannya diantaranya yaitu pengukuran yang dilakukan melalui pertanyaan seperti apakah puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan, pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama yakni besarnya harapan pelanggan dan besarnya kinerja yang dirasakan pelanggan dan pelanggan dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan saran-saran untuk melakukan perbaikan.³⁷

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari konsumen dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.³⁸

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan

³⁵ Tjiptono, *Total Quality Manajemen Edisi Revisi*. h.104

³⁶ Lupiyoadi. h.79

³⁷ Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. h.53

³⁸ Yusendra.

dengan menggunakan metode survey baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi.³⁹

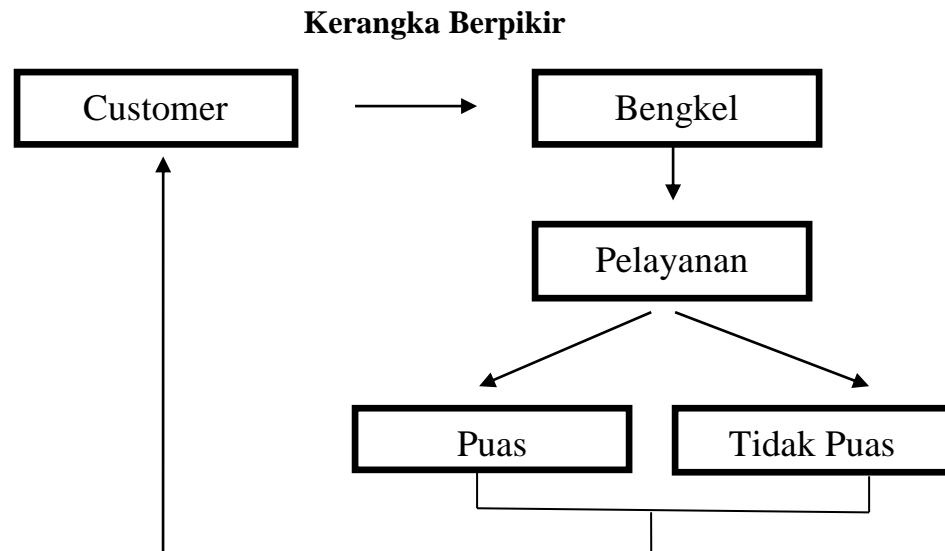
Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa survey kepuasan pelanggan adalah penelitian survey yang dilakukan perusahaan baik itu dengan menggunakan pos, telepon maupun wawancara langsung agar dapat memperoleh tanggapan balik secara langsung serta memberikan kesan positif terhadap pelanggan bahwa perusahaan sangat memperhatikan setiap pelanggannya.

Pada indikator ini peneliti ingin mengkaji tentang bagaimana pihak perusahaan melakukan survey kepada pelanggan dengan maksimal dengan mewawancarai pelanggan agar dapat langsung mengetahui keinginan dan kemauan pelanggan agar nantinya perusahaan bisa lebih meningkatkan kualitas pelayanan.

³⁹ Jum'yah.

C. Kerangka Berpikir

Tabel 2.1



Pada setiap bengkel pasti ada konsumen, ketika konsumen yang berdatangan di bengkel untuk memperbaiki mobil mereka, pada saat itulah petugas bengkel (mekanik maupun *Service Advisor*) harus memberikan pelayanan yang baik dan maksimal agar mereka dapat memperoleh kepuasan dengan pelayanan bengkel.

D. Hipotesis

Hipotesis ialah jawaban sementara terhadap kasus penelitian. Ada pula hipotesis dalam penelitian ini merupakan sebagai berikut:⁴⁰

- a. H_0 = Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bengkel Toyota Sudirman

⁴⁰ Suharsimii Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010) h.71

- b. H_a = Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bengkel Toyota Sudirman.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat pada Toyota Sudirman, Jalan AA Maramis
109 Kecamatan Wenang Manado.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan kurang lebih 2 bulan, mulai bulan Juli 2020
sampai dengan bulan September 2020.

3. Jadwal Rancangan Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2020-2021																			
		Jan				Feb				Jul		Agst				Sept		Nov		Feb	
		2020				2020				2020		2020				2020		2020		2021	
		1	2	3	4	1	2	3	4	3	4	1	2	3	4	1	2	1	2	2	
1.	Studi Pendahuluan	■	■																		
2.	Penyusunan Proposal		■	■	■																
3.	Bimbingan Proposal				■	■	■														
4.	Revisi Bimbingan					■	■	■													
5.	Seminar Proposal						■	■													
6.	Revisi Proposal						■	■	■												
7.	Penelitian									■	■										

8.	Instrumen Penelitian																		
9.	Observasi																		
10.	Membagikan Kuesioner																		
11	Uji Data Penelitian (ahli)																		
12	Ujian Skripsi																		

B. Rancangan Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. “Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang di angkakan (*skorsing*)”.⁴¹ Pada penelitian kuantitatif, teori ataupun paradigma teori digunakan untuk menuntun peneliti mendeteksi permasalahan penelitian, mendapatkan hipotesis, mendapatkan konsep-konsep, mendapatkan metodologi, serta mendapatkan alat- alat analisis informasi. Sebab itu teori amat berarti dibicarakan dalam tiap pembahasan penelitian kuantitatif.⁴² Penelitian kuantitatif dituntut banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian juga akan kesimpulan penelitian akan lebih baik apabila disertai dengan tabel, grafik, bagan, gambar atau tampilan

⁴¹ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabetaka, 2017) h.23

⁴² Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 1st edn (Yogyakarta: Kencana, 2010) h.25

lain. Selain data yang berupa angka, dalam penelitian kuantitatif juga ada data berupa informasi kualitatif.⁴³

Dalam penelitian ini akan di uji dengan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan data penelitian yang berkaitan dengan metode survey berupa data subjek yang menyatakan opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik subjek penelitian secara individual atau kelompok. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, yaitu jawaban responden dari pernyataan yang berupa kuisisioner penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah sekelompok orang, peristiwa ataupun segala suatu yang memiliki ciri tertentu. Populasi pula memiliki makna kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, ataupun orang yang lagi di kaji. Dalam artian lain populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri dari obyek ataupun subyek yang memiliki ciri serta mutu tertentu yang diterapkan oleh penlitit buat diteliti serta setelah itu di tarik kesimpulannya.⁴⁴ Populasi pada penelitian adalah seluruh konsumen pada bengkel Toyota Sudirman. Menurut Suharsimi Arikunto apabila subjeknya kurang dari 100 maka maka lebih baik di ambil semua. Sebaliknya jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat di ambil antara 10-15% atau 20-25%.⁴⁵

⁴³ Arikunto h.10-11

⁴⁴ V. Wiratna Sujpraweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru) h.65

⁴⁵ Arikunto h.104

2. Sampel

Pada penelitian ini sampelnya yaitu konsumen pada bengkel Toyota Sudirman Manado lalu dihitung berdasarkan rumus perhitungan *Cochran* karna besar jumlah populasi yang belum diketahui. Dalam penelitian ini, peneliti memakai pengambilan sampel dengan metode *sampling insidental*. Yaitu pengambilan metode penentuan sampel bersumber pada kebetulan, adalah siapa saja konsumen CV. Kombos (bengkel Toyota) yang secara kebetulan berjumpa dengan penulis bisa digunakan selaku sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai selaku sumber informasi.⁴⁶ Sampel pada penelitian ini yaitu 67 orang. Jumlah tersebut berdasarkan rumus *Cochran* yaitu:⁴⁷

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan : n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Nilai kurve normal untuk simpangan 10% = 1,64

p = Peluang benar (50%)

q = Peluang salah (50%)

e = *Margin error* (Tingkat Kesalahan Samapel)

Perhitungan: $n = \frac{(1,64)^2 (0,5)(0,5)}{0,1^2}$

$$n = \frac{2,6896 (0,25)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,6724}{0,01}$$

⁴⁶ Sujpraweni h.82

⁴⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018) h.143

$$n = 67,24$$

D. Data dan Instrumen

1. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung oleh responden penelitian menggunakan alat pengukuran berupa kuisisioner atau angket. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan wawancara langsung kepada responden menggunakan kuisisioner.

b) Data Sekunder

Data sekunder ialah informasi yang tidak secara langsung diperoleh oleh peneliti dari responden penelitian. Informasi sekunder dalam penelitian ini ialah berbentuk informasi yang diperoleh dari buku, jurnal, serta web yang terpaut dengan penelitian ini.⁴⁸

2. Instrumen Penelitian

Instrument pada penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan sebanyak pertanyaan yang telah tersedia yaitu berupa pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang kepuasan konsumen di bengkel Toyota Sudirman.

⁴⁸ Widyo dan Eko Putro, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012) h.33

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Kualitas Jasa Pelayanan (X)	1. Keandalan (<i>Reability</i>)
	2. Cepat Tanggap (<i>Responsive</i>)
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Sistem Keluhan dan Saran
	2. Survey Kepuasan Pelanggan

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan ini tata cara pengumpulan data yang digunakan ialah:

1. Observasi

Observasi ialah sesuatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari bermacam proses biologis serta psikologis. 2 di antara yang terpenting merupakan proses- proses pengamatan serta ingatan.⁴⁹ Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

2. Kuisisioner (Angket)

Dalam penelitian ini peneliti membagikan kuisisioner kepada konsumen bengkel Toyota Sudirman tentang pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Tata cara serta pengukurannya menggunakan *Skala Likert*. *Skala Likert* bagi Sugiyono merupakan skala

⁴⁹ Putro h.33

yang digunakan buat mengukur perilaku, komentar, serta anggapan seorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala Likert, variabel yang diukur dijabarkan jadi penanda variabel. Setelah itu penanda tersebut dijadikan selaku titik tolak untuk menyusun item- item instrumen yang bisa berbentuk pernyataan ataupun pertanyaan.⁵⁰

Adapun skor dari masing-masing alternatif jawaban ini diberikan skor dengan menggunakan pengukuran Ordinal, yaitu sebagai berikut :

SS	Sangat Setuju	= 5
S	Setuju	= 4
RR	Ragu-Ragu	= 3
TS	Tidak Setuju	= 2
STS	Sangat Tidak Setuju	= 1

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sekumpulan berkas yakni mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, agenda, dan sebagainya. Menurut Sugiyono dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan

⁵⁰ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* h.30

gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.⁵¹

F. Teknik Analisis Data

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apa bila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.⁵²

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas menurut Sugiyono adalah untuk mengetahui instrumen benar-benar mengukur hal yang ingin diukur. Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti.⁵³ Validitas data adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kualitas sesuatu instrumen. Valid berarti instrumen tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan

⁵¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2015) h.329

⁵² Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* h.210

⁵³ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* h.261

memakai instrument yang valid dalam pengumpulan informasi, diharapkan hasil penelitian akan jadi valid. Suatu pernyataan dalam instrument penelitian bisa dikatakan valid apa bila nilai r hitung lebih besar dari r tabel serta bila nilai r hitung pernyataan kurang dari r tabel hingga pernyataan dalam instrument penelitian tersebut dinyatakan tidak valid.⁵⁴

b. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas kuisisioner digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Menurut Sugiharto dan Situnjak menyatakan bahwa reabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya dilapangan.⁵⁵

Kata reliabilitas dalam bahasa Indonesia diambil dari kata *reliability* yang dalam bahasa Inggris, berasal dari kata asal *reliable* yang artinya dapat dipercaya. Instrumen tes dikatakan dapat dipercaya (*reliable*) jika memberikan hasil yang tetap atau konsisten apabila diteskan berkali-kali. Uji reabilitas dicoba dengan memakai uji

⁵⁴ Agus Purwonto, *Panduan Laboraturium Statistik Inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2007) h.143

⁵⁵ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* h.261

Cronbach Alpha setelah itu menyamakan antara r hitung dengan r tabel.⁵⁶

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data biasa dikenal dengan uji asumsi. Uji normalitas ini digunakan jika analisis menggunakan metode parametrik, dimana persyaratan normalitas harus terpenuhi, atau dengan kata lain data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal.⁵⁷ Pengujian ini menggunakan bantuan SPSS 25.

b. Uji Linearitas Data

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linear (garis lurus).⁵⁸ Uji linearitas adalah pengujian data dengan mencari persamaan garis regresi variabel X terhadap Variabel Y.

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2 Square)

Nilai Koefisiensi determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linear X. Jadi kegunaan koefisiensi determinasi adalah

⁵⁶ Purwonto h.143

⁵⁷ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* h.150

⁵⁸ Sigih Santoso, *Statistik Multivariat Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010) h.52

mengukur besar proporsi (presentase) dari jumlah ragam Y yang diterangkan dengan model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan variabel penjelas X terhadap variabel ragam Y. Koefisiensi Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen.⁵⁹

Koefisien Determinasi digunakan buat mengukur seberapa jauh sesuatu variabel bebas memastikan pergantian nilai variabel terikat. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1.⁶⁰ Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.

b. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.⁶¹ Regresi yakni suatu alat ukur yang digunakan buat mengukur ada maupun tidaknya korelasi antar variabel. Pengujian ini dilakukan mengenai

⁵⁹ Dergibson Siagian dan Sugarto, *Metode Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Gramedia Putaka Utama, 2000) h.259

⁶⁰ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* h.121

⁶¹ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* h.261

SPSS 25. Persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan selaku

berikut:⁶²

$$\mathbf{Y = a + b X}$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan (Variabel Dependent)

a = Konstanta (apabila X = 0)

b = Koefisien Regresi (nilai peningkatan ataupun penyusutan)

X = Nilai Variabel Dependent.

⁶² Hasan h.247

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

PT. Hasjrat Abadi merupakan dealer resmi dari kendaraan Toyota untuk daerah Indonesia Timur yang meliputi Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Maluku serta Irian Jaya. Toyota Astra Motor yang berkedudukan di Indonesia ialah merupakan sesuatu syarat dari agen kendaraan Toyota yang wajib memiliki Service Station selaku fasilitas buat perawatan serta perbaikan kendaraan Toyota.

PT. Hasjrat Abadi Manado mendirikan CV. Kombos sebagai Service Station (bengkel) dari kendaraan Toyota. CV. Kombos Manado ini didirikan tanggal 1 Mei 1979 dengan Akte Notaris yang pertama No. 36 Tanggal 14 Juli 1979 dengan Notaris Elissa Pondaag, SH. Dalam proses selanjutnya akte perusahaan ini mengalami perubahan di Jakarta yaitu menjadi No. 101 tanggal 31 Agustus 1979 dengan Notaris Elissa Pondaag, SH. Sebagai pemilik Perusahaan ini adalah Bapak Welly Lontoh dan Ny. Lily Lontoh David sedangkan sebagai kuasa Direksi adalah Bapak Harry Kindangen.

Nama CV. Kombos di ambil dari nama kelurahan Kombos Kecamatan Molas yang terletak kira – kira 5 KM dari kota Manado. Perusahaan ini tidak dapat berdiri sendiri tanpa PT. Hasjrat Abadi, karena maksud dan tujuan utamanya yaitu memberikan pelayanan kepada

konsumen yang berada di wilayah kerjanya dengan sebaik mungkin sebagai satu – satunya Service Station kendaraan Toyota di wilayah Indonesia Timur.

Adapun pelayanan yang selalu diberikan adalah sebagai berikut :

1. Pre Delevary Insvection yaitu memeriksa kendaraan sebelum diberikan kepada konsumen.
2. After Sales Service yaitu pelayanan setelah penjualan kendaraan kepada konsumen.

Sesuai dengan maksud dan tujuan di atas akhirnya pada tanggal 5 Mei 1979 CV. Kombos diresmikan sesuai dengan Akte Notaris yang dibuat oleh Elissa Pondaag, SH, dengan status sebagai kantor pusat untuk wilayah Indonesia Timur.

Dalam rangka melakukan pelayanan kepada para pelanggan di Wilayah Indonesia Timur, maka CV. Kombos mendirikan cabang – cabangnya di beberapa daerah selain di Manado seperti :

- | | | |
|---------------|-------------|-------------|
| 1. Palu | 6. Sorong | 11. Biak |
| 2. Gorontalo | 7. Jayapura | 12. Ternate |
| 3. Kotamobagu | 8. Nabire | 13. Tobelo |
| 4. Luwuk | 9. Timika | |
| 5. Ambon | 10. Merauke | |

Untuk cabang– cabang tersebut di atas nama perusahaan tidak berganti senantiasa CV. Kombos. Hal ini dimungkinkan supaya tiap

aktivitas dari tiap cabang bisa dimonitor dari kantor pusat CV. Kombos di Manado. CV. Kombos mempunyai sarana bengkel yang lengkap dan tempat Training Center para mekanik dan sarana perumahan dari beberapa kantor cabang untuk mekanik secara khusus agar skil yang dimiliki mampu melayani para pelanggan (Costumer) dengan baik.

Semasa berdirinya CV. Kombos pernah dipimpin oleh :

1. H. Tirada (Tahun 1979 – 1982)
2. Ny. Lestari SH (Tahun 1982 – 1983)
3. Pontoan, Bsc (Tahun 1983 – 1984)
4. L. Waaolumaya (Tahun 1984 – 1985)
5. Soeharyono A. L (Tahun 1985 – 1986)
6. R. Plangitan (Tahun 1986 – 1987)
7. Roy Yakobus, SH (Tahun 1987 – 1990)
8. Thomas H. Sasilo (Tahun 1990 – 1991)
9. Wilson Mandila (Tahun 1991 – 1993)
10. Ir. Andries Mongkau (Tahun 1993 – 1997)
11. Dharma Tamuntuan (Tahun 1998 – sekarang)

Perusahaan ini sampai sekarang bergerak dalam usaha penjualan jasa berupa pemeriksaan kendaraan sebelum dibeli oleh pelanggan, perawatan dan perbaikan bagi kendaraan pelanggan, serta pengadaan suku cadang kendaraan Toyota. Beberapa tahapan yang secara umum dalam CV. Kombos khususnya dalam hal ini kegiatan penjualan jasa yang dikenal dengan konsep PDCA, yaitu Plan (Perencanaan), Do (Pelaksanaan), Check

(Pemeriksaan) dan Action (Tindak Lanjut). Sehingga sasaran utama dalam pelayanan purna jual dan kepuasan langganalah yang paling diutamakan. Beberapa cabang CV. Kombos juga mengadakan pelayanan jasa, perbengkelan umum, serta sewa – menyewa bangunan sekaligus mengadakan ekspor – import.

B. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Responden

Pemberian kuesioner diberikan kepada para pelanggan Toyota Sudirman sebanyak 67 responden yang berjumpa langsung dengan peneliti yang lagi melangsungkan perbaikan mobil di Toyota Sudirman serta yang ditatap sesuai sebagai sumber informasi.

2. Karakteristik Responden

a) Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini adalah data mengenai jenis kelamin responden pelanggan di Toyota Sudirman:

Tabel 4.1
Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1.	Laki-laki	41	61%

2.	Perempuan	26	39%
	Jumlah	67	100%

Sumber : data primer 2020

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 41 orang atau 61% dan perempuan sebanyak 26 orang atau 39%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Toyota Sudirman sebagian besar berjenis kelamin laki-laki.

b) Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

Berikut ini adalah data mengenai responden pelanggan di Toyota Sudirman sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
			%
1.	Mahasiswa	9	13,4
2.	Karyawan	19	28,3

	Swasta		
3.	Wiraswasta	17	25,3
4.	PNS	22	32,8
	Jumlah	67	100%

Sumber : data primer 2020

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa responden konsumen Bengkel Toyota Sudirman berdasarkan jenis pekerjaan yang paling banyak adalah 22 PNS (Pegawai Negeri Sipil) atau sebesar 32,8%, 19 karyawan wiraswata atau sebesar 28,3%, 17 wiraswasta atau sebesar 25,3%, 9 mahasiswa 13,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Bengkel Toyota Sudirman sebagian besar berasal dari kalangan PNS (Pegawai Negeri Sipil).

Penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas (X = Kualitas Jasa Pelayanan) dan satu variabel terikat (Y = Kepuasan Konsumen). Penelitian ini dilakukan di Toyota Suidrman Kecamatan Wenang Manado yang berjumlah 67 responden dan berikut ini adalah tabel dan deskripsi jawaban atau tanggapan dari para responden.

a) Deskripsi Variabel (X) Kualitas Jasa Pelayanan

Tabel : 4.3**Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Jasa Pelayanan**

No.	Variabel X	Penilaian				
		SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	X1	17	48	2	0	0
2	X2	26	41	0	0	0
3	X3	31	35	1	0	0
4	X4	20	41	6	0	0
5	X5	39	27	1	0	0
6	X6	26	37	4	0	0
7	X7	23	38	6	0	0
8	X8	25	41	0	0	1
9	X9	33	33	0	0	1
10	X10	38	29	0	0	0
Total		278	370	20	0	2
Presentase (%)		41,4%	55,2%	29,8%	0%	2,9%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

b) Deskripsi Varibel (Y) Kepuasan Konsumen

Tabel : 4.4**Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen**

No	Variabel Y	Penilaian				
		SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	Y1	26	37	4	0	0
2	Y2	20	44	3	0	0
3	Y3	25	39	3	0	0

4	Y4	25	37	5	0	0
5	Y5	26	39	2	0	0
6	Y6	28	31	8	0	0
7	Y7	28	33	6	0	0
8	Y8	20	44	2	1	0
9	Y9	18	27	9	12	1
10	Y10	22	42	2	1	0
Total		238	373	44	14	1
Presentase (%)		35,5%	55,6	6,5%	1%	1,4%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

1. Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas Data

Dalam menentukan kelayakan maupun tidaknya suatu item pernyataan yang hendak digunakan, penulis menggunakan uji validitas analisis korelasi *Bivariate Person* (*produk momen person*) pada taraf signifikansi 5% nilai r tabel dengan $df=n-2$ sampai akan jadi ($df=67-2=65$) sehingga r tabel pada taraf signifikansi 5% ialah 0,240. Apabila nilai r hitung 0,240 sehingga item pernyataan itu dinyatakan valid. Kebalikannya apabila nilai r hitung 0,240 sehingga item pernyataan itu tidak valid.⁶³ Setelah dicoba uji validitas pada variabel X (Kualitas jasa pelayanan) masing- masing pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai *person correlation* 0,240 sehingga segala item pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

⁶³ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* h.261

Tabel : 4.5
Uji Validitas Variabel X (Kualitas Jasa Pelayanan)

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r Tabel	Keterangan
1	0,640	0,240	Valid
2	0,752	0,240	Valid
3	0,440	0,240	Valid
4	0,718	0,240	Valid
5	0,489	0,240	Valid
6	0,737	0,240	Valid
7	0,727	0,240	Valid
8	0,713	0,240	Valid
9	0,599	0,240	Valid
10	0,518	0,240	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25.0

Tabel : 4.6
Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r Tabel	Keterangan
1	0,680	0,240	Valid
2	0,708	0,240	Valid
3	0,700	0,240	Valid
4	0,784	0,240	Valid
5	0,769	0,240	Valid
6	0,802	0,240	Valid
7	0,828	0,240	Valid
8	0,640	0,240	Valid
9	0,538	0,240	Valid
10	0,684	0,240	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.5 dan 4.6 di atas dapat dilihat r hitung pada kolom *Corrected item-Total Correlation* variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y) lebih besar daripada r tabel 0,240. Maka disimpulkan bahwa semua indikator pada variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah uji untuk menunjukkan konsisten suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisiensi *Cronbach Alpha*. Uji reabilitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS 25*, dan hasilnya adalah.

Tabel : 4.7

Uji Reliabilitas Variabel X (Kualitas Jasa Pelayanan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,834	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0

Tabel : 4.8

Uji Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,872	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0

Setelah dilakukan pengujian dapat diketahui nilai reabilitas *Alpha Cronbach* untuk variabel X (Kualitas Pelayanan) adalah 0,834 dan variabel Y (Kepuasan Konsumen) adalah 0,872. Sehingga dapat disimpulkan hasil uji reabilitas variabel X $0,834 > 0,240$ dan variabel Y $0,872 > 0,240$, maka variabel X dan Y dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas Data

Uji normalitas dimaksud selaku usaha untuk membenarkan apakah data variabel X (Kualitas Jasa Pelayanan) dan Y (Kepuasan Konsumen) yang diteliti yakni distribusi normal ataupun tidak. Dalam uji normalitas ini penulis mengenakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan 5% (0,05). Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikan lebih besar dari 0,05.

Tabel : 4.9
Uji Normalitas
Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.12147311
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.060
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0

Setelah dicoba pengujian, dapat diketahui nilai *unstandardized residual* ialah 0,200. Dengan demikian dapat dikatakan hasil uji normalitas dengan mengenakan metode *Kolmogorov-Smirnov* variabel X (Kualitas Jasa Pelayanan) dinyatakan berdistribusi normal sebab mempunyai nilai *unstandardized residual* >0,05.

b) Uji Linearitas Data

Dalam analisis regresi linear sederhana, uji linearitas harus terpenuhi. Uji linearitas yang digunakan dalam SPSS ini ialah *Test for Linearity* dengan melihat apabila nilai *deviation from linearity* 0.05

sehingga terdapat hubungan yang linear. Kebalikannya apabila nilai *deviation from linearity* 0.05 hingga tidak terdapat hubungan yang linear. Bagi pengujian yang telah dicoba, diketahui nilai *deviation from linearity* merupakan 0,174. Dengan demikian, nilai *deviation from linearity* terdapat ikatan yang linear, sebab mempunyai nilai *deviation from linearity* > 0,05.

Tabel : 4.10

Uji Lineritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Jasa Pelayanan	Between Groups	(Combined)	825.324	11	75.029	8.137	.000
		Linearity	689.371	1	689.371	74.766	.000
		Deviation from Linearity	135.954	10	13.595	1.474	.174
	Within Groups		507.123	55	9.220		
	Total		1332.448	66			

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0.0

Dari tabel di atas hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel ANOVA. Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada kolom *Deviation from Linearity* sebesar 0,174. Signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel X (Kualitas Jasa Pelayanan) dan variabel Y (Kepuasan Konsumen) terdapat hubungan yang linear.

3. Uji Hipotesis

a) Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana ialah pengujian terhadap data dimana terdiri dari 2 variabel yakni satu variabel independen dan variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (mempengaruhi). Pengujian ini dicoba dengan mengenakan SPSS 25.0. Secara umum persamaan regresi simpel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan (Variabel Dependen)

a = Konstanta (apabila X= 0)

b = Koefisien Regresi (nilai peningkatan ataupun penyusutan)

X = Nilai Variabel Independen

Tabel : 4.11

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.482	4.682		.744	.460
X	.893	.107	.719	8.347	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: *Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25.0*

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diatas dijelaskan bahwa nilai a = angka konstan dari *unstandardized coefficients* sebesar 3,482. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Kualitas Jasa Pelayanan (X) maka nilai konsisten Kepuasan Konsumen (Y) adalah 3,482. Sedangkan nilai b = angka koefisien regresi, nilainya sebesar 0,893. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 5% tingkat Pembangunan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar +3,482.

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Kualitas Jasa Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) . Berdasarkan hasil pengujian nilai a dan b tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi, yaitu: $Y = a + bX = 3,482 + 0,893X$.

Model regresi linear sederhana di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 3,482 menunjukkan bahwa variabel independet tetap, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 3,482.
- 2) Koefisiensi variabel kepuasan konsumen bernilai positif sebesar 0,893 ini berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan memuaskan, karena nilai koefisien bertanda positif maka nilai Y kepuasan konsumen akan meningkat 0,893.

b) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang mendekati 0 (nol) berarti kemampuan segala variabel independen dalam menarangkan variabel dependen amat terbatas, kebalikannya nilai koefisien determinasi yang mendekati 1 berarti variabel independen hampir memberikan data yang dipaparkan buat memprediksi ragam variabel dependen.

Tabel : 4.12

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,719 ^a	,517	,510	3.145

a. Predictors: (Constant), Kualitas Jasa Pelayanan

Sumber : *Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25.0*

Hasil dalam pengujian ini dapat dilihat dari 4.12 tabel *Model Summary* bahwa nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,719. dari hasil tersebut diperoleh koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,517, yang artinya bahwa pengaruh variabel X (Kualitas Jasa Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Konsumen) adalah sebesar 51,7% sedangkan sisanya 48,3% (100- 51,7 % = 48,3%) dipengaruhi faktor oleh diluar penelitian.

C. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 2 bulan di CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman dengan jumlah pelanggan yang menjadi sampel penulis adalah 67. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pembahasan Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman yang diolah menggunakan program SPSS 25.0.

Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil uji normalitas data yaitu di atas 0,05 maka berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang akan di uji dan data normal baku yang berarti data yang kita uji adalah normal. Dari hasil uji linearitas yaitu lebih dari 0,05 bahwa antara kualitas jasa pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) terhadapat hubungan yang linear atau sejalan (lurus). Hasil uji dari regresi linear sederhana H_0 diterima yang terdapat pengaruh yang signifikan dan dari hasil uji R Square sebesar 51,7% yang artinya dalam penelitian ini Kualitas Jasa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan pengujian yang sudah dicoba dengan uji regresi linear sederhana diketahui nilai constants (a) sebesar 3,482 sedangkan nilai constants (b) koefisien regresi +0,893. Ini menyatakan bahwa setiap penambahan 5% tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar +0,893. Karena nilai koefisiensi regresi bernilai (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Kualitas Jasa Pelayanan (X) berpengaruh

positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sehingga persamaan regresinya adalah $Y = a + bX = 3,482 + 0,893X$. Dari uji regresi linear sederhana bernilai (+) atau tidak berpengaruh negatif maka dengan demikian dilakukan lagi uji koefisien determinasi (uji R^2). Kemudian diperoleh nilai R^2 sebesar 0,300 atau 30,0% yang artinya H_a diterima, karena terdapat pengaruh yang signifikan antara Pembangunan Terhadap Ekonomi Masyarakat dan H_0 ditolak.

Hasil dalam pengujian ini, dapat diketahui bahwa nilai *R Square* = 0,517 atau 51,7%. Maka dalam pembahasan ini adalah Kualitas Jasa Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 51,7% dan sisanya ($100\% - 51,7\% = 48,3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada *Model Summary*.

Hasil pengujian secara umum menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dalam penelitian ini peneliti meneliti para konsumen di Bengkel Toyota Sudirman. Berdasarkan hasil penelitian yang diuji menggunakan aplikasi *SPSS 25* dari setiap data responden yang diperoleh dinyatakan valid sehingga layak untuk dilanjutkan dengan uji analisis regresi linear sederhana. Hal ini dibuktikan dengan uji kualitas data yakni uji validitas dan reabilitas. Setelah dilakukan uji validitas ada variabel X (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y (Kepuasan Konsumen) setiap item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai, *Person Correlation* $>0,240$. diketahui nilai reabilitas *Alpha Cronbach* untuk variabel X

(Kualitas Pelayanan) adalah 0,834 dan variabel Y (Kepuasan Konsumen) adalah 0,872 sehingga dapat disimpulkan hasil uji reabilitas variabel X dan Y dinyatakan reliabel. Untuk uji asumsi klasik dimana uji normalitas peneliti menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov Test* terlihat bahwa nilai probabilitas $0,200 < 0,05$ maka dapat dikatakan data ini berdistribusi normal. Untuk uji regresi linear sederhana dari hasil output *SPSS 25* di atas didapat nilai signifikansi $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil uji normalitas data yaitu di atas 0,05 maka berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang akan di uji dan data normal baku yang berarti data yang kita uji adalah normal. Dari hasil uji linearitas yaitu lebih dari 0,05 bahwa antara kualitas jasa pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) terdapat hubungan yang linear atau sejalan (lurus). Hasil uji dari regresi linear sederhana H_0 diterima yang terdapat pengaruh yang signifikan dan dari hasil uji R Square sebesar 51,7% yang artinya dalam penelitian ini Kualitas Jasa pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kepuasan Konsumen di CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman sehingga penulis menarik kesimpulan dari rumusan masalah yang terdapat ialah variabel kualitas jasa pelayanan mempengaruhi positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perihal ini dibuktikan dengan hasil analisis memakai teknik koefisien determinasi (R^2) menunjukkan koefisien antara variabel X (Kualitas Jasa Pelayanan) dan Y (Kepuasan Konsumen) sebesar 0,51,7 atau 51,7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Jasa Pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Kosnumen (Y).

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

- a) Sehubungan dengan pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan selama ini, sehingga penelitian yang berhubungan dengan perilaku konsumen khususnya pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sekiranya dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan penilaian perusahaan buat menjadikan bengkel Toyota Sudirman jadi lebih baik lagi.

b) Kualitas jasa pelayanan yang selama ini diberikan kepada pelanggan biar senantiasa ditingkatkan untuk menjadikan pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

2. Bagi Konsumen

Dianjurkan untuk senantiasa merawat mobil di bengkel Toyota Sudirman supaya kendaraan senantiasa dalam keadaan yang terbaik. Sebab bengkel Toyota Sudirman menawarkan pelayanan serta suku cadang yang terbaik sesuai standarnya.

3. Bagi Peneliti Lanjutan

Buat peneliti lanjutan yang ingin melakukan penelitian di bidang sejenis apapun mereplikasikan penelitian ini, sampai hendaknya mencermati keterbatasan yang di temui dalam penelitian ini. Tidak cuma itu dan dapat dijadikan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian yang lebih sempurna lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimii, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)
- Armaniah, Henny, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosnumen Pada Bengkel AHASS Honda Tangerang', *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2 (2019)
- Bugin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 1st edn (Yogyakarta: Kencana, 2010)
- Danu Aris Setiyanto, *Sebuah Catatan Sosial Tentang Ilmu, Islam, Dan Indonesia* (Yogyakarta: Deepublish, 2016)
- Hasan, Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Statistik I* (Jakarta: Bumi Aksara, 1990)
- Keller, Kevin Lane, *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan* (Malang: Bayumedia Publishing, 2014)
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009)
- Lupiyoadi, Ramabat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 2nd edn (Jakarta: Salemba Empat, 2006)
- Muhtosim, Arief, *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan* (Malang: Bayumedia Publishing, 2007)
- Purwonto, Agus, *Panduan Laboraturium Statistik Inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2007)
- Putro, Widyo dan Eko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012)
- Rahmayanty, Nina, *Manajemen Pelayanan Prima Mencegah Pembalotan Dan Membangun Customer Loyalty* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)
- Santoso, Sigih, *Statistik Multivariat Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010)
- Setiawan, Deny, 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi Kasus AHASS Kenari Motor)', *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 3 (2018)
- Sugarto, Dergibson Siagian dan, *Metode Statistik Untuk Bisinis Dan Ekonomi* (Jakarta: Gramedia Putaka Utama, 2000)

- Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2015)
- , *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018)
- , *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabetaka, 2017)
- Sujpraweni, V. Wiratna, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru)
- Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (Jakarta: Rineka Cipta, 1997)
- Tahendrika, Abner, ‘Analisis Kualitas Layanan Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Motor Suzuki Pada Bengkel PT. Sinar Galesong Pratama Makassar’, *Jurnal Ekonomi*
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 1997)
- , *Total Quality Manajemen Edisi Revisi* (Yogyakarta: Andy, 2003)
- Umar, Husain, *Manajemen Riset Dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pusat, 2005)
- Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa* (Yogyakarta: Ekonosia, 2005)

L

A

M

P

I

R

A

N



CV. KOMBOS SUDIRMAN
SERVICE STATION TOYOTA
Jl. Jend. Sudirman No.119 A
Telp : (0431) 878663
Fax : (0431) 877495
MANADO 95122

Nomor : 070/CVK-SDR/IV/2020
Lampiran : --
Perihal : Persetujuan Penelitian

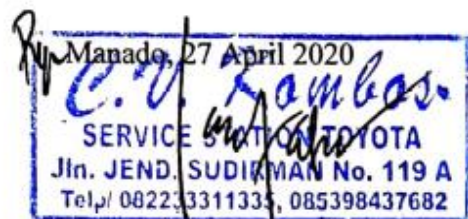
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
di –
Manado

Menujuk surat Saudara Nomor B-196/ In.25/F.IV/TL.00.1/03/2020 tanggal 12 Maret 2020 perihal Permohonan Izin Penelitian, maka dengan surat ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya kami menyetujui mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Yunita Hasan
NIM : 16.4.1.033
Fakultas : Ekonomi & Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Untuk mengadakan penelitian di kantor CV. Kombos Sudirman dalam rangka Penyusunan Skripsi dengan judul : *"Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Bengkel Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman)"*.

Demikian disampaikan, atasnya diucapkan terima kasih.



Demmy S. Korompis

Kepala Bengkel



CV. KOMBOS SUDIRMAN
SERVICE STATION TOYOTA
Jl. Jend. Sudirman No.119 A
Telp : (0431) 878663
Fax : (0431) 877495
MANADO 95122

SURAT KETERANGAN
Nomor : 157-A/CVK-SDR/IX/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini CV. Kombos Sudirman, menerangkan bahwa :

Nama : Yunita Hasan
NIM : 16.4.1.033
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
Program Studi : Ekonomi Syariah

Yang bersangkutan telah mengadakan penelitian di CV. Kombos Sudirman, terhitung bulan Juli-September 2020 guna penulisan skripsi dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman)”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagai mestinya.

Manado, 28 September 2020
C.V. Kombos
SERVICE STATION TOYOTA
Jln. JEND. SUDIRMAN No. 119 A
Tel. 0822 3311355, 085398437682
Demmy S. Korompis
Kepala Bengkel

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL TERHADAP KUPUASAN KONSUMEN

(Studi Kasus CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman)

Responden yang terhormat saya mengharapkan kerja samanya untuk mengisi kuesioner ini dengan benar, kuesioner ini hanya digunakan untuk penyelesaian dan penelitian skripsi semata. Atas kerjasamanya dan perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

10. Identifikasi Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

11. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (\sqrt) pada kolom yang telah tersedia sesuai dengan jawaban anda.

Penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut :

Keterangan	Skor Nilai
------------	------------

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

A. Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Indikator : Keandalan

Indikator : Cepat Tanggap

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan					
2	Petugas bengkel peduli dan ramah terhadap konsumen					
3	Respon petugas bengkel cepat					
4	Petugas bengkel memberikan respon secara cepat terhadap kebutuhan pengunjung					
5	Petugas bengkel melakukan pendataan secara cepat					

6	Penyampaian informasi diberikan dengan jelas					
7	Pelayanan administrasi cepat dan tepat					
8	Petugas bengkel bersedia membantu keperluan pelanggan					
9	Respon yang dilakukan dengan baik apabila ada complain					
10	Karyawan <i>service advisor</i> menginformasikan secara pasti kapan kendaraan selesai servis					

B. Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Indikator : Sistem keluhan dan saran

Indikator : Survey Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	CV. Kombos Sudirman memberikan kesempatan bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka					
2	Perusahaan menyediakan kartu komentar dan menyediakan saluran telepon untuk menyampaikan keluhan dan saran para					

	pelanggan atau konsumen										
3	Saya merasa puas dengan pelayanan bengkel										
4	Saya berminat untuk memakai kembali jasa pelayanan bengkel										
5	Saya merasa nyaman atas keramahan dan etika petugas bengkel ketika melayani konsumen										
6	Pihak perusahaan menanyakan secara langsung mengenai kepuasan pelanggan tersebut										
7	Pihak perusahaan memberikan pertanyaan menyangkut besarnya harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan										
8	Perusahaan menjadikan pelanggan sebagai responden untuk mengungkapkan masalah-masalah yang berkaitan dengan penawaran dari perusahaan serta saran-saran untuk melakukan perbaikan.										
9	Pernah punya pengalaman tidak memuaskan dengan pelayanan dari bengkel										
10	Area parkir yang memadai serta aman										

Tanggapan Responden Kualitas Jasa Pelayanan (X)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49

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

64	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	34
65	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	34
66	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	39
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Kosnumen (Y)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	41
4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	39
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
9	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
10	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	42
11	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	45
12	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
17	4	5	5	5	5	5	5	4	2	5	45
18	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	39
19	5	5	4	4	4	5	5	5	2	4	43
20	5	4	5	4	5	4	4	4	1	4	40
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40
24	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	36

25	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	43
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
28	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	33
29	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	43
30	4	4	5	5	5	5	5	5	2	5	45
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	45
33	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	46
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	3	5	5	4	5	3	3	5	5	42
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
40	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46
41	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	45
42	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
43	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	47
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	40
46	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
49	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	44
54	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	39
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y8	Pearson Correlation	.478**	.488**	.268*	.400**	.399**	.357**	.523**	1	.389**	.252*	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.029	.001	.001	.003	.000		.001	.040	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y9	Pearson Correlation	.210	.197	.121	.238	.216	.254*	.324**	.389**	1	.276*	.538**
	Sig. (2-tailed)	.088	.111	.329	.053	.080	.038	.008	.001		.024	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y10	Pearson Correlation	.265*	.405**	.506**	.578**	.639**	.555**	.485**	.252*	.276*	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.030	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.040	.024		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Total	Pearson Correlation	.680**	.708**	.700**	.784**	.769**	.802**	.828**	.640**	.538**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN III :

Uji Reliabilitas Variabel X (Kualitas Jasa Pelayanan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.834	10

Uji Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.872	10

LAMPIRAN IV :

UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.12147311
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.060
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

UJI LINEARITAS DATA

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Jasa Pelayanan	Between Groups	(Combined)	825.324	11	75.029	8.137	.000
		Linearity	869.371	1	869.371	74.766	.000
		Deviation from Linearity	135.954	10	13.595	1.474	.174
	Within Groups		507.123	55	9.220		
	Total		1332.448	66			

LAMPIRAN V :

UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.482	4.682		.744	.460

	Kualitas Jasa Pelayanan	.893	.107	.719	8.347	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

LAMPIRAN VI : UJI HIPOTESIS

UJI KORELASI

Correlations			
		PENGETAHUAN	MINAT
Kualitas Jasa Pelayanan	Pearson Correlation	1	.719
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	67	67
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.719	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	67	67

LAMPIRAN VII :

KOEFISIEN DETERMINASI (R^2 Square)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.517	.510	3.145
a. Predictors: (Constant), Kualitas Jasa Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

LAMPIRAN VIII : Tabel r

N	R	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.29	82	0.21	122	0.17	162	0.15	202	0.137

			7		5		6		3		
3	0.878	43	0.29 4	83	0.21 3	123	0.17 6	163	0.15 3	203	0.137
4	0.811	44	0.29 1	84	0.21 2	124	0.17 5	164	0.15 2	204	0.137
5	0.754	45	0.28 8	85	0.21 1	125	0.17 4	165	0.15 2	205	0.136
6	0.707	46	0.28 5	86	0.21	126	0.17 4	166	0.15 1	206	0.136
7	0.666	47	0.28 2	87	0.20 8	127	0.17 3	167	0.15 1	207	0.136
8	0.632	48	0.27 9	88	0.20 7	128	0.17 2	168	0.15 1	208	0.135
9	0.602	49	0.27 6	89	0.20 6	129	0.17 2	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	<u>0.27</u> 3	90	0.20 5	130	0.17 1	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.27 1	91	0.20 4	131	0.17	171	0.14 9	211	0.134
12	0.532	52	0.26 8	92	0.20 3	132	0.17	172	0.14 9	212	0.134
13	0.514	53	0.26 6	93	0.20 2	133	0.16 9	173	0.14 8	213	0.134
14	0.497	54	0.26 3	94	0.20 1	134	0.16 8	174	0.14 8	214	0.134
15	0.482	55	0.26 1	95	0.2	135	0.16 8	175	0.14 8	215	0.133
16	0.468	56	0.25 9	96	0.19 9	136	0.16 7	176	0.14 7	216	0.133

17	0.456	57	0.25 6	97	0.19 8	137	0.16 7	177	0.14 7	217	0.133
18	0.444	58	0.25 4	98	0.19 7	138	0.16 6	178	0.14 6	218	0.132
19	0.433	59	0.25 2	99	0.19 6	139	0.16 5	179	0.14 6	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.19 5	140	0.16 5	180	0.14 6	220	0.132
21	0.413	61	0.24 8	101	0.19 4	141	0.16 4	181	0.14 5	221	0.131
22	0.404	62	0.24 6	102	0.19 3	142	0.16 4	182	0.14 5	222	0.131
23	0.396	63	0.24 4	103	0.19 2	143	0.16 3	183	0.14 4	223	0.131
24	0.388	64	0.24 2	104	0.19 1	144	0.16 3	184	0.14 4	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.16 2	185	0.14 4	225	0.13
26	0.374	66	0.23 9	106	0.18 9	146	0.16 1	186	0.14 3	226	0.13
27	0.367	67	0.23 7	107	0.18 8	147	0.16 1	187	0.14 3	227	0.13
28	0.361	68	0.23 5	108	0.18 7	148	0.16	188	0.14 2	228	0.129
29	0.355	69	0.23 4	109	0.18 7	149	0.16	189	0.14 2	229	0.129
30	0.349	70	0.23 2	110	0.18 6	150	0.15 9	190	0.14 2	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.18 5	151	0.15 9	191	0.14 1	231	0.129

32	0.339	72	0.22 9	112	0.18 4	152	0.15 8	192	0.14 1	232	0.128
33	0.334	73	0.22 7	113	0.18 3	153	0.15 8	193	0.14 1	233	0.128
34	0.329	74	0.22 6	114	0.18 2	154	0.15 7	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.22 4	115	0.18 2	155	0.15 7	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.22 3	116	0.18 1	156	0.15 6	196	0.13 9	236	0.127
37	0.316	77	0.22 1	117	0.18	157	0.15 6	197	0.13 9	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.17 9	158	0.15 5	198	0.13 9	238	0.127
39	0.308	79	0.21 9	119	0.17 9	159	0.15 5	199	0.13 8	239	0.126
40	0.304	80	0.21 7	120	0.17 8	160	0.15 4	200	0.13 8	240	0.126

DOKUMENTASI PENELITIAN



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Yunita Hasan

NIM : 16.4.1.033

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

TTL : Airmadidi, 28 Desember, 1998

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Airmadidi Atas Lingkungan 17

Orang Tua

 Ayah : Arifin Hasan

 Ibu : Marni Simbuka Isili

Riwayat Pendidikan

 SD : SD Inpres 2 Airmadidi Atas/ 2010

 SMP : SMPN 2 Airmadidi/ 2013

 SMA : SMK N 1 Airmadidi/ 2016

 Perguruan tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado