



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN PADA CV WIRA AGUNG LESTARI**

**TAHUN 2014-2016**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Denis Andrian  
021113211

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR**

**2017**

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN PADA CV WIRA AGUNG LESTARI  
TAHUN 2014-2016**

Skripsi

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



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

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

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN PADA CV WIRA AGUNG LESTARI  
TAHUN 2014-2016**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada hari : Senin, Tanggal : 23 Oktober 2017

Denis Andrian

021113211

Menyetujui,

Dosen Penilai,



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

Ketua Komisi Pembimbing



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

Anggota Komisi Pembimbing



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

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahuwata'ala Tuhan Semesta Alam, yang telah memberikan segala nikmat,rahmat,ampunan dan karunia-Nya untuk memudahkan saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada CV Wira Agung Lestari Tahun 2014-2016". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada program strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Bibin Rubini, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Pakuan.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Bapak Ferdisar Adrian, S.E., M.M. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan pembimbing, yang senantiasa membimbing, mengajari, dan memberi nasihat kebaikan dan kesabaran kepada penulis.
4. Bapak Herdiyana, S.E., M.M. Selaku Ketua Prodi Jurusan Manajemen, dan pembimbing yang senantiasa membimbing, mengajari, dan memberi nasihat kebaikan dan kesabaran kepada penulis.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmunya kepada segenap Mahasiswa Fakultas Ekonomi.
6. Seluruh Staff dan karyawan di Universitas Pakuan dan khususnya di lingkungan Fakultas Ekonomi
7. Sahabat-sahabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dan memotivasi penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Rekan-rekan Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan kabinet Bergerak & Bekarya khususnya divisi Hubungan Mahasiswa & Masyarakat 2016.
9. Seluruh civitas akademika Universitas Pakuan.

Terakhir dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat setinggi-tingginya serta ucapan terimakasih sebesar-besarnya dari penulis kepada Ayah dan Ibu yang tercinta,terkasih dan tersayang Bapak Sopiandi, S.E., dan Ibu Saripah atas darah, keringat, kesabaran dan kasih sayang yang begitu besar dan tidak pernah hilang kepada penulis, kepada kakak penulis yakni Tema Nugraha, S.E., atas segala motivasi dan dukungannya kepada penulis baik moril maupun materil.

Hanya doa yang mampu penulis berikan kepada semuanya, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian dan senantiasa memberikan Rahmat dan Nikmat-Nya kepada kita semua. Aamin.

Bogor, Oktober 2017

Penyusun

## ABSTRAK

Denis Andrian, 021113211, Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Pada CV Wira Agung Lestari tahun 2014-2016, Dibawah Bimbingan Ferdisar Adrian, SE., MM. dan Herdiyana, SE., MM.. 2017

Kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Suatu pelayanan dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Sehingga tercipta kepuasan pelanggan. Akan tetapi dari data jumlah pelanggan service CV Wira Agung Lestari tahun 2014-2016 mengalami penurunan dan keluhan pelanggan fluktuatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif pada CV Wira Agung Lestari pada tahun 2014-2016.

Jenis penelitian yang digunakan adalah verifikatif dengan metode *explonatory sampling* dan dibuktikan dengan teknik statistik inferensial. Jenis data yang digunakan adalah kuantitatif dan data primer diperoleh dari survey, dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan CV Wira Agung Lestari. Populasi penelitian ini adalah pelanggan CV Wira Agung Lestari dari 9681 pelanggan dengan sampel sebanyak 100 pelanggan. metode pengolahan data dengan analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi dengan menggunakan SPSS 21.

Berdasarkan hasil analisis penelitian kualitas pelayanan yang ada pada bengkel CV Wira Agung Lestari memiliki rata-rata nilai 85.957% termasuk ke dalam kriteria sangat baik. Sedangkan kepuasan pelanggan dengan rata-rata nilai 84.33% di kategorikan ke dalam kriteria sangat memuaskan. Memiliki hubungan yang positif dan sedang yang dibuktikan dengan hasil pengujian statistik koefisien korelasi rank spearman sebesar 0.524 dan nilai signifikan 0.000. Dengan demikian sesuai dengan hipotesis hasil penelitian atau hipotesis diterima.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	6
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1. Maksud Penelitian.....	6
1.3.2. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Pengertian Pemasaran .....	9
2.2. Manajemen Pemasaran .....	9
2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
2.3. Jasa.....	10
2.3.1. Pengertian Jasa.....	10
2.3.2. Karakteristik Jasa .....	11
2.4. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	12
2.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	13
2.5. Kepuasan Pelanggan .....	15
2.5.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	15
2.5.2. Atribut Pembentukan Kepuasan .....	16
2.5.3. Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan .....	17
2.5.4. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	19
2.6. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran .....	21
2.6.1. Penelitian Sebelumnya .....	21
2.6.2. Kerangka Pemikiran .....	23
2.6.3. Konstelasi Penelitian .....	25
2.7. Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Objek Penelitian, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian.....	26
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	26

3.4. Operasionalisasi Variabel .....	27
3.5. Metode Penarikan Sampel .....	28
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.7. Metode Pengolahan/Analisis data.....	29
1. Pengujian Instrumen Data.....	29
a) Analisis Deskriptif .....	29
b) Uji Validitas.....	30
c) Uji Reliabilitas .....	30
2. Analisis Korelasi Rank Spearman .....	31
3. Analisis Koefisien Determinasi .....	31
4. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi .....	32

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1. Hasil Pengumpulan Data.....	33
4.1.1. Usia Responden .....	33
4.1.2. Jenis Kelamin Responden.....	34
4.1.3. Jenis Pekerjaan Responden.....	35
4.1.4. Kualitas Pelayanan.....	36
4.1.5. Kepuasan Pelanggan .....	47
4.2. Analisis Data .....	55
4.2.1. Uji Validitas .....	55
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	57
4.2.3. Hipotesis Penelitian .....	58
4.2.4. Hasil Uji Hipotesis.....	59
4.3. Pembahasan.....	60

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran.....	62

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penjualan Sepeda Motor .....	2
Tabel 2	Jumlah Pelanggan Service .....	3
Tabel 3	Total Keluhan Pelanggan .....	5
Tabel 4	Operasional Variabel.....	27
Tabel 5	Skala Likert.....	29
Tabel 6	Interval Koefisien Korelasi.....	31
Tabel 7	Usia Responden.....	33
Tabel 8	Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 9	Jenis Responden.....	35
Tabel 10	Kriteria tanggapan Responden.....	37
Tabel 11	Pendapat Responden.....	37
Tabel 12	Pendapat Responden.....	38
Tabel 13	Pendapat Responden.....	38
Tabel 14	Pendapat Responden.....	39
Tabel 15	Pendapat Responden.....	40
Tabel 16	Pendapat Responden.....	40
Tabel 17	Pendapat Responden.....	41
Tabel 18	Pendapat Responden.....	41
Tabel 19	Pendapat Responden.....	42
Tabel 20	Pendapat Responden.....	42
Tabel 21	Pendapat Responden.....	43
Tabel 22	Pendapat Responden.....	43
Tabel 23	Pendapat Responden.....	44
Tabel 24	Pendapat Responden.....	44
Tabel 25	Pendapat Responden.....	45
Tabel 26	Pendapat Responden.....	46
Tabel 27	Pendapat Responden.....	46
Tabel 28	Pendapat Responden.....	47
Tabel 29	Pendapat Responden.....	47
Tabel 30	Pendapat Responden.....	48
Tabel 31	Pendapat Responden.....	48
Tabel 32	Pendapat Responden.....	49
Tabel 33	Pendapat Responden.....	50
Tabel 34	Pendapat Responden.....	50
Tabel 35	Pendapat Responden.....	51
Tabel 36	Pendapat Responden.....	51
Tabel 37	Pendapat Responden.....	52
Tabel 38	Pendapat Responden.....	53
Tabel 39	Pendapat Responden.....	53

Tabel 40	Pendapat Responden .....	54
Tabel 41	Pendapat Responden .....	54
Tabel 42	Pendapat Responden .....	55
Tabel 43	Pendapat Responden .....	56
Tabel 44	Pendapat Responden .....	57
Tabel 45	Pendapat Responden .....	57
Tabel 46	Pendapat Responden .....	58
Tabel 47	Pendapat Responden .....	59
Tabel 48	Pendapat Responden .....	60
Tabel 49	Pendapat Responden .....	61

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1	Jumlah Pelanggan Service .....	3
Gambar 2	Konstelasi Penelitian .....	24
Gambar 3	Usia Responden .....	33
Gambar 4	Jenis Kelamin Responden.....	34
Gambar 5	Jenis Pekerjaan Responden.....	35

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Seiring perkembangan zaman, pada saat ini kegiatan bisnis khususnya dalam bidang pemasaran akan mengalami peningkatan. Persaingan dalam dunia bisnis pun semakin kuat, sehingga akan membuat para pengusaha menciptakan strategi yang tepat untuk memasarkan produknya dan memenangkan persaingan untuk memaksimalkan pendapatan. Persaingan semakin ketat terjadi didalam dunia otomotif, khususnya dalam produk sepeda motor, karena produk ini merupakan alat transportasi darat yang paling dominan dimiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa sangat puas, mereka akan membeli ulang serta merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama, oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan. Karena saat ini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan di dunia bisnis. Demikian pula halnya dengan apa yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dibidang jasa service motor, mereka berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan melayani service sepeda motor

Sejalan dengan meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat akan tune up mesin sepeda motor yang dipakai setiap harinya untuk melakukan aktivitas. Konsumen sadar akan pentingnya kehadiran bengkel service sepeda motor, karena apabila sepeda motor yang digunakan bermasalah, maka konsumen tersebut tidak akan bisa menggunakannya untuk kegiatan sehari-hari. Hal itu yang membuat bengkel jasa pelayanan service motor termotivasi untuk senantiasa mengantisipasi kebutuhan dan keinginan para konsumen agar terciptanya kepuasan dari konsumennya. kepuasan pelanggan tidak dapat begitu saja dibangun, metode pemasaran yang digunakan harus sesuai dengan perilaku konsumen yang dipakai sebagai tolak ukur dalam penentuan arah dalam memberikan layanan yang berkualitas oleh badan usaha itu.

Berikut ini adalah data penjualan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2014-2016 sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Penjualan Sepeda Motor**

Nama Merek	Tahun/Unit			Δ 2014-2015	Δ 2015-2016
	2014	2015	2016		
Honda	5.051.100	4.453.888	4.440.199	-13.41%	-0.31%
Yamaha	2.371.082	1.798.630	1.561.344	-31.83%	-15.20%
Suzuki	275.067	109.882	104.914	-150.33%	-4.74%
Kawasaki	165.371	115.008	85.308	-43.79%	-34.82%
Tvs	9.575	2.747	23.585	-248.56%	88.35%
Total	7.867.196	6.480.155	6.215.350	-21.40%	-4.26%

Sumber : AISI, 2016

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat pada tahun 2014-2015 total penjualan sepeda motor mengalami penurunan. Pada tahun 2014 total penjualan sepeda motor 7.867.196 unit. Penjualan sepeda motor terbanyak yaitu honda sejumlah 5.051.100 unit dan yang terendah yaitu Tvs sebanyak 9.575 unit. Pada tahun 2015 total penjualan sepeda motor 6.480.155 unit. Penjualan sepeda motor terbanyak yaitu honda sejumlah 4.453.888 dan yang terendah yaitu Tvs sejumlah 2.747. pada tahun 2016 total penjualam sepeda motor 6.215.350 unit. Penjualan sepeda motor terbanyak yaitu Honda sejumlah 4.440.199. Maka, dapat disimpulkan sepeda motor merek honda dari tahun 2014-2016 menduduki pangsa pasar penjualan sepeda motor.

Bila jumlah penjualan menurun, pihak begkel resmi harus lebih gencar untuk membuat konsumen tertarik dengan begkelnya, sehingga bengkel tersebut selalu didatangi oleh pelanggan.

Bengkel resmi tentu memiliki image pelayanan yang lebih baik, bertanggungjawab dan lebih aman bagi motor. Mengenai harga yang relatif lebih mahal dan spareparts yang tak bebas ( AHASS hanya menggunakan onderdil Honda) membuatnya tetap digemari. (<http://www.unggulcenter.org/2011/03/08/sama-ahass-beda-kualitas/>)

Setiap produsen memiliki keunggulannya masing-masing agar menjadi daya tarik bagi konsumennya. Sehingga produsen-produsen tersebut menciptakan jasa layanan service sepeda motor untuk para konsumen. Tidak dipungkuri bahwa pelayanan adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan suatu perusahaan dan pelayanan harus dilakukan dengan sebaik mungkin. Maka pelayanan yang baik adalah salah satu cara yang ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usahanya. Salah satunya Honda yang menciptakan jasa layanan service yang bernama AHASS.

Bengkel AHASS adalah Bengkel Resmi sepedah motor Honda yang direkomendasikan sebagai jaringan service motor honda oleh astra honda motor. Dengan melakukan perawatan motor Honda secara berkala, maka bisa dipastikan kondisi motor anda akan tetap optimal dan terjaga kualitas mesinnya. Salah satu cabang AHAAS berada di kabupaten Bogor yaitu CV Wira Agung Lestari.

CV Wira Agung Lestari 02709 yang terletak di Jl. Raya Cibanteng No.75 ciampea bogor, Jawa Barat 16620, Indonesia. CV Wira Agung Lestari hanya bergerak dibidang service motor. Mulai dari service ringan yaitu pergantian oli sampai service berat berupa turun mesin. CV Wira Agung Lestari ini buka setiap

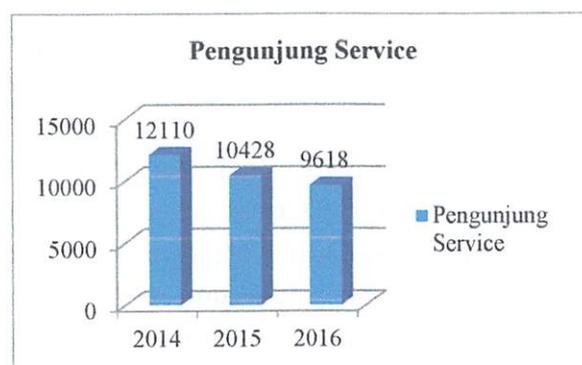
senin-minggu pukul 08.00-17.00. salah satu pelayanan terbaik dari CV Wira Agung Lestari yaitu konsumen dapat melakukan service sepeda motor dirumah atau ditempat yang diinginkan. Karna CV Wira Agung Lestari memiliki konsep kerja berupa pelanggan adalah raja. Hal ini merupakan kunci sukses CV Wira Agung Lestari agar konsumen merasa diistimewakan serta menarik dan mempertahankan pelanggan agar melakukan service sepeda motor pada CV Wira Agung Lestari. Berikut data pengunjung dari tahun 2014-2016, sebagai berikut :

Tabel 2  
Jumlah pelanggan service  
CV Wira Agung Lestari tahun 2014-2016

No	Bulan	2014	2015	2016
1	Januari	1018	998	878
2	Februari	967	967	867
3	Maret	899	748	732
4	April	863	705	699
5	Mei	896	754	798
6	Juni	1108	823	1004
7	Juli	1208	876	845
8	Agustus	1020	1134	765
9	September	1178	956	705
10	Oktober	969	812	793
11	November	997	756	745
12	Desember	987	899	787
<b>Jumlah</b>		<b>12110</b>	<b>10428</b>	<b>9618</b>

Sumber :PT Wira Agung Lestari tahun 2016

Adapun perkembangan data pelanggan service CV Wira Agung Lestari disajikan dalam bentuk grafik, yaitu :



Sumber :PT Wira Agung Lestari tahun 2016

Gambar 1  
Jumlah Pelanggan service  
CV Wira Agung Lestari dari tahun 2014-2016

Dapat dilihat dari tabel 1 dan gambar 1 jumlah pelanggan service motor PT Wira Agung Lestari dari tahun 2014 sampai dengan 2016 mengalami penurunan. Pada tahun 2014 ke tahun 2015 pelanggan service motor PT Wira Agung Lestari menurun dari 12,110 menjadi 10,428. Pada tahun 2015 ke tahun 2016 juga mengalami penurunan dari 10,428 menjadi 9,618.

Menurut David Hoyle (2007:178) kualitas merupakan suatu kesatuan yang memiliki kemampuan secara total untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Apabila kualitas dari produk, pelayanan, teknis, performa, dan lain sebagainya di dalam pemasaran sudah dikemas secara baik, rapi, konsisten dan maksimal sesuai dengan kebutuhan pelanggan, akan memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Kualitas sangat diperlukan karena dapat mempengaruhi perilaku pembelian yaitu melalui kepuasan pelanggan. Kualitas yang baik akan ditunjukkan dengan pelayanan yang baik. Melalui pelayanan, akan ada aktivitas sebagai interaksi antara pelanggan dengan karyawan yang disediakan oleh pemberi layanan.

Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan. (Nanang Tasunar (2006:44)

Adapun Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kunci sukses agar pelanggan memilih jasa layanan bengkel adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan tersebut dicapai melalui pemberian layanan dan dukungan yang optimal. Apabila pelanggan merasa puas maka pelanggan akan kembali lagi, tetapi jika pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan akan mengeluh dengan ketidakpuasan tersebut. Ketidakpuasan pelanggan adalah suatu resiko pekerjaan yang tidak perlu dicemaskan, justru dengan adanya keluhan dan kekecewaan pelanggan pihak perusahaan bisa lebih banyak mengenal karakter pelanggan dengan menunjukkan sikap bijaksana, serta dapat mencari solusi dalam mengatasi keluhan pelanggan. Dengan demikian perusahaan segera mengantisipasi hal yang tidak diinginkan yang dapat menjatuhkan bisnis. Namun, tidak semua keluhan dapat berdampak langsung terhadap kinerja, sehingga kemampuan mendeteksi keluhan pelanggan harus dimiliki oleh perusahaan.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan adanya ketidakpuasan pelanggan CV Wira Agung Lestari dari tahun 2014-2016, sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Total Keluhan Pelanggan**  
**CV Wira Agung Lestari Tahun 2014-2016**

No	Keluhan	Dimensi	2014	2015	2016	$\Delta$ 2014-2015	$\Delta$ 2015-2016
1	Stok sparepart terbatas	Bukti Fisik	109	106	127	-2.830%	16.54%
2	Pekerjaan tidak tepat waktu	Keandalan	115	89	64	-29.213%	-39.06%
3	Kebersihan bengkel	Bukti fisik	70	55	62	-27.273%	11.29%
4	Ketepatan bertindak	Daya tanggap	99	121	102	18.182%	-18.63%
5	Pemahaman kebutuhan pelanggan	Empati	85	127	85	33.071%	-49.41%

Sumber : CV Wira Agung Lestari

Dapat dilihat dari tabel 2, jumlah keluhan pada CV Wira Agung Lestari dari tahun 2014-2016 yaitu stok sparepart yang terbatas pada tahun 2014 ke 2015 menurun sebesar -2.830% dan dari tahun 2015 ke 2016 meningkat sebesar 16.54%. Montir kurang agresif pada tahun 2014 ke 2015 menurun sebesar -29.213% dan dari tahun 2015 ke 2016 menurun sebesar -39.06%. Miss komunikasi antar karyawan pada tahun 2014 ke 2015 meningkat sebesar 13.953% dan dari tahun 2015 ke 2016 menurun sebesar -7.50%. Kebersihan bengkel pada tahun 2014 ke 2015 menurun sebesar -27.273% dan dari tahun 2015 ke 2016 meningkat sebesar 11.29%. ketepatan bertindak pada tahun 2014 ke 2015 meningkat sebesar 18.182% dan dari tahun 2015 ke 2016 menurun sebesar -18.63%. Pemahaman kebutuhan pelanggan pada tahun 2014 ke 2015 meningkat sebesar 33.071% dan dari tahun 2015 ke 2016 menurun sebesar -49.41%.

Menurut Dharmmesta (2002:92) bahwa seseorang konsumen yang mengalami ketidakpuasan mempunyai kemungkinan akan merubah perilaku keputusan belinya dengan mencari alternatif merek lain pada konsumsi berikutnya untuk meningkatkan kepuasannya.

Banyaknya keluhan menunjukkan bahwa masih banyak pelanggan yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh CV Wira Agung Lestari. Keluhan-keluhan tersebut seharusnya ditanggapi pihak perusahaan dan bengkel dengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga pelanggan akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak bengkel. Apabila seorang konsumen atau pelanggan tidak merasa puas dengan apa yang diterimanya dari pihak bengkel maka konsumen tersebut akan berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lainya agar merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya.

Suatu pelayanan dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan sehingga kepuasan merupakan hal yang utama. Berdasarkan data ini, penulis tertarik melakukan penelitian lebih jauh tentang permasalahan pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh CV Wira Agung Lestari untuk dijadikan penelitian dengan judul "Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada CV Wira Agung Lestari".

## **1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Jumlah pelanggan service CV Wira Agung Lestari pada tahun 2014-2016 mengalami penurunan. Akan tetapi pada tahun 2014 ke 2015 terdapat kenaikan jumlah pelanggan yaitu pada bulan Februari dan Agustus. Pada tahun 2015 ke 2016 terdapat kenaikan jumlah pelanggan yaitu pada bulan Mei dan Juni. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin meningkat jumlah pelanggan maka semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV Wira Agung Lestari. Sedangkan semakin menurun jumlah pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan buruk.
- 2) Banyaknya jumlah keluhan pelanggan CV Wira Agung Lestari pada tahun 2014-2016. Pada tahun 2014 ke 2015 keluhan miss komunikasi antar karyawan, ketepatan bertindak, dan pemahaman kebutuhan pelanggan mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 ke 2016 keluhan stok sparepart terbatas dan kebersihan bengkel mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak keluhan pelanggan maka pelanggan semakin merasa tidak puas atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan, begitu sebaliknya.
- 3) Berdasarkan jumlah pelanggan yang mengalami penurunan dan data keluhan yang mengalami peningkatan pada CV Wira Agung Lestari pada tahun 2014-2016. Hal ini menunjukkan adanya ketidakpuasan pelanggan antara pelayanan yang diberikan dan pelayanan yang diharapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan tidak akan mengeluhkan ketidakpuasannya tersebut dan jumlah pelanggan semakin meningkat. Dengan demikian, kualitas pelayanan berguna untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka dapat diambil masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan service motor pada CV Wira Agung Lestari?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud melakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis keterkaitan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, memberi informasi dari hasil penelitian serta memberikan saran yang dapat menghilangkan penyebab timbulnya masalah.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai sebagai berikut:

- 1) Untuk menganalisis kualitas pelayanan service motor CV Wira Agung Lestari.
- 2) Untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan service motor CV Wira Agung Lestari.
- 3) Untuk menganalisis hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan service motor pada CV Wira Agung Lestari.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1) Kegunaan Teoritis**

Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan acuan bagi studi ilmiah tentang kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dan menjadi sarana dalam mengembangkan ilmu yang diperoleh dengan mengaplikasikan pada kondisi yang dihadapi oleh perusahaan.

#### **2) Kegunaan Praktek**

Bagi perusahaan, hasil penellitian ini adalah dengan diharapkan akan menjadi bahan masukan untuk memecahkan masalah dan memberikan solusi dalam upaya meningkatkan pelayanan serta kepuasan pelanggan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan mendapatkan laba.

Swastha dan Irwan (2008:5), pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dalam sebuah perusahaan atau organisasi baik individu-individu maupun kelompok-kelompok melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk barang atau jasa yang bernilai untuk mendapatkan apa yang konsumen butuhkan dan inginkan. (Kotler dan Armstrong, 2008:7)

Di dalam perusahaan pemasaran sudah menjadi salah satu cara perusahaan dalam mendapatkan konsumen yang arahnya bukan hanya pada bagaimana semua produk terjual, tetapi lebih mengarah pada bagaimana memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Deliyanti Oentoro (2012:2), "pemasaran merupakan suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan, dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan."

Adapun pemasaran menurut Sunarto (2003 :14) bahwa "Pemasaran berarti mengelola pasar untuk menghasilkan pertukaran dan hubungan, dengan tujuan menciptakan nilai dan memuaskan kebutuhan dan keinginan."

Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia kemudian tumbuh menjadi keinginan manusia. Menurut Deliyanti Oentoro (2012:2) Suatu proses social dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai orang lain.

Dari beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pemasaran

#### **2.2 Manajemen Pemasaran**

##### **2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran**

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa arah positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu pengetahuan dalam pemasaran.

Kegiatan pemasaran telah berkembang dari kegiatan distribusi maupun penjualan yang kemudian menjadi salah satu penghubung antara perusahaan dengan pasarnya.

Menurut Sunyoto (2012:217) manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Sedangkan menurut Tjiptono (2008:16) manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi penentuan harga, promosi, dan distribusi barang atau jasa serta gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.

“Marketing is the management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value”. (Kotler and Keller: 2012:27)

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi penentuan harga, promosi, dan distribusi barang atau jasa untuk mencapai suatu tujuan.

## **2.3 Jasa**

### **2.3.1 Pengertian Jasa**

Jasa merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat intangible (tidak berwujud), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau pelayanan lain.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:135) jasa adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Jasa atau layanan merupakan aktivitas yang diberikan kepada konsumen dalam hubungan dengan produk tertentu. Misalnya layanan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan konsumen, mencari pesanan, mengatasi keluhan-keluhan, perbaikan-perbaikan reparasi, melayani pembeli di toko untuk pramuniaga dan sebagainya. (Buchari Alma (2011:243)

Jasa yang diberikan berupa bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri. Menurut Kotler (2006:464) menyebutkan bahwa jasa (*service*) dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain.

Dari pendapat beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa jasa adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) sebagai interaksi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh

perusahaan pemberi layanan yang dimaksudkan untuk memecahkan masalah seperti pertanyaan-pertanyaan yang diajukan konsumen/pelanggan.

### 2.3.2 Karakteristik Jasa

Karakteristik jasa sangat diperlukan untuk mengetahui perbedaan-perbedaan yang ada didalamnya. Berikut karakteristik jasa menurut para ahli.

Menurut Tjiptono (2008:18) karakteristik pokok pada jasa sebagai berikut:

- 1) Intangibility  
 Jasa berbeda dengan barang. Jasa bersifat intangible, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Konsep intangible ini sendiri memiliki dua pengertian yaitu:
  - a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
  - b. Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah.
- 2) Inseparability  
 Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat dipisahkan) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur penting.
- 3) Variability  
 Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan nonstandardized out-put, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
- 4) Perishability  
 Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian apabila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Setiap karakteristik diatas mampu membedakan dari satu dengan yang lainnya. Menurut Payne dalam Jasfar (2012:6) karakteristik jasa yaitu sebagai berikut:

- 1) Tidak berwujud  
 Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud. Artinya, jasa tidak dapat dilihat, dirasakan/dicicipi, atau disentuh, seperti yang dapat dirasakan dari suatu barang.
- 2) Tidak dapat dipisahkan  
 Jasa umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan, dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut. Artinya, konsumen harus berada di tempat jasa yang dimintanya sehingga konsumen melihat dan ikut “ambil bagian” dalam proses produksi tersebut.
- 3) Heterogenitas  
 Jasa merupakan variabel nonstandard dan sangat bervariasi. Artinya, karena jasa itu berupa suatu unjuk kerja, tidak ada hasil jasa yang sama walaupun dikerjakan

oleh satu orang. Hal ini dikarenakan oleh interaksi manusia (karyawan dan konsumen) dengan segala perbedaan harapan dan persepsi yang menyertai interaksi tersebut.

4) Tidak tahan lama

Jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan. Artinya, jasa tidak bisa disimpan, dijual kembali kepada orang lain, atau dikembalikan kepada produsen jasa, di mana konsumen membeli jasa tersebut.

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2014:8) menyebutkan karakteristik jasa sebagai berikut:

1) Intangibility (tidak berwujud)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.

2) Unstorability (tidak dapat disimpan)

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

3) Customization (kustomisasi)

Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, misalnya pada jasa asuransi dan kesehatan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka, dapat disimpulkan karakteristik jasa terbagi menjadi empat yaitu, intangible, variability, inseparability dan perishability.

## 2.4 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh.

Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan. (Nanang Tasunar (2006:44)

Menurut Kotler and Keller (2012: 131) "Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied need. This is clearly a customer centered definition. We can't say a seller has delivered quality whenever its product or service meets or exceeds the customer's expectation.

Sedangkan menurut Kotler (2006: 83) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu.

Berdasarkan definisi menurut para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik.

#### 2.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan

kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen, maka dibutuhkan dimensi kualitas pelayanan sebagai tolak ukur persepsi yang diterima.

Menurut Zulian Yamit (2013:10) ada lima dimensi kualitas pelayanan, sebagai berikut:

- 1) Berwujud (*tangibles*)  
Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh para pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.
- 2) Keandalan (*reliability*)  
Yakni kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*)  
Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 4) Jaminan dan kepastian (*assurance*)  
Yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- 5) Empati (*empathy*)  
Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka.

Adapun dimensi kualitas pelayanan menurut Ariani (2009:180) ada lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (*service quality*) yang terdiri dari:

1) Bukti fisik (*tangibles*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan.

2) Keandalan (*reliability*)

Adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

3) Daya tanggap (*responsiveness*)

Adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan Universitas pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

4) Jaminan (*assurance*)

Adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain:

a) Komunikasi (*communication*)

Yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti apa yang diinformasikan pegawai serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dan komplain dari para pelanggan.

b) Kredibilitas (*credibility*)

Perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, *believability* atau sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikankredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.

c) Keamanan (*security*)

Adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan mampu memberikan suatu jaminan kepercayaan.

d) Kompetensi (*competence*)

Yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.

e) Sopan santun (*courtesy*)

Dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopansantunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.

5) Empati (*empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Sedangkan menurut Kotler (2012:499), menentukan bahwa ada 5 penentu dimensi kualitas pelayanan yaitu diantaranya :

1) *Tangibles* (bukti langsung)

Adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan saran komunikasi.

2) *Emphaty* (empati)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

3) *Reliability* (keandalan)

Adalah konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

4) *Responsiveness* (daya tanggap)

Yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

5) *Assurance* (jaminan)

Yaitu kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.

Dari pendapat ahli diatas bahwa dimensi kualitas pelayanan adalah meliputi berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) yang tidak dapat dipisahkan anatar satu dengan yang lainnya.

## 2.5 Kepuasan Pelanggan

### 2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan. apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk atau jasa pesaing.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2013:32) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa:

*“Satisfaction reflects a person's judgment of a product's perceived performance in relationship to expectations.”*

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Keberhasilan perusahaan sangatlah bergantung pada kepuasan pelanggan. Menurut Lupiyoado (2014:349) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut Zulian Yamit (2013:78) kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

Dari berbagai pendapat yang dipaparkan oleh para ahli dapat ditarik kesimpulan kepuasan pelanggan adalah sikap senang atau bahagia pelanggan yang ditunjukkan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan atau diterima dengan harapan pelanggan sebelum menerima pelayanan. Jika kinerja yang dirasakan atau diterima lebih kecil dari harapannya maka pelanggan tersebut tidak merasakan puas dan sebaliknya jika kinerja yang dirasakan atau diterima melebihi dari harapannya maka pelanggan terpuaskan.

### **2.5.2 Atribut Pembentukan Kepuasan**

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2006:151) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

#### **1. Kesesuaian Harapan**

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
- b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
- c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

#### **2. Minat Berkunjung Kembali**

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:

- a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

### 3. Kesiediaan Merekomendasikan

Merupakan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

### 2.5.3 Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan

faktor pendukung kepuasan pelanggan sangatlah penting karena keberhasilan suatu perusahaan menurut Irawan (2004:37) faktor yang mendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

#### 1) Kualitas Produk

Pelanggan merasa puas apabila setelah menggunakan suatu produk atau jasa ternyata kualitasnya baik.

#### 2) Harga

Untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga yang murah adalah suber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

#### 3) Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kepuasan terhadap kepuasan pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *servqual*.tinggi kepada konsumen.

#### 4) Faktor Emosi (*Emotional Factor*)

Pelanggan akan merasa puas karena adanya nilai emosional yang diberikan oleh brand dari produk atau jasa tersebut.

#### 5) Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan merasa puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk ataupun pelayanan.

Perusahaan perlu memperhatikan tentang aspek – aspek pendorong untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun Lupiyoadi (2001: 158) bahwa untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

#### 1) Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

#### 2) Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan .

### 3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum dengannya bila menggunakan produk dengan merek tertentu sehingga menimbulkan kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

### 4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang relatif tinggi kepada pelanggannya sehingga menimbulkan kepuasan.

### 5) Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Menurut James G Barnes (2005) ada beberapa faktor yang bisa mendorong kepuasan pelanggan. Faktor-faktor tersebut dapat dilihat pada lima level, di antara lain :

#### 1) Produk atau Jasa Inti

Produk adalah salah satu pendorong kepuasan. Bagaimana sebuah produk itu diminati, disukai oleh pelanggan. Seperti jadwal penerbangan, kereta api, bis kota, buku-buku yang dijual ditoko buku, makanan yang disajikan restoran, peralatan rumah tangga yang tersedia ditoko, atau produk-produk tabungan di bank. Ini hal yang paling mendasar yang ditawarkan kepada pelanggan sekaligus hal yang sulit bagi perusahaan untuk membuatnya lain dari yang lain. Tak heran jika pelanggan seringkali sedikit memperhatikan produk inti tersebut, karena produknya mirip yang ditawarkan perusahaan lain, sehingga tidak ada nilai tambahnya. Melihat pelanggan yang begitu kritis saat ini, maka sudah sewajarnya bila perusahaan dalam menghasilkan produknya memberikan nilai tambah, selain kualitasnya selalu ditingkatkan dan dipertahankan.

#### 2) Sistem dan Pelayanan Pendukung

Merupakan layanan pendukung yang bisa meningkatkan kelengkapan dari layanan atau produk inti. Intinya pelanggan menjadi mudah untuk memperoleh produk anda. Seperti sistem pembayaran dan pengantaran, kemudahan memperoleh produk, jam pelayanan, profesionalisme karyawan, komunikasi, pendukung teknis dan perbaikan, atau layanan bantuan melalui telepon, email, serta program-program lain yang mendukung produk inti.

#### 3) Performa Teknis

Level ini intinya berkaitan dengan apakah perusahaan menetapkan produk inti dan layanan pendukungnya dengan benar. Penekanannya adalah perusahaan menampilkan produk kepada pelanggan sesuai yang dijanjikan. Apakah kita mengantar barang sesuai dengan janji kita? Apakah pesawat berangkat sesuai jadwal, apakah kamar hotel dalam keadaan siap dan bersih

- ketika tamu datang? Apakah sebuah restoran buka tepat waktu dan makanan sudah siap semua?
- 4) Elemen interaksi dengan pelanggan  
 Pada level ini perusahaan bertemu langsung dengan pelanggan. Interaksi penyedia jasa dengan pelanggan melalui tatap muka langsung. Apakah kita membuat pelanggan mudah berbisnis dengan kita? Apakah kita memperlakukan pelanggan dengan sopan? Apakah kita bertindak seolah-olah mereka penting bagi kita?
  - 5) Elemen emosional  
 Seperti yang sudah saya kemukakan bahwa hubungan emosional sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan harus berfikir untuk mempertimbangkan pesan halus yang mereka sampaikan kepada pelanggan, pesan yang mungkin pelanggan merasakan emosi positif. Intinya adalah bagaimana kita menumbuhkan perasaan positif dalam diri pelanggan. Pelanggan merasa puas terkait banyak aspek interaksi mereka dengan penyedia jasa dan karyawannya. Tetapi bisa hilang karena beberapa komentar dari staf atau karena ada kesalahan kecil yang dilakukan oleh staf. Kedekatan emosional kepada pelanggan memicu kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas bahwa faktor pendukung kepuasan pelanggan sangatlah penting karena keberhasilan suatu perusahaan di lihat dari bagaimana suatu perusahaan tersebut membuat pelanggannya merasa puas dengan kualitas yang diberikan oleh perusahaan. meliputi produk atau jasa inti, sistem dan pelayanan pendukung, performa teknis, elemen interaksi dengan pelanggan dan elemen emosional yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

#### **2.5.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

kepuasan pelanggan merupakan evaluasi yang dilakukan pelanggan pascakonsumsi mencakup harapan dan kinerja. Menurut Fandy Tjiptono (2008:34), ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Sistem Keluhan dan Saran  
 Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka.
- 2) Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*)  
 Untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.
- 3) *Lost Customer Analysis*  
 Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu

terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya

#### 4) Survey Kepuasan Pelanggan

Survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Pengukuran kepuasan pelanggan berperan penting untuk kelangsungan hidup perusahaan dimana sebagai acuan perkembangan dan perbaikan dimasa yang akan datang. Menurut Setiawan (2005: 2) berbagai macam metode dalam pengukuran kepuasan pengguna perpustakaan yaitu:

##### 1) Sistem keluhan dan saran

Perpustakaan dapat membuat kotak saran dan menempatkan di tempat yang paling sering dilewati pemakai. Untuk dapat memberikan masukan, tanggapan, keluhan atas segala aktifitas dan layanan yang diberikan oleh perpustakaan. Atau dengan memberikan sejenis kartu komentar yang diisi oleh pemakai dapat diberikan langsung kepada petugas perpustakaan atau melalui pos.

##### 2) *Ghost shopping* (pembeli bayangan)

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pengguna dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pengguna potensial, kemudian melaporkan hasil temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan pelayanan berdasarkan pengalaman mereka. Metode ini biayanya relatif murah dan waktu pelaksanaan fleksibel. Hasil pencatatan *Ghost shopper* dikumpulkan dan diadakan diskusi pembahasan.

##### 3) *Lost customer analysis* (analisis pelanggan yang beralih)

Pimpinan perpustakaan dan pustakawan harus jeli melihat perkembangan pengguna. Dari aktifitas dan statistik harian akan terlihat tingkat pemanfaatan layanan. Petugas tentu hafal rutin pengunjung dan pemakai rutin perpustakaan, bila pengunjung tersebut sudah jarang atau tidak ada lagi ke perpustakaan dengan alasan yang tidak wajar maka sebab-sebab mengapa tidak lagi memanfaatkan jasa perpustakaan harus dicari.

##### 4) Survei kepuasan pengguna

Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana reaksi atau tanggapan langsung para pengguna terhadap pelayanan. Hal ini dapat dilakukan dengansurvei ataupun melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung.

Sedangkan metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Yamit (2002:80), antara lain:

##### 1) Sistem pengaduan

Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. Setiap saran dan keluhan yang masuk harus menjadi perhatian bagi

perusahaan, sebab saran dan keluhan itu pada umumnya dilandasi oleh pengalaman mereka dan hal ini sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap produk maupun terhadap perusahaan.

## 2) Survey pelanggan

Survey pelanggan merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan misalnya, melalui surat pos, telepon, atau wawancara secara langsung. Metode survey pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

- b. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan mengajukan pertanyaan.
- c. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar yang mereka rasakan.
- d. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari bank dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- e. Responden dapat diminta untuk merengking berbagai (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja bank dalam masing-masing elemen.

## 3) Panel pelanggan

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi pelanggan perusahaan lain. Dari pelanggan setia akan diperoleh informasi tingkat kepuasan yang mereka rasakan dan dari pelanggan yang telah berhenti membeli, perusahaan akan memperoleh informasi mengapa hal itu dapat terjadi. Apabila pelanggan yang berhenti membeli (*customer loss rate*) ini meningkat hal ini menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa mengukur kepuasan pelanggan yaitu dengan cara sistem keluhan dan saran, salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*), *Lost Customer Analysis*, dan Survey Kepuasan Pelanggan

## 2.6 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

### 2.6.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya :

- 1) Putu Denny Prathama Ayub dan Ni Ketut Seminari. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosumen Pada Bengkel Maju Mandiri. Bengkel adalah salah satu usaha yang berada di industri jasa, salah satunya adalah Bengkel Maju Mandiri Pelayanan yang baik diharapkan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen pada Bengkel Maju Mandiri. Populasi dalam

penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Bengkel Maju Mandiri yang berumur 17 tahun ke atas. Jumlah sampel yang di ambil sebanyak 126 responden dengan metode purposive sampling. Data yang terkumpul didapat dari kuesioner, wawancara. Regresi linear berganda adalah teknik yang dipakai. Berdasarkan analisis regresi menunjukkan bahwa keseluruhan dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Maju Mandiri.

- 2) Mitior dan Karona Cahya Susena. Analisis Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Candra Motor Di Kaur Utara Kabupaten Kaur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada bengkel Candra Motor di Kaur Utara Kabupaten Kaur.. Metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi Spearman Rank dan pengujian kebenaran data dengan uji t. Hasil penelitian korelasi rank spearman memiliki korelasi sebesar 0,701 artinya antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan bengkel Candra Motor di Kaur Kabupaten Kaur memiliki korelasi yang kuat, ini berarti bahwa semakin tinggi pelayanan yang diberikan oleh bengkel Candra Motor Kaur maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan dari para pelanggan bengkel Candra Motor Kaur. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa thitung lebih besar dari ttabel ( $7,482 > 1,672$ ). Dengan demikian hasil hipotesis adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. artinya pelayanan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan bengkel Candra Motor di Kaur Utara Kabupaten Kaur. Ardiana Kurniasari Cholichul Hadi (2012) Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa oleh Konsumen Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda AHASS UD Ramayana Motor Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi terbaik dalam penilaian kualitas pelayanan jasa oleh konsumen bengkel resmi sepeda motor Honda (AHASS) UD. Ramayana Motor Surabaya. Alatpengumpul data menggunakan kuisisioner, berupa skala SERVQUAL yang terdiri dari 5 dimensi, yaitu 1) reliabilitas, 2) daya tanggap, 3) jaminan, 4) empati, 5) bukti fisik. Reliabilitas skala ini (r) adalah 0,613. Populasi subjek penelitian ini adalah konsumen AHASS UD. Ramayana Motor Surabaya pada bulan Mei sebanyak 447 orang. Sampel penelitian berjumlah 195 orang ( $N=195$ ; laki-laki=57,4 %, perempuan=42,6%). Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskripsi dan skor SERVQUAL. Hasil analisis data penelitian ini diketahui bahwa dimensi terbaik kualitas pelayanan jasa yang terdapat pada bengkel resmi sepeda motor honda (AHASS) UD. Ramayana Motor Surabaya menurut konsumena adalah jaminan.
- 3) Analisis Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Candra Motor Di Kaur Utara Kabupaten Kaur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada bengkel Candra Motor di Kaur Utara Kabupaten Kaur. Metode analisis yang digunakan

adalah analisis korelasi Spearman Rank dan pengujian kebenaran data dengan uji t. Hasil penelitian korelasi rank spearman memiliki korelasi sebesar 0,701 artinya antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan bengkel Candra Motor di Kaur Kabupaten Kaur memiliki korelasi yang kuat, ini berarti bahwa semakin tinggi pelayanan yang diberikan oleh bengkel Candra Motor Kaur maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan dari para pelanggan bengkel Candra Motor Kaur. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $7,482 > 1,672$ ). Dengan demikian hasil hipotesis adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya pelayanan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan bengkel Candra Motor di Kaur Utara Kabupaten Kaur.

### 2.6.2 Kerangka Pemikiran

Dalam mempertahankan dan mengembangkan perusahaan kualitas pelayanan merupakan komponen yang sangat penting untuk meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan. Perusahaan dikatakan berhasil apabila pelanggan merasa puas dengan hasil yang diterimanya sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik.

Dalam hal ini CV Wira Agung Lestari merupakan bengkel sepeda motor yang melayani service motor dan tidak melakukan penjualan. Sehingga pelanggan merupakan faktor utama dalam keberhasilan bengkel dimasa yang akan datang. Proses memberikan pelayanan CV Wira Agung Lestari berhadapan langsung dengan pelanggan dan apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik maka pelanggan akan puas, begitu sebaliknya. Kualitas pelayanan perlu diutamakan oleh manajer karena keuntungan yang lebih besar dapat diraih dengan kualitas yang baik, sehingga mampu bersaing dan merebut pasar. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipresepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipresepsikan buruk. Dengan demikian, baik atau tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pelanggan dengan konsisten.

Dalam rangka menghasilkan suatu pelayanan yang berkualitas perusahaan dapat mengukur pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggannya, melalui 5 dimensi dari kualitas pelayanan, meliputi berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) yang tidak dapat dipisahkan anatar satu dengan yang lainnya.

Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Maka dari itu perusahaan dalam

menentukan pelayanan harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Umpan balik positif dari pelanggan adalah salah satu faktor yang menjadi tolak ukur tingkat kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat, dimana persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan sangatlah penting untuk mengevaluasi seberapa besar keberhasilan perusahaan penyedia jasa dalam melayani pelanggan. Pelayanan jasa service motor yang bermutu adalah pelayanan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa tersebut yang sesuai dengan kepuasan pelanggan serta penyelenggaraannya sesuai dengan standar pelayanan yang ditetapkan.

Di era moderen ini persaingan didunia jasa sangat ketat, salah satu cara untuk mendapatkan pelanggan yang loyal adalah dengan memuaskan kebutuhan pelanggan secara konsisten dari waktu ke waktu. kepuasan pelanggan adalah sikap senang atau bahagia pelanggan yang ditunjukkan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan atau diterima dengan harapan pelanggan sebelum menerima pelayanan. Jika kinerja yang dirasakan atau diterima lebih kecil dari harapannya maka pelanggan tersebut tidak merasakan puas dan sebaliknya jika kinerja yang dirasakan atau diterima melebihi dari harapannya maka pelanggan terpuaskan.

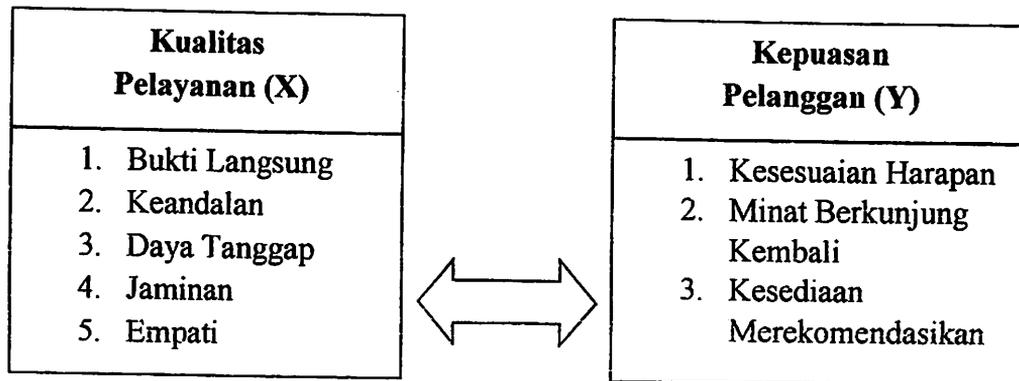
Faktor pendukung kepuasan pelanggan sangatlah penting karena keberhasilan suatu perusahaan di lihat dari bagaimana suatu perusahaan tersebut membuat pelangganya merasa puas dengan kualitas yang diberikan oleh perusahaan. meliputi kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

Adanya faktor pendukung kepuasan pelanggan membantu perusahaan dalam melakukan penilaian terhadap kinerja suatu perusahaan yang dilihat dari kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik harus dapat memenuhi segala aspek yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Perusahaan dikatakan berhasil apabila pelanggan merasa puas dengan hasil yang di terimanya sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Hal ini membuat pelanggan akan merasa puas, apabila rasa puas sudah didapat maka pelanggan akan menggunakan layanan di perusahaan tersebut. Bahkan, ada yang senang hati merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada orang lain.

Dengan demikian, kualitas pelayanan berguna untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang diukur dengan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesedian merekomendasikan. Jika pelanggan menganggap kinerja dari kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut sama atau melebihi harapannya, berarti pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh CV Wira Agung Lestari. Tetapi, jika pelanggan menganggap kinerja dari lima dimensi kualitas jasa tidak sama dengan harapan mereka, itu artinya pelanggan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh C Wira Agung Lestari.

### 2.6.3 Konstelasi Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka konstelasi penelitian digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2**

**Konstelasi Penelitian Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada CV Wira Agung Lestari**

### 2.7 Hipotesis Penelitian

- 1) Terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan CV Wira Agung Lestari.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian verifikatif dengan menggunakan metode *eksplanatory survey*, yaitu untuk menguji hipotesis yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel dan menggunakan teknik statistik inferensial mengenai hubungan antara kualitas pelayanan CV Wira Agung Lestari dengan kepuasan pelanggan pada CV Wira Agung Lestari.

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

Objek penelitian pada penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (*independen*) dengan indikator bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*) serta variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel tidak bebas (*dependen*) dengan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Unit analisis dalam penelitian ini bersifat individu yaitu peneliti memperoleh respon dari pelanggan CV Wira Agung Lestari dan pihak manajemen CV Wira Agung Lestari tersebut.

Dalam rangka pengumpulan data guna dianalisis, penulis melakukan penelitian pada CV Wira Agung Lestari yang berada di Jalan Raya Cibanteng No 75, Ciampea, Bogor.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan data dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti mengenai kepuasan pelanggan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer diperoleh dari survey, dengan menyebarkan kuisioner kepada pelanggan CV Wira Agung Lestari.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

**Tabel 4**  
**Operasionalisasi Variabel**  
**Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada**  
**CV Wira Agung Lestari**

No	Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X)	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) $X_1$	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penampilan fasilitas fisik.</li> <li>2. Peralatan.</li> <li>3. Personil.</li> <li>4. Materi komunikasi</li> </ol>	Ordinal
		Keandalan ( <i>Reliability</i> ) $X_2$	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan.</li> <li>2. Akurat.</li> <li>3. Dapat diandalkan.</li> </ol>	Ordinal
		Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) $X_3$	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesiapan untuk membantu pelanggan.</li> <li>2. Menyediakan form pelayanan.</li> </ol>	Ordinal
		Jaminan ( <i>Assurance</i> ) $X_4$	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kredibilitas.</li> <li>2. Keamanan.</li> <li>3. Kompetensi.</li> <li>4. Sopan santun.</li> </ol>	Ordinal
		Empati ( <i>Emphaty</i> ) $X_5$	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memahami pelanggan.</li> <li>2. Komunikasi.</li> <li>3. Akses.</li> </ol>	Ordinal
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kesesuaian harapan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mereka puas dengan pelayanan service motor CV Wira Agung Lestari.</li> <li>2. Kualitas pelayanan CV Wira Agung Lestari sesuai dengan keinginan pelanggan.</li> <li>3. Fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.</li> </ol>	Ordinal
		Minat berkunjung kembali	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berminat untuk berkunjung kembali, karena karyawan memiliki bukti fisik, kenadalan, daya tangkap, jaminan, dan empati yang baik</li> <li>2. Berminat untuk berkunjung kembali, karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memalukan service di CV Wira Agung Lestari.</li> <li>3. Berminat untuk berkunjung kembali, karena kelengkapan peralatan dalam memberikan pelayanan.</li> </ol>	Ordinal
		Kesediaan merekomendasikan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service motor di CV Wira Agung Lestari, karena sesuai dengan standar operasional perusahaan.</li> <li>2. Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service motor pada CV Wira Agung Lestari, karena nilai dan manfaat yang didapat setelah menggunakan sebuah jasa.</li> <li>3. Menyarankan teman atau kerabat karena pelayanan fasilitas penunjang yang memadai.</li> </ol>	Ordinal

### 3.5 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Penarikan sampel dilakukan untuk mempermudah proses penelitian yang peneliti lakukan dari segi biaya dan waktu. Menurut Sugiyono (2016:120) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi besar peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya ketebatasan dana, tenaga, dan waktu.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel dengan teknik *non probability sampling* (pengambilan sampel tidak berpeluang) dengan menggunakan metode sampling insidental dengan pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan yang melakukan service di CV Wira Agung Lestari.
2. Pelanggan yang berumur diatas 18 tahun.

Berdasarkan hasil informasi dari manajer CV Wira Agung Lestari jumlah pelanggan tahun terakhir sebanyak 9681 pelanggan. Dalam penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

$e^2$  : error nilai kritis atau batas penelitian yang di inginkan atau % tingkat kesalahan/ error yang masih dapat di tolelir ( 1%, 5%, 10% )

jadi

$$n = \frac{9681}{1+ 9681 (0.1)^2}$$

$$n = 98,97 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Jadi sampel yang akan diteliti adalah 100 responden. Pembulatan menjadi 100 responden dimaksudkan agar nilai error / tingkat kritis dipastikan dibawah 10%.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

#### 1) Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara manual yaitu memfotocopy buku atau laporan dari perusahaan dan mengumpulkan data dengan mengunduh *media online internet* berupa data dari media massa cetak atau web resmi perusahaan.

#### 2) Data Primer

Penelitian lapangan atau langsung, penelitian yang dilakukan dengan cara memperoleh data dari sumbernya:

##### a) Wawancara

Yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya dan mendengarkan jawaban yang langsung diberikan oleh responden. Dalam hal ini yaitu manajer CV Wira Agung Lestari.

- b. Kuesioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data atau informasi mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada CV Wira Agung Lestari.

Pada penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2016:136) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara fisik oleh peneliti yang selanjutnya sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item, instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan jawaban setiap item. Skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Berikut skor penilaian menggunakan skala likert sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Skala Likert**

SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

### 3.7 Metode Pengolahan atau Analisis Data

Metode pengolahan atau analisis data merupakan cara untuk menganalisis data yang diperoleh untuk tujuan perumusan masalah. Pola analisis ditentukan terlebih dahulu sesuai jenis data yang diteliti. Adapun metode analisis pada penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Pengujian Instrumen Data

##### a) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan CV Wira Agung Lestari dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:170) untuk mengetahui total tanggapan responden dapat dihitung menggunakan rumus indeks, yaitu:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Tanggapan Responden}}{\text{Jumlah Skor Ideal (Kriterium)}} \times 100\%$$

Kemudian disusun sebagai berikut :

- Persentase terendah = 0%
- Persentase tertinggi = 100%
- Banyak kelas = 5 kelas
- Interval kelas =  $100\% : 5 = 20$

## b) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,361) dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Menurut Sugiyono (2016:356) untuk menguji validitas, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir dengan rumus pearson produk moment, sebagai berikut:

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

Keterangan :

$n$  = jumlah responden

$r_{xy}$  = koefisien korelasi ( $r$ -hitung)

$\sum x$  = skor variabel kualitas pelayanan

$\sum y$  = skor variabel kepuasan pelanggan

$\sum xy$  = hasil perkalian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

## c) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk menentukan reliabilitas pada serangkaian pertanyaan pada suatu variabel. Menurut Duwi Priyatno (2014:64) uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja.

Menurut Duwi Priyatno (2014:65) reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k-1)r} \text{ dimana:}$$

$\alpha$  = koefisien realibilitas

$r$  = korelasi antar kuisioner

$k$  = jumlah kuisioner

$$\text{jadi: } \alpha = \frac{\text{jumlah kuisioner} \times \text{korelasi antar kuisioner}}{1 + (\text{jumlah kuisioner} - 1) \text{korelasi antar kuisiner}}$$

## 2. Analisis Korelasi Rank Spearman

Menurut Arikunto S Suhardjono dan Supardi (2012:164) korelasi digunakan untuk menganalisis seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan.

Pengujian hipotesis ini biasa dilakukan dengan:

- Tabel rho/spearman rank (dengan  $dk=n$ ) atau
- Tabel distribusi t (dengan  $dk=n-2$ )

Rumus korelasi rank spearman yaitu:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan :

$r_s$  = koefisien korelasi spearman rank

$d$  = selisih setiap rank

$n$  = banyaknya pasangan data

Kriteria pengujian yaitu dengan tabel spearman rank, terima  $H_0$  jika  $\rho_{hitung} < \rho_{tabel}$  dan tolak  $H_0$  jika  $\rho_{hitung} > \rho_{tabel}$ . Adapun kriteria pengujian dengan tabel distribusi yaitu: terima  $H_0$  jika  $t_h < t_t$  dan tolak  $H_0$  jika  $t_h > t_t$ .

**Tabel 6**  
**Interval Koefisien korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat kuat

Menurut Sugiyono (2016:247) uji signifikan menggunakan rumus Z karena  $n \geq 30$ . Adapun rumus Z hitung sebagai berikut:

$$Z_{hitung} = \frac{\rho}{(\sqrt{1/(n-1)})}$$

Keterangan:

$Z_h$  = uji signifikan Z

$\rho$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah sampel

### 3. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Supardi (2012:180) Koefisien determinasi dilambangkan dengan  $r^2$ . Nilai ini menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel *dependent* yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan *linear* dengan variabel *independent*, selain itu (sisanya) diterangkan oleh variabel yang lain (galat atau peubah lainnya). rumus koefisien determinasi yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

$r$  = Nilai koefisien korelasi

#### 4. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis, yaitu menentukan ada tidaknya hubungan kualitas pelayanan (bebas) dengan kepuasan pelanggan (terikat). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, berdasarkan perumusan hipotesis yaitu :

- Ho :  $\rho = 0$       Tidak terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.
- Ha :  $\rho > 0$       Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Hasil Pengumpulan Data

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

Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai objek penelitian yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (*Independent Variable*) dengan indikator *Tangible* (Keberwujudan), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati). Kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (*Dependent Variable*) sebagai variabel yang dipengaruhi oleh keberadaan variabel bebas, dengan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan bersedia merekomendasikan. Unit analisis yang digunakan adalah bersifat individu pada CV.Wira Agung Lestari. Adapun lokasi penelitian adalah di Jalan Raya Cibanteng No 75, Ciampea, Bogor. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Data primer diperoleh dari survey dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan CV Wira Agung Lestari.

Berdasarkan data yang diperoleh dari CV.Wira Agung Lestari terdapat 9681 pelanggan. Akan tetapi, untuk menentukan sampel peneliti menggunakan rumus slovin sehingga jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 100 pelanggan. Berikut ini merupakan penjelasan data yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai objek penelitian yang telah ditentukan.

##### 4.1.1 Usia Responden

Berdasarkan hasil analisis deskripsi statistik akan ditampilkan karakteristik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut hasil perhitungan usia responden pada CV Wira Agung Lestari dapat dilihat pada

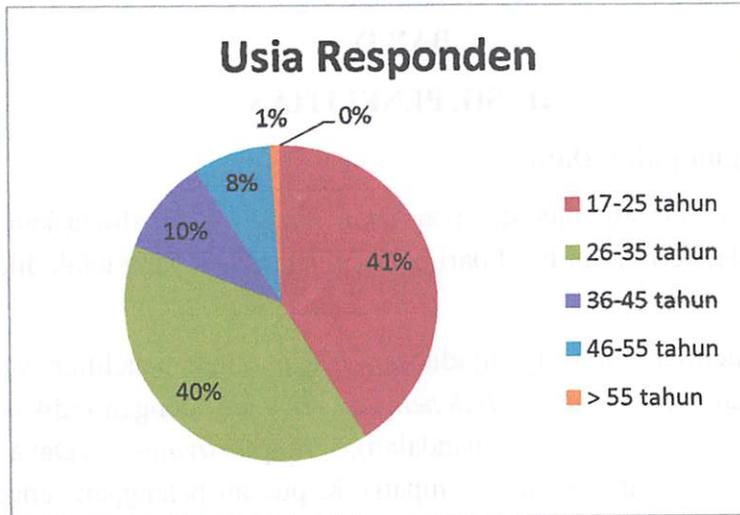
Tabel 7

Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase (%)
17-25 tahun	41	41
26-35 tahun	40	40
36-45 tahun	10	10
46-55 tahun	8	8
> 55 tahun	1	1
jumlah	100	

*Sumber : data diolah oleh peneliti (2017)*

Adapun Gambar yang menunjukkan perhitungan usia responden pada CV Wira Agung Lestari sebagai berikut :



Gambar 3

## Usia Responden

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa usia 100 responden cukup beragam. Responden dengan usia 17-25 tahun menempati jumlah tertinggi sebanyak 41 orang (41%), responden dengan usia 26-35 tahun sebanyak 40 orang (40%), responden dengan usia 36-45 tahun sebanyak 10 orang (10%). Kemudian responden dengan usia 46-55 tahun sebanyak 8 orang (8%), dan responden dengan usia > 55 tahun ada 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berusia 17-25 tahun lebih dominan menggunakan jasa bengkel dikarenakan telah memiliki pengetahuan yang cukup dalam hal perawatan dan pemeliharaan kendaraan pribadinya.

#### 4.1.2 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil analisis deskripsi statistik akan ditampilkan karakteristik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut hasil perhitungan jenis kelamin responden pada CV Wira Agung Lestari dapat dilihat pada tabel

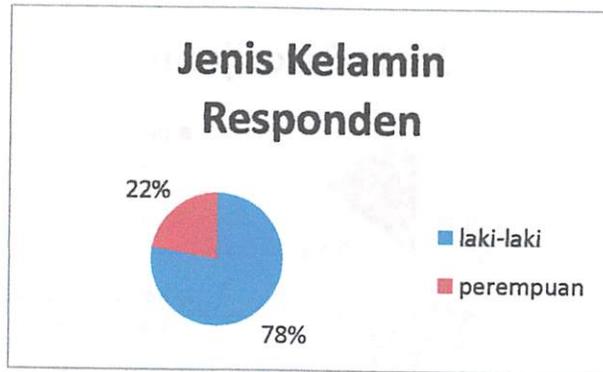
Tabel 8

## Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	78	78
Perempuan	22	22
Jumlah	100	100

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Adapun Gambar yang menunjukkan perhitungan usia responden pada CV Wira Agung Lestari sebagai berikut :



Gambar 4

#### Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden sebanyak 100 orang terdiri dari 78 orang laki-laki (78%) dan 22 orang perempuan (22%). Maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki dalam penelitian ini lebih dominan, hal itu dikarenakan bahwa laki-laki lebih tertarik dan lebih memahami masalah kendaraan dibandingkan dengan perempuan.

#### 4.1.3 Jenis Pekerjaan Responden

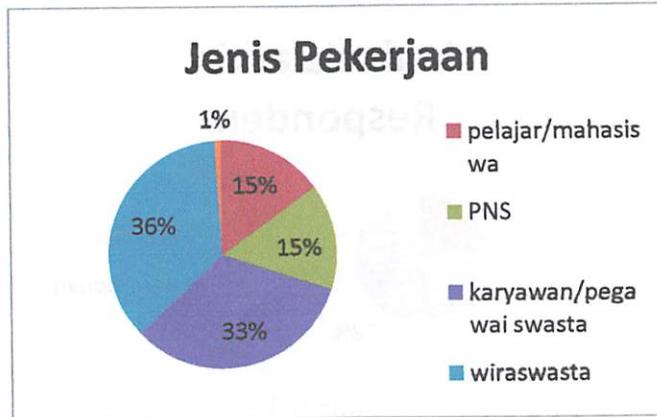
Berdasarkan hasil analisis deskripsi statistik akan ditampilkan karakteristik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut hasil perhitungan jenis pekerjaan responden pada CV Wira Agung Lestari dapat dilihat pada tabel

Tabel 9

#### Jenis Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
pelajar/mahasiswa	15	15
PNS	15	15
karyawan/pegawai swasta	33	33
Wiraswasta	36	36
IRT	1	1
Lainnya	0	0
Jumlah	100	100

Adapun Gambar yang menunjukkan perhitungan usia responden pada CV Wira Agung Lestari sebagai berikut :



Gambar 5

#### jenis Pekerjaan Responden

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan 100 responden bervariasi. Responden dengan pekerjaan wiraswasta menempati jumlah tertinggi sebanyak 36 orang (36%), selanjutnya karyawan/pegawai swasta sebanyak 33 orang (33%), pelajar/mahasiswa sebanyak 15 orang (15%), PNS sebanyak 15 orang (15%), dan yang menjawab IRT ada 1 orang (1%). Hal ini menunjukkan bahwa manusia sangat membutuhkan kendaraan yang prima untuk menunjang aktivitasnya atau dapat dikatakan aktivitas seseorang dapat terhambat apabila kendaraan yang digunakan tidak dalam keadaan yang baik.

#### 4.1.4 Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu : *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati) dapat menggunakan perhitungan dengan rumus indeks. Menurut Sugiyono (2016:170) Tanggapan total responden dapat dihitung menggunakan rumus index, yaitu:

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Jumlah Skor Ideal (Kriterium)}} \times 100\%$$

Adapun langkah-langkah penilaian tanggapan responden sebagai berikut :

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

Keterangan :

Rentang = % tertinggi - % terendah

Kelas = 5 (sesuai dengan skala likert)

Berdasarkan rumus diatas maka panjang kelas interval adalah :

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

Sehingga kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan pada tabel berikut :

Tabel 10

## Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 20	Sangat Tidak Baik
21 – 40	Tidak Baik
41 – 60	Kurang Baik
61 – 80	Baik
81 – 100	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2016:168)

## A. Bukti Fisik

1. Gedung bengkel CV Wira Agung Lestari dapat ditemukan dengan mudah

Tabel 11

## Pendapat responden mengenai pernyataan

Gedung bengkel CV Wira Agung Lestari dapat ditemukan dengan mudah.

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	6	6	30
Setuju	4	68	68	272
Cukup Setuju	3	25	25	75
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		100	100	378

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 11 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden diperoleh total skor 378. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 6 orang, setuju 68 orang, cukup setuju 25 orang, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 1 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{378}{500} \times 100\% = 75.60\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 75.60%. Hal ini dapat diartikan bahwa gedung bengkel CV Wira Agung Lestari dapat ditemukan dengan mudah menunjukkan kriteria tanggapan responden baik.

2. Peralatan yang digunakan di CV Wira Agung Lestari terlihat modern.

**Tabel 12**  
Pendapat responden mengenai pernyataan  
Peralatan yang digunakan di CV Wira Agung Lestari terlihat modern.

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	4	4	20
Setuju	4	95	95	380
Cukup Setuju	3	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		100	100	401

*Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 12 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden diperoleh total skor 401. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 4 orang, setuju 95 orang, cukup setuju 0 orang, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 1 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{401}{500} \times 100\% = 80,20\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 80,20%. Hal ini menunjukkan bahwa peralatan yang digunakan di CV Wira Agung Lestari terlihat modern yaitu sangat baik.

3. Karyawan di CV Wira Agung Lestari berpenampilan rapih

**Tabel 13**  
Pendapat responden mengenai pernyataan  
Karyawan di CV Wira Agung Lestari berpenampilan rapih

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	13	13	65
Setuju	4	81	81	324
Cukup Setuju	3	5	5	15
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	404

*Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 13 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden diperoleh total skor 404. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 13 orang, setuju 81

orang, cukup setuju 5 orang, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{404}{500} \times 100\% = 80.80\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 80.80%. Hal ini menunjukkan bahwa Karyawan di CV Wira Agung Lestari berpenampilan rapih adalah sangat baik.

4. Informasi pelayanan di CV Wira Agung Lestari sangat jelas dan informatif

Tabel 14

Pendapat responden mengenai pernyataan

Informasi pelayanan di CV Wira Agung Lestari sangat jelas dan informatif

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	15	15	75
Setuju	4	76	76	304
Cukup Setuju	3	7	7	21
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		100	100	403

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 14 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden diperoleh total skor 403. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 15 orang, setuju 76 orang, cukup setuju 7 orang, cukup setuju 1 orang, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 1 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{403}{500} \times 100\% = 80.60\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 80,60% Hal tersebut dapat diartikan bahwa Informasi pelayanan di CV Wira Agung Lestari sangat jelas, dan informaktif yang berarti sangat baik.

Adapun hasil kesimpulan dari indikator bukti fisik pada CV Wira Agung Lestari dapat dilihat pada tabel

Tabel 15

## Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Bukti Fisik

No	Indikator	hasil(%)	Rata-rata(%)
1	Bukti Fisik	75.60	79.3
2		80.20	
3		80.80	
4		80.60	

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan rata-rata tanggapan total responden dari ke empat butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 79.3% Hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik pada CV Wira Agung Lestari termasuk ke dalam kriteria baik.

## B. Kehandalan

1. Pelayanan yang diberikan sesuai janji.

Tabel 16

Pendapat responden mengenai pernyataan  
Pelayanan yang diberikan sesuai janji

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	46	46	230
Setuju	4	45	45	180
Cukup Setuju	3	8	8	24
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	436

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 16 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden diperoleh total skor 436. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 46 orang, setuju 45 orang, cukup setuju 8 orang, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{436}{500} \times 100\% = 87.20\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 87.20%. Hal ini menunjukkan bahwa Pelayanan yang diberikan sesuai janji yaitu sangat baik.

2. Pendapat responden mengenai pernyataan Pelayanan yang diberikan cepat

Tabel 17

Pendapat responden mengenai pernyataan Pelayanan yang diberikan cepat.

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	60	60	300
Setuju	4	24	24	96
Cukup Setuju	3	15	15	45
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	443

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 17 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden diperoleh total skor 443. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 60 orang, setuju 24 orang, cukup setuju 15 orang, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{443}{500} \times 100\% = 88.60\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 88.60% Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan cepat yang berarti sangat baik

3. Pendapat responden mengenai pernyataan jadwal penyelesaian service tepat waktu.

Tabel 18

Pendapat responden mengenai pernyataan jadwal penyelesaian service tepat waktu.

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	70	70	350
Setuju	4	26	26	104
Cukup Setuju	3	3	3	9
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	465

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 18 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 465. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 70 orang, setuju 26 orang, cukup setuju 3 orang, tidak setuju 1, dan menjawab sangat tidak setuju 0 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{465}{500} \times 100\% = 93.00\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 93,00%. Hal ini menunjukkan bahwa jadwal penyelesaian service tepat waktu yaitu sangat baik.

Adapun hasil kesimpulan dari indikator kehandalan pada CV Wira Agung Lestari dapat dilihat pada tabel

Tabel 19

## Rat-rata Tanggapan Responden mengenai Kehandalan

5	Kehandalan	87.20	89.6
6		88.60	
7		93.00	

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan rata-rata tanggapan total responden dari ke tiga butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 89.6%. Hal ini menunjukkan bahwa kehandalan pada CV Wira Agung Lestari termasuk ke dalam kriteria sangat baik.

### C. Daya Tanggap

1. Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai CV Wira Agung Lestari berusaha memahami kebutuhan pelanggan

Tabel 20

Pendapat responden mengenai pernyataan pegawai CV Wira Agung Lestari berusaha memahami kebutuhan pelanggan.

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	36	36	180
Setuju	4	63	63	252
Cukup Setuju	3	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		100	100	433

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 20 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden diperoleh total skor 433. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 36 orang, setuju 63 orang, tidak ada responden yang menjawab cukup setuju dan tidak setuju, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{433}{500} \times 100\% = 86.60\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 86.60% yang menyatakan bahwa pelanggan pegawai CV Wira Agung Lestari berusaha memahami kebutuhan pelanggan yaitu sangat baik.

2. Pendapat responden mengenai pernyataan Untuk mendapatkan pelayanan, pelanggan tidak perlu menunggu lama

Tabel 21

Pendapat responden mengenai pernyataan Untuk mendapatkan pelayanan, pelanggan tidak perlu menunggu lama.

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	39	39	195
Setuju	4	58	58	232
Cukup Setuju	3	3	3	9
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	436

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 21 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 436. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 39 orang, setuju 58 orang, cukup setuju 3 orang, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{436}{500} \times 100\% = 87.20\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 87.20%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa untuk mendapatkan pelayanan pelanggan tidak perlu menunggu lama yaitu sangat baik.

3. Pendapat responden mengenai pernyataan Kesigapan dalam merespon masalah pelanggan

**Tabel 22**  
**Pendapat responden mengenai pernyataan**  
**Kesigapan dalam merespon masalah pelanggan.**

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	32	32	160
Setuju	4	67	67	268
Cukup Setuju	3	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		100	100	429

*Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 22 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 orang, setuju 67 orang, tidak ada responden yang menjawab cukup setuju dan tidak setuju dan sangat tidak setuju 1 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{429}{500} \times 100\% = 85.80\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 85.80%. Hal ini dapat diartikan bahwa Kesigapan dalam merespon masalah pelanggan menunjukkan kriteria tanggapan responden sangat baik.

Adapun hasil kesimpulan dari indikator daya tanggap pada CV Wira Agung Lestari dapat dilihat pada tabel

**Tabel 23**  
**Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Daya Tanggap**

8	Daya Tanggap	86.60	86.53
9		87.20	
10		85.80	

*Sumber: data diolah peneliti (2017)*

Berdasarkan rata-rata tanggapan total responden dari ke tiga butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 86.53%. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap pada CV Wira Agung Lestari termasuk ke dalam kriteria sangat baik

#### D. Jaminan

1. Pendapat responden mengenai pernyataan Sikap karyawan yang ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan

Tabel 24  
Pendapat responden mengenai pernyataan  
Sikap karyawan yang ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan.

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	40	40	200
Setuju	4	50	50	200
Cukup Setuju	3	9	9	27
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	429

*Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 24 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 429. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 40 orang, setuju 50 orang, cukup setuju 9 orang, tidak setuju 1, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{429}{500} \times 100\% = 85.80\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 85.80%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Sikap karyawan yang ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan menunjukkan kriteria tanggapan responden sangat baik.

2. Pendapat responden mengenai pernyataan Karyawan CV Wira Agung Lestari berpengetahuan luas sehingga mampu mengatasi permasalahan pelanggan

**Tabel 25**  
**Pendapat responden mengenai pernyataan**  
**Karyawan CV Wira Agung Lestari berpengetahuan luas sehingga**  
**mampu mengatasi permasalahan pelanggan**

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	70	70	350
Setuju	4	26	26	104
Cukup Setuju	3	3	3	9
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	465

*Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 25 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 465. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 70 orang, setuju 26 orang, cukup setuju 3 orang, tidak setuju 1, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{465}{500} \times 100\% = 93.00\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 93.00%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Karyawan CV Wira Agung Lestari berpengetahuan luas sehingga mampu mengatasi permasalahan pelanggan menunjukkan kategori responden sangat baik.

Adapun hasil kesimpulan dari indikator jaminan pada CV Wira Agung Lestari dapat dilihat pada tabel

**Tabel 26**  
**Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Jaminan**

11	Jaminan	85.80	89.4
12		93.00	

*Sumber: data diolah peneliti (2017)*

Berdasarkan rata-rata tanggapan total responden dari ke dua butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 89.4%. Hal ini menunjukkan jaminan pada CV Wira Agung Lestari termasuk ke dalam kriteria sangat baik.

## E. Empati

1. Pendapat responden mengenai pernyataan Karyawan CV Wira Agung Lestari mampu mendengarkan dengan baik keluhan pelanggan

Tabel 27

Pendapat responden mengenai pernyataan Karyawan CV mampu mendengarkan dengan baik keluhan pelanggan

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	50	50	250
Setuju	4	45	45	180
Cukup Setuju	3	5	5	15
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	445

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 27 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 445. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 50 orang, setuju 45 orang, cukup setuju 5 orang, tidak setuju 0 orang, dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{445}{500} \times 100\% = 89.00\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 89.00%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Karyawan CV Wira Agung Lestari mampu mendengarkan dengan baik keluhan pelanggan menunjukkan kategori sangat baik.

2. Pendapat responden mengenai pernyataan Karyawan CV Berkomunikasi dengan baik

Tabel 28

Pendapat responden mengenai pernyataan Karyawan CV Berkomunikasi dengan baik

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	5	54	54	270
Setuju	4	44	44	176
Cukup Setuju	3	0	0	0
Tidak Setuju	2	2	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	450

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 28 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden diperoleh 450. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 54 orang, setuju 44 orang, cukup setuju 0 orang, tidak setuju 2 orang, dan sangat tidak setuju 0 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{450}{500} \times 100\% = 90.00\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 90.00%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Karyawan CV Berkomunikasi dengan baik menunjukkan kriteria tanggapan responden sangat baik.

Adapun hasil kesimpulan dari indikator Empati pada CV Wira Agung Lestari dapat dilihat pada tabel

Tabel 29

Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Empati

13	Empati	89.00	89.5
14		90.00	

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan rata-rata tanggapan total responden dari ke dua butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 89.5%. Hal ini menunjukkan bahwa empati pada CV Wira Agung Lestari termasuk ke dalam kriteria sangat baik.

#### 4.1.5. Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Bengkel Honda Wira Agung Lestari

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel kepuasan pelanggan dapat diukur melalui 3 dimensi yaitu : Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, Bersedia Merekomendasikan. Menurut Sugiyono (2016:170) tanggapan responden dapat dihitung menggunakan rumus indeks, yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden} \\ &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Jumlah Skor Ideal (Kriterium)}} \times 100\% \end{aligned}$$

Adapun langkah-langkah Kriteria tanggapan responden sebagai berikut :

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

Dimana:

$$\text{Rentang} = \% \text{ tertinggi} - \% \text{ terendah}$$

$$\text{Kelas} = 5 \text{ (sesuai dengan skala likert)}$$

Berdasarkan rumus diatas maka panjang kelas interval adalah :

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

Sehingga kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan pada tabel berikut :

Tabel 30  
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 20	Sangat Tidak Puas
21 – 40	Tidak Puas
41 – 60	Cukup Puas
61 - 80	Puas
81 - 100	Sangat Puas

Sumber : Sugiyono (2016:168)

#### A. Kesesuaian Harapan

1. Kualitas pelayanan CV Wira Agung Lestari sesuai dengan yang saya inginkan

Tabel 31

Pendapat responden mengenai  
Kualitas pelayanan CV Wira Agung Lestari sesuai dengan yang saya inginkan

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	4	4	20
Setuju	4	75	75	300
Cukup Setuju	3	10	10	30
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		100	100	351

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 31 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 351. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 4 orang, setuju 75 orang, cukup setuju 10 orang, tidak setuju 0 orang, dan sangat tidak setuju 1 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{351}{500} \times 100\% = 70.20\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 70.20% yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan CV Wira Agung Lestari sesuai dengan yang saya inginkan termasuk kedalam kriteria memuaskan.

2. Fasilitas yang didapat sesuai dengan yang diharapkan

**Tabel 32**  
**Pendapat responden mengenai**  
**Fasilitas yang didapat sesuai dengan yang diharapkan**

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	7	7	35
Setuju	4	92	92	368
Cukup Setuju	3	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
<b>Total</b>		100	100	404

*Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 32 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden diperoleh 404. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 7 orang, setuju 92 orang, cukup setuju 0 orang, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 1 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{404}{500} \times 100\% = 80.80\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 80.80% yang menyatakan bahwa fasilitas yang didapat sesuai dengan yang diharapkan menunjukkan kriteria tanggapan responden sangat memuaskan.

### 3. Puas dengan pelayanan service motor pada CV Wira Agung Lestari

**Tabel 33**  
**Pendapat responden mengenai**  
**Puas dengan pelayanan service motor pada CV Wira Agung Lestari**

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	5	5	25
Setuju	4	92	92	368
Cukup Setuju	3	2	2	6
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
<b>Total</b>		100	100	400

*Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 33 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 400. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 5 orang, setuju 92 orang, cukup setuju 2 orang, tidak setuju 0 orang, dan sangat tidak setuju 1 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{400}{500} \times 100\% = 80.00\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 80.00% yang berarti bahwa pelayanan service motor pada CV Wira Agung Lestari menunjukkan kriteria tanggapan responden sangat memuaskan.

Adapun hasil tanggapan responden dari indikator Kesesuaian Harapan dapat dilihat pada tabel

Tabel 34  
Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Harapan

No	Indikator	hasil(%)	Rata-rata(%)
1	Kesesuaian Harapan	70.20	77
2		80.80	
3		80.00	

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan rata-rata tanggapan total responden dari ke tiga butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 77%. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian harapan pada CV Wira Agung Lestari termasuk ke dalam kriteria sangat memuaskan.

## B. Minat Berkunjung Kembali

- Berminat untuk berkunjung kembali, karena karyawan memiliki bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang baik

Tabel 35  
Pendapat responden mengenai Berminat untuk berkunjung kembali, karena karyawan memiliki bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang baik

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	19	19	95
Setuju	4	80	80	320
Cukup Setuju	3	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		120	100	416

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 35 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden diperoleh total skor 416. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 19 orang, setuju 80 orang, cukup setuju 0 orang, tidak setuju 0, dan sangat tidak setuju 1 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{416}{500} \times 100\% = 83.20\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 83.20% yang menyatakan bahwa berminat untuk berkunjung kembali, karena karyawan memiliki bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati menunjukkan kriteria tanggapan responden sangat memuaskan.

2. Berminat berkunjung kembali, karena kelengkapan peralatan dalam memberikan pelayanan

Tabel 36

Pendapat responden mengenai Berminat berkunjung kembali, karena kelengkapan peralatan dalam memberikan pelayanan

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	59	59	295
Setuju	4	40	40	160
Cukup Setuju	3	0	0	0
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	457

*Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 36 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 457. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 59 orang, setuju 40 orang, cukup setuju 0 orang, tidak setuju 0 orang, dan sangat tidak setuju 1 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{457}{500} \times 100\% = 91.40\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 91.40% yang menyatakan bahwa berminat berkunjung kembali, karena kelengkapan peralatan dalam memberikan pelayanan termasuk kedalam kriteria tanggapan responden yang sangat memuaskan.

3. Berminat untuk berkunjung kembali, karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukan service jasa pada CV Wira Agung Lestari

Tabel 37

Pendapat responden mengenai

Berminat untuk berkunjung kembali, karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukan service jasa pada CV Wira Agung Lestari

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	59	59	295
Setuju	4	36	36	144
Cukup Setuju	3	4	4	12
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	453

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 37 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 453. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 59 orang, setuju 36 orang, cukup setuju 4 orang, tidak setuju 1, dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{453}{500} \times 100\% = 90.60\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 90.60% yang menyatakan bahwa berminat untuk berkunjung kembali, karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukan service jasa pada CV Wira Agung Lestari menunjukkan kriteria tanggapan responden sangat memuaskan.

Adapun hasil kesimpulan dari indikator Minat Berkunjung Kembali pada CV Wira Agung Lestari dapat dilihat pada tabel

Tabel 38

Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Minat Berkunjung Kembali

4	Minat Berkunjung Kembali	83.20	88.4
5		91.40	
6		90.60	

Sumber: data diolah peneliti (2017)

Berdasarkan rata-rata tanggapan total responden dari ke tiga butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 88.4%. Hal ini menunjukkan bahwa minat berkunjung kembali pada CV Wira Agung Lestari termasuk ke dalam kriteria sangat memuaskan.

### C. Kesiediaan Merekomendasikan

1. Saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service motor di CV Wira Agung Lestari

Tabel 39

Pendapat responden mengenai  
Saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service motor di CV Wira Agung Lestari

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	45	45	225
Setuju	4	50	50	200
Cukup Setuju	3	4	4	12
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	439

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 39 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 439. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 45 orang, setuju 50 orang, cukup setuju 4 orang, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{439}{600} \times 100\% = 87.80\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 87.80% yang menyatakan bahwa saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service motor di CV Wira Agung Lestari menunjukkan kriteria tanggapan responden yang sangat memuaskan.

2. Saya akan menceritakan pengalamanan baik pada teman atau kerabat saat menggunakan jasa service motor di CV Wira Agung Lestari

Tabel 40

Pendapat responden mengenai  
Saya akan menceritakan pengalamanan baik pada teman atau kerabat saat menggunakan jasa service motor di CV Wira Agung Lestari

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	41	41	205
Setuju	4	58	58	232
Cukup Setuju	3	0	0	0
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	439

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 40 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 439. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 41 orang, setuju 58 orang, cukup setuju 0 orang, tidak setuju 1, dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{439}{500} \times 100\% = 87.80\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 87.80% yang menyatakan bahwa saya akan menceritakan pengalaman baik pada teman atau kerabat saat menggunakan jasa service motor di CV Wira Agung Lestari menunjukkan kriteria tanggapan responden sangat memuaskan.

3. Saya akan mengajak teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service motor di CV Wira Agung Lestari

Tabel 41

Pendapat responden mengenai Saya akan mengajak teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service motor di CV Wira Agung Lestari

Kriteria	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	42	42	210
Setuju	4	53	53	212
Cukup Setuju	3	4	4	12
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	436

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel 41 dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 responden, diperoleh total skor 436. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 42 orang, setuju 53 orang, cukup setuju 4 orang, tidak setuju 1, dan sangat tidak setuju 0 orang.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{436}{500} \times 100\% = 87.20\%$$

Dari hasil tanggapan responden diperoleh hasil sebesar 87.20% yang menyatakan bahwa saya akan mengajak teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service motor di CV Wira Agung Lestari termasuk kedalam kriteria sangat memuaskan.

Adapun hasil kesimpulan dari indikator bersedia merekomendasikan pada CV Wira Agung Lestari dapat dilihat pada tabel

Tabel 42

## Rata-rata Tanggapan Responden mengenai Kesiediaan Merekomendasikan

7	Kesiediaan Merekomendasikan	87.80	87.6
8		87.80	
9		87.20	

*Sumber: data diolah peneliti (2017)*

Berdasarkan rata-rata tanggapan total responden dari ke tiga butir pernyataan diperoleh hasil sebesar 87.6%. Hal ini menunjukkan bahwa kesiediaan merekomendasikan pada CV Wira Agung Lestari termasuk ke dalam kriteria sangat memuaskan.

## 4.2 Analisis Data

Untuk mengetahui hubungan yang terbebas dari masalah statistik perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas menggunakan SPSS 21. Data tersebut didapat dari hasil pertanyaan kuesioner responden mengenai Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) yang ada di CV Wira Agung Lestari dengan sampel yang ditentukan sebanyak 30 responden. Berikut ini hasil uji validitas dan reliabilitas variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

### 4.2.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:356) untuk menguji validitas, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur.

#### a) Uji Validitas Kualitas Pelayanan (x) dan Kepuasan Pelanggan (y)

Uji validitas kualitas pelayanan digunakan untuk melihat banyaknya jumlah pernyataan yang valid dan tidak valid. Dengan menggunakan aplikasi SPSS 21, output yang dihasilkan dari uji validitas sebagai berikut:

Tabel 43  
 Hasil Uji Validitas mengenai Kualitas Pelayanan  
 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	149,93	232,271	,684	.	,736
VAR00002	149,97	234,240	,758	.	,738
VAR00003	150,00	229,724	,832	.	,732
VAR00004	150,07	232,754	,630	.	,737
VAR00005	149,60	234,869	,668	.	,739
VAR00006	149,63	232,033	,674	.	,736
VAR00007	149,53	233,292	,688	.	,737
VAR00008	149,60	234,524	,737	.	,738
VAR00009	149,70	233,803	,691	.	,737
VAR00010	149,63	237,137	,613	.	,742
VAR00011	149,67	233,402	,701	.	,737
VAR00012	149,80	236,993	,624	.	,741
VAR00013	149,80	245,545	,252	.	,752
VAR00014	149,67	245,471	,300	.	,751
VAR00015	149,70	244,424	,329	.	,750
VAR00016	149,60	239,628	,485	.	,745
VAR00017	149,50	239,293	,540	.	,744
VAR00018	149,60	243,076	,317	.	,749
Jumlah	77,00	62,552	1,000	.	,907

Sumber: hasil olah data peneliti (2017)

Dari tabel 43 dapat diketahui bahwa hasil dari 18 pertanyaan terdapat 14 pertanyaan yang dinyatakan valid dan yang tidak valid sebanyak 4 pernyataan . Hal ini dibuktikan dengan nilai r tabel sebesar 0.361. apabila r hitung > r tabel maka dinyatakan valid dan jika nilai r hitung < r tabel dinyatakan tidak valid.

Adapun hasil dari pengujian validitas kepuasan pelanggan digunakan untuk melihat banyaknya jumlah pernyataan yang valid dan tidak valid. Dengan menggunakan aplikasi SPSS 21, output yang dihasilkan dari uji validitas sebagai berikut:

Tabel 44  
Hasil Uji Validitas mengenai Kepuasan Pelanggan

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	72,23	92,668	,818	.	,755
VAR00002	72,23	94,737	,778	.	,761
VAR00003	72,23	92,875	,860	.	,755
VAR00004	72,00	91,724	,862	.	,752
VAR00005	71,77	95,840	,674	.	,766
VAR00006	71,83	93,937	,768	.	,759
VAR00007	72,03	94,930	,694	.	,763
VAR00008	71,90	95,472	,718	.	,764
VAR00009	72,03	94,999	,644	.	,764
Total	38,13	26,326	1,000	.	,923

*Sumber: hasil olah data peneliti (2017)*

Dari tabel 44 dapat diketahui bahwa hasil data diatas menunjukkan semua pernyataannya adalah valid yaitu yang mempunyai nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,361).

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (x) dan Kepuasan Pelanggan (y)

Setelah dilakukan uji validitas atas pernyataan, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Menurut Duwi Priyatno (2014:64) uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja yang digunakan untuk menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi pada serangkaian pernyataan pada waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas ini menggunakan SPSS 21, berikut ini hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 45  
Hasil Uji Reliabilitas mengenai Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,754	,917	18

*Sumber: hasil olah data peneliti (2017)*

Dari tabel 45 perhitungan reliabilitas dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas adalah 0.754. Menurut Duwi Priyatno (2014:65) reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Jadi jika hasil perhitunngan reliabilitas 0.754 berarti dapat diterima.

Adapun hasil dari pengujian reliabilitas kepuasan pelanggan digunakan untuk melihat tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi pada serangkaian pernyataan pada waktu yang berbeda. Dengan menggunakan aplikasi SPSS 21, output yang dihasilkan dari uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 46  
Hasil Uji Reliabilitas mengenai Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,783	,941	9

*Sumber: hasil olah data peneliti (2017)*

Dari tabel perhitungan reliabilitas dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas adalah 0.783. Menurut Duwi Priyatno (2014:65) reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Jadi jika hasil perhitungan reliabilitas 0.783 berarti dapat diterima.

#### 4.2.3. Hipotesis Penelitian

Setelah tahap pengujian kualitas data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, instrumen pengumpul data selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis.

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui kesesuaian antara hipotesis yang telah dirumuskan dengan hasil data yang didapat dari peneliti. Untuk menguji hipotesis ini dengan menggunakan rumus rank spearman dengan bantuan SPSS 21 Alasan peneliti menggunakan teknik ini karena dari data instrumen penelitian menggunakan skala likert dan hasilnya berupa data ordinal.

##### a) Analisis Korelasi

Menurut Arikunto S Suhardjono dan Supardi (2012:164) korelasi digunakan untuk menganalisis seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan. Dalam hal ini data dihasilkan dari hasil koesioner, maka dapat diketahui pernyataan responden mengenai implementasi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di CV Wira Agung Lestari. Untuk mengetahui apakah implementasi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan maka dilakukan analisa kuantitatif. Uji korelasi yang digunakan diolah melalui aplikasi SPSS 21.

Berikut adalah hasil pengolahan data dengan metode rank spearman:

Tabel 47  
Hasil Uji Korelasi  
Correlations

		X	Y
X	Correlation Coefficient	1,000	,524**
	Sig. (1-tailed)	.	,000
	N	100	100
Spearman's rho	Correlation Coefficient	,524**	1,000
	Sig. (1-tailed)	,000	.
	N	100	100

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

Sumber: hasil olah data peneliti (2017)

Berdasarkan hasil perhitungan melalui aplikasi SPSS 21, maka diperoleh hasil koefisien korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0.524. Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi nilai tersebut dapat diartikan bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan berada pada penilaian (0.4-0.59). artinya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan “sedang”.

#### b) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk memprediksi seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan variabel lainnya. Nilai koefisien determinasi dinyatakan dalam kuadrat dari nilai koefisien korelasi  $r^2 \times 100\% = n\%$ . Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai 27.45% yang artinya bahwa nilai kepuasan pelanggan dapat diterangkan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 72.55% diterangkan oleh variabel lainnya.

#### 4.2.4. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan uji yang digunakan membuktikan kebenaran dari jawaban sementara apakah hipotesis benar terjadi atau sebaliknya. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah hasil hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak dan adakah hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0.05. maka dilakukan uji hipotesis koefisien

korelasi. Dan hasil dari uji hipotesis koefisien korelasi memiliki tingkat signifikansi 0.000, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ .

### 4.3 Pembahasan

Berdasarkan perumusan yang ada pada bab 1, maka dalam pembahasan ini akan menjawab hubungan kualitas pelayanan sebagai variabel *independent* dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *dependent*.

Adapun hasil perhitungan rata-rata kualitas pelayanan disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 48  
Tingkat Kualitas Pelayanan Bengkel Honda Wira Agung Lestari

No	Indikator	hasil(%)	Rata-rata(%)
1	<i>Tangible</i>	75.60	79.3
2		80.20	
3		80.80	
4		80.60	
5	<i>Reliability</i>	87.20	89.6
6		88.60	
7		93.00	
8	<i>Responsivness</i>	86.60	86.53
9		87.20	
10		85.80	
11	<i>Assurance</i>	85.80	89.4
12		93.00	
13	<i>Emphaty</i>	89.00	89.5
14		90.00	
<b>Jumlah</b>		<b>1.203.4</b>	
<b>N</b>		<b>14</b>	
<b>Rata - Rata</b>		<b>85.957</b>	

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel 48 diatas dapat dilihat nilai rata-rata dari setiap dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari: *Tangible*, *Reliability*, *Responsivness*, *Assurance*, *Emphaty*. Pada dimensi *Tangible* (Keberwujudan) memiliki nilai 79.3%, dimensi *Reliability* (Kehandalan) memiliki nilai 89.6%, dimensi *Responsivness* (Daya tanggap) memiliki nilai 86.53%, dimensi *Assurance* (Jaminan) memiliki nilai sebesar 89.4%, dimensi *Emphaty* (Empati) memiliki nilai sebesar 89.5%. Nilai rata-rata dari kualitas pelayanan bengkel CV Wira Agung Lestari sebesar 85.957%, nilai tersebut dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan "sangat baik".

Berikut hasil perhitungan rata-rata kepuasan pelanggan disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 49  
Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Honda Wira Agung Lestari

No	Indikator	hasil(%)	Rata-rata(%)
1	Kesesuaian Harapan	70.20	77
2		80.80	
3		80.00	
4	Minat Berkunjung Kembali	83.20	88.4
5		91.40	
6		90.60	
7	Bersedia Merekomendasikan	87.80	87.6
8		87.80	
9		87.20	
<b>Jumlah</b>		<b>759.00</b>	
<b>N</b>		<b>9</b>	
<b>Rata-rata</b>		<b>84.33</b>	

*Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)*

Berdasarkan tabel 49 diatas dapat dilihat nilai rata-rata dari setiap dimensi kepuasan pelanggan yang terdiri dari : Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, Bersedia Merekomendasikan. Pada dimensi Kesesuaian Harapan memiliki nilai 77% , dimensi Minat Berkunjung Kembali memiliki nilai 88.4%, dimensi Bersedia Merekomendasikan memiliki nilai 87.6%. Nilai rata-rata dari kepuasan pelanggan bengkel CV Wira Agung Lestari 84.33%, nilai tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan yang diberikan “sangat puas”.

Dari hasil pembahasan diatas bahwa kualitas pelayanan dinyatakan sangat baik, yaitu dengan nilai rata-rata 85.957% dan kepuasan pelanggan dinyatakan sangat puas dengan nilai rata-rata 84.33%. dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan, dengan nilai korelasi 0.524 yang menunjukkan hubungan tersebut sedang.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan, untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada bengkel CV Wira Agung Lestari.

Berdasarkan hasil analisis penelitian kualitas pelayanan yang ada pada bengkel CV Wira Agung Lestari sangat baik dibuktikan dengan tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh bengkel CV Wira Agung Lestari berada dalam kriteria sangat memuaskan.

Adapun hasil pengujian statistik koefisien korelasi rank spearman sebesar 0.524 dan nilai signifikan 0.000 yang artinya bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dan sedang dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian sesuai dengan hipotesis hasil penelitian atau hipotesis diterima.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada bengkel CV Wira Agung Lestari terdapat satu indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik mengenai gedung CV Wira Agung Lestari yang dapat ditemukan dengan mudah memiliki skor terendah. Sebaiknya, CV Wira Agung Lestari melakukan pemeliharaan agar warna/cat gedung selalu terlihat cerah untuk mencuri perhatian konsumen, melakukan pemasangan papan nama sebagai petunjuk pada jarak 500 dan 100 meter sebelum gedung CV Wira Agung Lestari untuk memudahkan konsumen dalam menemukan gedung CV Wira Agung Lestari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. Suhardjono dan Supardi. 2012. Penelitian Tindakan Kelas. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Ariani, D. Wahyu. 2009. Manajemen Operasi Jasa. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Buchari Alma. 2013. Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung. ALFABETA
- Daryanto dan Setyobudi. I. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media.
- Deliyanti Oentoro. 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta. LakBang PRESSindo.
- Duwi. Priyatno. 2014. SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis. Andi. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi III, Yogyakarta : ANDI
- Irawan, H. 2004. Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICOSA. Jakarta : PT Alex Media Komputindo
- Jasfar Farida. 2012. 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta:Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran jasa. Salemba empat, Jakarta.
- Philip. Kotler dan Gary. Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid 2). Erlangga : Jakarta.
- Philip. Kotler dan Keller. K. L. 2012. Marketing Management. 14th Edition. New Jersey : Pearson Education. Inc.
- Philip. Kotler dan Keller. K. L. 2013. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. Erlangga.
- Philip. Kotler. 2006. Manajemen Pemasaran. Jilid I & II. Edisi ke Kesebelas. PT. Indeks. Gramedia. Jakarta.
- Setiawan, D. H dan A. Andoko. 2005. Petunjuk Lengkap Budi Daya Karet. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Manajemen. CV. ALFABETA. Bandung.
- Sunarto. 2003. Perilaku Organisasi. Jakarta : Amus.
- Sunyoto. D. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : CAPS.

Supardi. 2012. Aplikasi Statistika Dalam Penelitian. PT. Ufuk Publishing House. Jakarta.

Swastha. D. H. Basu dan Irwan. 2008. Menejemen Pemasaran Modern. Liberty Yogyakarta : Yogyakarta.

Zulian Yamit. 2013. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Cetakan Keenam. Yogyakarta : Ekonisia.

(<http://www.unggulcenter.org/2011/03/08/sama-ahass-beda-kualitas/>)

Dwi Zaniarti. 2011. Analisis Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Candra Motor Di Kaur Utara Kabupaten Kaur. Skripsi Universitas Negeri Semarang.

Mitior dan Karona Cahya Susena. 2011. Analisis Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Candra Motor Di Kaur Utara Kabupaten Kaur. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Putu Denny Prathama Ayub dan Ni Ketut Seminari. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosumen Pada Bengkel Maju Mandiri.

# LAMPIRAN

## HASIL KODING KOESIONER KUALITAS PELAYANAN

1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	3	4	42	
5	4	3	2	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	73
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	76	
4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	72	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	75	
4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	76	
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	71	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	75	
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	80	
5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	76	
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	77	
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	78	
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	75	
4	5	3	4	4	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	3	5	2	74	
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	77	
3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	78	
3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	79	
3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	77	
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	76	
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	77	
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	80	
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	76	
4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	80	
4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	80	
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	83	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	83	
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88	
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	88	
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	88	
4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	80	
4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	76	
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	71	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	75	
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	80	
5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	76	
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	77	
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	76	
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	77	
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	80	
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	76	
4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	80	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	83	
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88	
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	88	
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	88	
4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	80	
4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	76	
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	71	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	75	
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	80	
5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	76	
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	77	
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	76	
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	80	
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	76	
4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	80	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	83	
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88	
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	88	
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	88	
4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	80	
4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	80	
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	76	
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	76	
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	77	
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	80	
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	76	
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	77	
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	80	
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	76	
4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	80	

4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	76
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	71
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	75	
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	80	
5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	76		
3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	78		
3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	79		
3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	77		
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	76			
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	77			
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	80			
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	76			
4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	76			
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	76			
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	77			
4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	76			
4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	80			
4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	80			
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76			
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	80			
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76			
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	76			
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	77			
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	76			
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	76			
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	77			
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	76			
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	77			
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	76			
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	76			
4	4	4	4	5	5																



## KUESIONER PENELITIAN

### HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PADA CV WIRA AGUNG LESTARI

Tanggal : .....

No:

Saya mahasiswa semester akhir Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan sedang melakukan riset penelitian untuk pengumpulan data yang akan digunakan untuk tugas akhir skripsi.

Partisipasi anda sangat diharapkan dalam mengisi kuesioner. Saya harap informasi yang anda berikan adalah sesuai dengan keyakinan anda.

Terimakasih atas bantuan dan kesediaan dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

#### A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia
  - a. 17 – 25 tahun
  - b. 26 – 35 tahun
  - c. 36 – 45 tahun
  - d. 46 – 55 tahun
  - e. > 55 tahun
3. Jenis Kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
4. Pekerjaan
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. PNS
  - c. Karyawan/Pegawai Swasta
  - d. Wiraswasta
  - e. IRT
  - f. Lainnya...

## B. Informasi Tentang Variabel Kualitas Pelayanan

### Petunjuk Pengisian:

Pilihlah jawaban dengan memberi tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan diri anda.

No	Variabel Kualitas Pelayanan (X)	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Bukti Fisik Gedung bengkel CV Wira Agung Lestari dapat ditemukan dengan mudah.					
	Peralatan yang digunakan di CV Wira Agung Lestari terlihat modern.					
	Karyawan di CV Wira Agung Lestari berpenampilan rapih.					
	Informasi pelayanan di CV Wira Agung Lestari sangat jelas dan informatif					
2.	Keandalan Pelayanan yang diberikan sesuai janji.					
	Pelayanan yang diberikan cepat.					
	Jadwal penyelesaian service tepat waktu.					
3.	Daya Tanggap pegawai CV Wi berusaha memahami kebutuhan pelanggan.					
	Untuk mendapatkan pelayanan, pelanggan tidak perlu menunggu lama.					
	Kesigapan dalam merespon masalah pelanggan.					
4.	Jaminan Sikap karyawan yang ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan.					
	Karyawan CV Wira Agung Lestari berpengetahuan luas sehingga mampu mengatasi permasalahan pelanggan.					
	Memberikan rasa aman selama pelanggan melakukan service motor di CV Wira Agung Lestari.					
	Karyawan yang jujur dan dapat dipercaya.					
	Perbaikan terbebas dari kesalahan.					
5.	Empati Karyawan CV mampu mendengarkan dengan baik keluhan pelanggan					
	Karyawan CV Berkomunikasi dengan baik.					
	Karyawan CV memiliki Kepahaman akan kebutuhan pelanggan.					

### C. Informasi Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan

#### Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda tanda checklist (√) pada kotak yang telah disediakan yang sesuai dengan diri anda.

No	Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Kesesuaian Harapan					
	a. Kualitas pelayanan CV Wira Agung Lestari sesuai dengan yang saya inginkan.					
	b. Fasilitas yang didapat sesuai dengan yang diharapkan.					
	c. Puas dengan pelayanan service motor pada CV Wira Agung Lestari.					
2.	Minat Berkunjung Kembali					
	a. Berminat untuk berkunjung kembali, karena karyawan memiliki bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang baik.					
	b. Berminat berkunjung kembali, karena kelengkapan peralatan dalam memberikan pelayanan.					
	c. Berminat untuk berkunjung kembali, karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah melakukan service jasa pada CV Wira Agung Lestari.					
3.	Kesediaan Merekomendasiakn					
	a. Saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk melakukan service motor di CV Wira Agung Lestari.					
	b. Saya akan menceritakan pengalaman baik pada teman atau kerabat saat menggunakan jasa service motor di CV Wira Agung Lestari.					
	c. Saya akan mengajak teman atau kerabat untuk menggunakan jasa service motor di CV Wira Agung Lestari.					

## Surat Keterangan Riset

Bersama dengan surat ini, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Edi Muhammad

Jabatan : Kepala Bengkel

Menyatakan bahwa mahasiswa dibawah ini :

Nama : Denis Andrian

NPM : 0211 13 211

Fakultas : Ekonomi / Manajemen Universitas Pakuan.

Benar-benar telah melakukan riset di CV Wira Agung Lestari yang beralamat di Jl. Raya Cibanteng no 75, Ciampea, Bogor dalam rangka kebutuhan menyusun skripsi.

Bogor, Oktober 2017

Kepala Bengkel

