SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL EFO AUTO SERVICE DI PEKANBARU

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata satu Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau

CITRA YUANDANI

145210178

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2019

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI
Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax. (0761) 674831 Pekanbaru - 28284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	: Citra Yuandani
NPM	: 145210178
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru

Disetujui Oleh :

Pembimbing I	**Pembimbing II**
(Drs. Syahdanur, M.Si)	**(Dr. Eva Sundari, SE., MM.,CRBC)**

Mengetahui :

Dekan	**Ketua Program Studi**
(Drs. Abrar, M.Si, Ak.,CA)	**(Azmansyah, SE., M.Econ)**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharudin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761)674674 Fax.(0761)674834 Pekanbaru-28284

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Citra Yuandani

NPM : 145210178

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemern

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru

Disetujui Oleh:

Tim Penguji:

1. Prof. Dr. Dra. Hj. Sri Indrastuti, MM ( )
2. Abd. Razak Jer, SE.,M. Si ( )
3. Dr. Desy Mardianti, SE.,MM ( )

Disetujui Oleh:

Pembimbing I	**Pembimbing II**
(Drs. Syahdanur, M.SI)	**(Dr. Eva Sundari, SE,.MM.,CRBC)**

Mengetahui:

Ketua Prodi Manajemen S-I

(Azmansyah, SE.,M.Econ)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI
Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax. (0761) 674834 Pekanbaru - 28284

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah Dilaksanakan Bimbingan Skripsi Terhadap:

Nama : Citra Yuandani

NPM : 145210178

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru.

Sponsor : **Drs. Syahdanur, M.Si**

Co Sponsor : **Dr. Eva Sundari, SE,. MM.,CRBC**

Dengan Perincian Bimbingan Skripsi Sebagai Berikut :

Tanggal	Catatan		Berita Acara	Paraf	
	Sponsor	Co Sponsor		Sponsor	Co Sponsor
02-04-2018	X		- Perbaiki Penelitian Terdahulu - Data Perbulan 2017 - Teruskan Ke Pembimbing II		
11-04-2018		X	- Perbaiki Halaman 7 dan Halaman 29 - Acc Seminar Proposal		

20-04-2018	X		- Acc Seminar Proposal		
14-02-2019	X		- Acc Outline		
14-02-2019		X	- Acc Outline		
15-03-2019	X		- Teruskan Ke Pembimbing II		
19-03-2019	X		- Perbaiki Kesimpulan		
20-03-2019		X	- Acc Seminar Hasil		
20-03-2019	X		- Acc Seminar Hasil		

Pekanbaru, 21 April 2019

Pembantu Dekan I

Dr. Firdaus AR, SE.,M.Si.,Ak.,CA

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau No: 2066/Kpts/FE-UIR/2019, Tanggal 16 April 2019, Maka pada Hari Kamis 18 April 2019 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensive/Meja Hijau Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** S1 Tahun Akademis 2018/2019.

1.N a m a	: Citra Yuandani
2.N P M	: 145210178
3.Program Studi	: Manajemen S1
4.Judul skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel EFO Auto Service di Pekanbaru
5.Tanggal ujian	: 18 April 2019
6.Waktu ujian	: 60 menit.
7.Tempat ujian	: Ruang sidang meja hijau Fekon UIR
8.Lulus Yudicium/Nilai	: B+(72,13)
9.Keterangan lain	: Aman dan lancar.

PANITIA UJIAN

Ketua	Sekretaris
Dr.Firdaus AR,SE.M.Si.Ak.CA	**Azmansyah,SE.M.Econ**
Wakil.Dekan bid.Akademis	Ketua Prodi Mgt S1

Dosen penguji :
1. Drs. Syahdanur., M.Si (.....)
2. Yul Efnita, SE., MM (.....)
3. Prof. Dr. Dra. Hj. Sri Indrastuti, MM (.....)
4. Abd Razak Jer, SE., M.Si (.....)
5. Dr. Desy Mardianti, SE., MM (.....)

Saksi
1. Awliya Afwa, SE., MM (.....)

Pekanbaru 18 April 2019
Mengetahui
Dekan,

Drs.H.Abrar,M.Si.Ak.CA

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 2066/Kpts/FE-UIR/2019
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dilaksanakan ujian skripsi / oral komprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.

Mengingat : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
   a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
   b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
   c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
   d. Nomor : 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:

N a m a : Citra Yuandani
N P M : 145210178
Jurusan/Jenjang Pendd : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel EFO Auto Service di Pekanbaru

2. Penguji ujian skripsi/oral komprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Drs. Syahdanur, M.Si	Lektor Kepala, D/a	Materi	Ketua
2	Yul Efnita, SE., MM	Lektor, C/c	Sistematika	Sekretaris
3	Prof.Dr. Hj. Sri Indrastuti S, MM	Guru Besar, IV/d	Methodologi	Anggota
4	Abd Razak Jer, SE., M.Si	Lektor, C/c	Penyajian	Anggota
5	Desi Mardianti, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	Bahasa	Anggota
6	Awliya Afwa, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	-	Saksi I
7			-	Saksi II
8			-	Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.

Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 18 April 2019
Dekan,

Drs. Abrar., M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada :
1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru
4. Yth : Sdr. Kepala BAAK UIR di Pekanbaru

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Citra Yuandani
NPM : 145210178
Jurusan : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel EFO Auto Service di Pekanbaru
Hari/Tanggal : Kamis 18 April 2019
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Drs. Syahdanur., M.Si		
2	Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Prof.Dr.Dra.Hj. Sri Indrastuti, MM		
2	Abd Razak Jer, SE., M.Si		
3	Dr. Desy Mardianti, SE., MM		

Hasil Seminar : *)

1. Lulus (Total Nilai _____)
2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai 73 (B+))
3. Tidak Lulus (Total Nilai _____)

Mengetahui
An.Dekan

Dr.Firdaus AR,SE.M.Si.Ak.CA
Wakil Dekan I

Pekanbaru, 18 April 2019
Ketua Prodi

Azmansyah,SE.M.Econ

*) Coret yang tidak perlu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Citra Yuandani
NPM : 145210178
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Efo Auto Service di Pekanbaru
Pembimbing : 1. Drs. Syahdanur., M.Si
2. Eva Sundari, SE., MM
Hari/Tanggal Seminar : Rabu 26 September 2018

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

1.Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan *)
2.Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali *)
3.Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki *)
4.Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki *)
5.Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas *)
6.Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang *)
7.Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas *)
8.Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas *)
9.Sumber data : Jelas/tidak jelas *)
10.Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas *)
11.Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas *)
12.Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian *)
13.Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat *)
14.Kesimpulan tim seminar : ~~Perlu~~/tidak perlu diseminarkan kembali *)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Drs. Syahdanur., M.Si		1.
2.	Prof.Dr.Dra.Hj.Sri Indrastuti. MM		2.
3.	Kamar Zaman, SE., MM		3.
4.	Hj. Susie Suryani, SE., MM		4.
5.	Dr. Hamdi Agustin, SE., MM		5.
6.	Yul Efnita, SE., MM		6.

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
An.Dekan Bidang Akademis

Dr.Firdaus AR, SE.M.Si.Ak.CA

Pekanbaru, 26 September 2018
Sekretaris,

Azmansyah, SE., M.Econ

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 145/Kpts/FE-UIR/2018
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1
Bismillahirrohmanirrohim
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang: 1. Surat penetapan Ketua Jurusan / Program Studi Manajemen tanggal 24 Februari 2018 tentang penunjukan Dosen Pembimbing skripsi mahasiswa.
2. Bahwa dalam membantu mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga Mendapat hasil yang baik perlu ditunjuk Dosen Pembimbing yang Akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap mahasiswa tersebut

Mengingat: 1. Surat Mendikbud RI:
a. Nomor: 0880/U/1997
b. Nomor: 0213/0/1987
c.Nomor: 0378/U/1986
d.Nomor: 0387/U/1987
2. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
a. Nomor : 192/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
b. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak.XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Manajemen
c. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Akuntansi S1
d. Nomor : 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D.3 Akuntansi
3. Surat Keputusan YLPI Daerah Riau
a. Nomor: 66/Skep/YLPI/II/1987
b. Nomor: 10/Skep/YLPI/1V/1987
4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013
5. Surat Edaran Rektor Universitas Islam Riau tanggal 10 Maret 1987
a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

Menetapkan: 1. Mengangkat Saudara - saudara yang tersebut namanya di bawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu:

No	N a m a	Jabatan/Golongan	Keterangan
1.	Drs. Syahdanur, M.Si	Lektor Kepala, D/a	Pembimbing I
2	Eva Sundari, SE., MM	Lektor, C/c	Pembimbing II

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah:

N a m a : Citra Yuandani
N P M : 145210178
Jusan/Jenjang Pendd. : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan EFO Auto Service Di Pekanbaru.

3. Tugas pembimbing adalah berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor: 52/UIR/Kpts/1989 tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya memperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal.
5. Kepada pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
6. Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini segera akan ditinjau kembali.

Kutipan: Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan menurut semestinya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
Pada Tanggal: 26 Februari 2018
Dekan,

Drs. Abrar, M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada:
1. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau
2. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Hal : Balasan

Kepada Yth:

Ketua Jurusan S1 Manajemen

Bapak Azmansyah, SE.,M.Econ

Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sustriyanti

Jabatan :Koordinator

Menerangkan bahwa,

Nama : Citra Yuandani

NPM : 145210178

Telah kami setujui untuk mengadakan penelitian di Bengkel Efo Auto Service dengan permasalahan judul :

" **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Efo Auto Service di Pekanbaru** "

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 19 Februari 2018

Hormat Kami,

Sustriyanti

(Koordinator Efo Auto Service)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajaukan untuk mendapatkan gelar Akademik Sarjana, baik di Unviersitas Islam Riau maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak manapun, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dengan disebutkan nama pengarah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik berupa pencabutan yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruaan Tinggi ini.

Pekanbaru, 22 Maret 2019

Saya yang membuat pernyataan

CITRA YUANDANI

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Efo Auto Service sebanyak 7.314 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan atau kriteria tertentu sehingga sampel penelitian sebanyak 100 orang.

Data primer dikumpulkan dengan kuesioner sebagai instrument untuk membuktikan hasil penelitian, Untuk menguji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS. Variabel yang digunakan yaitu kualitas pelayanansebagai bebas, kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa (1) Kualitas pelayanan Bengkel Efo Auto Service dinilai cukup baik, terlihat dari rata-rata tanggapan responden berkisar pada kategori cukup setuju. (2) Variabel kepuasan pelanggan dalam kategori cukup (3) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Efo Auto Service.

Kata Kunci:Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Efo Auto Service Workshop in Pekanbaru. The population in this study were all customers who used the services of Efo Auto Service Workshop as many as 7,314 people. Sampling is done by purposive sampling method that is the technique of sampling data sources with certain considerations or criteria so that the study sample is 100 people.

Primary data is collected by questionnaire as an instrument to prove the results of the study. To test the hypothesis in this study using simple linear regression analysis with the help of SPSS. The variables used are service quality as free, customer satisfaction as the dependent variable.

The results of the analysis show that (1) The service quality of the Efo Auto Service Workshop is considered to be quite good, it can be seen from the average respondent's responses in the category that they agree enough. (2) Variable customer satisfaction in sufficient categories (3) Quality of service has a significant effect on customer satisfaction at Efo Auto Service Workshop.

Keywords: Consumer Satisfaction and Service Quality

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-*NYA* sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru**".

Penulisan skripsi ini dimaksud sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana (Strata-1), Fakultas Ekonomi pada Universitas Islam Riau Jurusan Manajemen. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, karena keterbatasan-keterbatasan yang ada pada penulis. Walaupun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat bimbingan, pengarahan serta motivasi dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak **Prof.Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCL** selaku Rektor Universitas Islam Riau
2. Bapak **Drs. H. Abrar, M.Si., Ak. CA**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
3. Bapak **Dr. Firdaus, AR, SE.,M.Si. Ak. CA**, selaku Wakil Dekan 1 dan Ibu **Dr. Eva Sundari,SE.,MM.,CRBC** selaku Wakil Dekan II.
4. Bapak **Azmansyah, SE.,M.Econ** selaku Ketua Program Studi dan Ibu **Yul Efnita SE.MM** selaku wakil ketua Program Studi.
5. Bapak **Drs. Syahdanur, M.Si** selaku dosen pembimbing I dan Ibu **Dr. Eva Sundari, SE., MM.,CRBC** selaku dosen pembimbing II yang telah

memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis sehingga karya ilmiah ini selesai.

6. Seluruh dosen pengajar dilingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dibidangnya kepada penulis.
7. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang selama ini memberikan kemudahan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Yang paling spesial untuk kedua orang tua penulis Ayahanda Alm. H. Darson dan Ibunda Noviarti yang selalu dan setiap saat tidak pernah lelah memberikan dukungan, nasihat, sayang-nya, serta do'a kepada penulis. Terima kasih sudah menjadi orang tua terbaik.
9. Abang serta kakak ipar saya yang penulis sayangi dr. Verdi Gunawan dan dr. Ayu Rara Amelia, Dano Alvandi dan Susana Oktaria dan kedua ponakan yang saya sayangi Darrel Muhammad Rayyanka dan Danesh Darson Alvandi terima kasih untuk do'a dan kasih sayangnya.
10. Terima kasih juga kepada Ibu Sustriyani dan karyawan-karyawan Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru yang telah mengizinkan saya meneliti di perusahaan tersebut.
11. Sahabat-sahabat penulis Mardatillah Prabes, Yuli Armianti, Nia Lisna, Rima Tri Hastuti, yang selalu ada dan memberikan motivasi serta dukungan kepada penulis.
12. Kepada sahabat penulis yang dari SD sampai SMA selalu bersama Nelvira Dara Shandy, Ristia Afrilia, Vivia Setriastiti, Ridho Ricardo, yang sudah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

13. Kepada semua teman-teman seperjuangan angkatan 2014 manajemen yang tidak bisa disebutkan satu persatu khususnya Manajemen A terima kasih telah menjadi motivasi bagi penulis.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungannya. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT, Amin.

Pekanbaru, 17 Maret 2019

Citra Yuandani
145210178

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR ISI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Perumusan Masalah 7

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian 8

BAB II. TELAAH PUSTAKA

2.1. Jasa 10

2.1.1. Definisi Jasa 10

2.1.2. Karakteristik Jasa 11

2.1.3. Macam – Macam Jasa 13

2.2. Manajemen Pemasaran Jasa 14

2.3. Kualitas Pelayanan 15

2.3.1. Definisi Kualitas Pelayanan 15

2.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan 17

2.3.3. Mengelolah Kualitas Pelayanan 21

2.3.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan..... 22

2.3.5. Tujuan Dan Fungsi Pelayanan 23

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.3.6. Indikator Kualitas Pelayanan Jasa 23

2.4.Kepuasan Pelanggan 25

2.4.1. Definisi Kepuasan Pelanggan 25

2.4.2. Dimensi Kepuasan Pelanggan 28

2.4.3. Dimensi, Atribut atau Faktor Mengevaluasi Kepuasan Konsumen 28

2.4.4. Manfaat Kepuasan Pelanggan 31

2.4.5. Strategi Kepuasan Pelanggan 32

2.4.6. Ciri-ciri Konsumen Yang Puas 34

2.4.7. Indikator Kepuasan Konsumen 35

2.5. Penelitian Terdahulu 36

2.6. Kerangka Berfikir 37

2.7. Hipotesis Penelitian 38

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Objek Penelitian 40

3.2. Operasional Variabel 40

3.3. Populasi dan Sampel 41

3.4. Jenis dan Sumber Data 43

3.5. Teknik Pengumpulan Data 43

3.6. Teknik Analisis Data 45

3.7. Analisis Regresi Linier Berganda 45

3.8. Uji F (uji simultan) 46

3.9. Uji T (uji parsial) 46

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.10. Koefisien Determinasi 47

3.11. Uji Validitas dan Reliabilitas 47

BAB IV. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1. Sejarah Bengkel Efo Auto Service 49

4.2. Struktur Organisasi 50

4.3. Job Description 51

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden 53

5.1.1. Jenis Kelamin 53

5.1.2. Usia Responden 54

5.1.3. Pendidikan Terakhir 54

5.1.4. Pekerjaan Responden 55

5.2. Deskripsi Variabel Penelitian 55

5.2.1. Analisis Kualitas Pelayanan 55

5.2.2. Analisis Kepuasan Pelanggan 63

5.3. Hasil Pengujian Instrumen 64

5.3.1. Hasil Uji Validitas 65

5.3.2. Hasil Uji Reliabilitas 66

5.4. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 66

5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda 66

5.4.2. Uji F (uji simultan) 68

5.4.3. Uji T (uji parsial) 69

5.4.4. Koefisien Determinasi (R^2) 71

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.5. Pembahasan 71

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 74

6.2 Saran 75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

1.4. Rata-Rata Pendapatan dan Kunjungan Konsumen Per Bulan Bengkel Mobil Efo Auto Service Pekanbaru Bulan Januari - Desember 2017.. 4

2.1 Penelitian Terdahulu 36

3.1 Operasional Variabel..... 40

3.2 Kriteria Interprestasi Skor..... 45

5.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin..... 53

5.2 Responden Berdasarkan Tingkat Umur..... 54

5.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 54

5.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 55

5.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Bukti fisik *(Tangible)* Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru..... 56

5.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Keandalan *(Reability)* Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru..... 57

5.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Daya Tanggap *(Responsiveness)* Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru..... 58

5.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Jaminan *(Assurance)* Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru..... 59

5.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Empati *(Emphaty)* Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru..... 60

5.10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru..... 61

5.11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru 63

5.12 Hasil Uji Validitas..... 65

5.13 Hasil Uji Reliabilitas..... 66

5.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... 67

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.15 Hasil Uji F (simultan)..... 68
5.16 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)..... 71

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran..... 38
4.1 Struktur Organisasi Bengkel Efo Auto Service..... 51

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Alat transportasi mobil saat ini sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat terutama kalangan menengah keatas. Hal ini menyebabkan perkembangan otomotif khususnya mobil di Indonesia mengalami kemajuan setiap tahunnya. Perusahaan mobil didunia kerap memproduksi mobil dengan jenis baru dan jumlah besar untuk dipasarkan. Respon positif dari konsumen Indonesia dalam membeli mobil sebagai transportasi dalam berpergian atau aktivitas sehari-hari menjadi peluang bagi pebisnis otomotif.Jumlah pengguna transportasimobil ini semakin banyak terlihat dari jumlah mobil yang memadati jalan raya setiap harinya.

Pada kondisi tertentu, kendaraan mobil tersebut memerlukan perawatan atau perbaikan. Perawatan dan perbaikan kendaraan harus dilakukan agar umur pakai kendaraan lebih panjang atau paling tidak sama dengan umur pakai yang telah diprediksikan dan dirancang oleh pabrik pembuat. Meskipun demikian, perawatan dan perbaikan kendaraan bukan merupakan pekerjaan yang mudah. Hal tersebut memerlukan pengetahuan khusus.Berdasarkan hal tersebut, terbuka peluang bagi pihak lain yang memiliki kahlian dan peralatan kerja di bidang kendaraan bermotor (otomotif) untuk membuka usaha perbengkelan. Terjadilah transaksi antara orang yang membutuhkan perawatan atau perbaikan di bidang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

otomotif dan mereka yang memiliki keahlian serta peralatan di bidang tersebut. Hal ini dilakukan di bengkel otomotif.

Faktor keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Melayani konsumen dengan baik merupakan bukti bahwa perusahaan memiliki kualitas *attitude* yang baik dalam kinerjanya yang membuat konsumen merasa nyaman dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang baik bagi konsumennya.

Bisnis jasa harus mampu meningkatkan kepuasan konsumen yang dengan memfokuskan diri pada nilai produk dan jasa yang diberikan. Dengan memahami keinginan dan perilaku konsumen serta pasar sasaranya pemilik usaha memperoleh beberapa petunjuk yaitu bagaimana keinginan pembeli yang merupakan landasan bagi keberhasilan pemasaran. Kepuasan merupakan suatu fungsi dan kinerja harapan, jika kesan kinerja di berikan oleh pemilik usaha kurang memuaskan maka konsumen tidak akan puas tetapi jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen puas serta jika kinerja melebihi harapan konsumen maka konsumen akan sangat puas. Atas dasar tersebut setiap pemilik usaha harus menciptakan kepuasan konsumen dan memperoleh loyalitas dimana hal tersebut akan sangat membawa dampak bagi peningkatan dari pertumbuhan dunia usaha.

Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2013). Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Lupiyoadi, 2008). Upaya perbaikan sistem kualitas

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi kelangsungan bisnis. Menurut hasil riset Wharton Business School, upaya perbaikan ini akan menjadikan konsumen makin loyal kepada perusahaan (Lupiyoadi, 2008). Konsep dari kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat memberikan acuan pada penelitian ini, dimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan kembali ke perusahaan bengkel tersebut serta memberi rekomendasi kepada orang lain. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayana, karena kini semakin didasari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2015).

Bengkel Efo Auto Service terletak di jalan Tuanku Tambusai, Nangka Ujung merupakan jenis usaha jasa perbengkelan dan penjualan perlengkapan atau peralatan kendaraan (*spare part*). Fasilitas yang ditawarkan bengkel berupa penjualan, perawatan mobil, tune up, *body repair*, *spooring balancing*, *overhaul*, *spare parts*, *painting*, ganti oli, AC mobil, asesoris danvariasi.Perusahaan berupaya memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pengguna jasa perusahaan.Tujuan didirikan usaha jasa Bengkel Efo Auto Service adalah sebagai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pendukung untuk memenuhi kebutuhan jasa perbaikan dan peralatan kendaraan yang berkualitas sehingga pemilik kendaraan menjadi senang atau puas.

Perusahaan kendaraan Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada para konsumennya terutama pemilik kendaraan mobil di Kota Pekanbaru adalah melalui kegiatan pelayanan jasa yang berkualitas lebih baik dari pesaing. Kegiatan bisnis dari suatu perusahaan akan sukses apabila memperhatikan kepuasan konsumen, karena konsumen yang kecewa akan beralih pada penyediaan jasa lain yaitu pihak pesaing. Perkembangan penerimaan jasa kendaraan Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru selama tahun 2017 bisa dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Rata-Rata Pendapatan dan Kunjungan Konsumen Per BulanBengkel Mobil Efo Auto Service Pekanbaru Bulan Januari - Desember 2017

No	Bulan	Penerimaan Jasa Bengkel	Jumlah Konsumen	Jumlah Klem
1	Januari	Rp 269.850.000	581	1
2	Februari	Rp 204.546.000	519	1
3	Maret	Rp 313.402.000	546	2
4	April	Rp 202.396.000	624	1
5	Mei	Rp 231.703.000	651	1
6	Juni	Rp 321.051.000	778	1
7	Juli	Rp 262.686.000	570	2
8	Agustus	Rp 154.461.000	512	-
9	September	Rp 274.023.000	545	-
10	Oktober	Rp 200.000.000	604	1
11	November	Rp 264.717.000	666	2
12	Desember	Rp 290.232.000	764	1
Total		**Rp2.989.067..000**	**7.314**	**13**

Sumber : Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru, 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan dan konsumen Bengkel Efo Auto Service setiap bulannya berfluktuasi. Pendapatan disertai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

jumlah konsumen tertinggi bulan Juni yaitu sebesarRp 321.051.000, sedangkan pendapatan dan jumlah konsumen terkecil pada bulan Agustussebesar Rp 154.461.000 .Namun hal tersebut tidak menjaminbahwa pelanggan sudah puasdengan layananBengkel Efo Auto Service, karena dibalik banyaknya pelanggan masih ada pelangganyang kembali karena kurang puas (*job return*), rata-rata dalam 1 bulan ada 1pelanggan yang merasa kurang puas.

Pelanggan akan membandingkan layanan dan dukungan yang diberikanBengkel Efo Auto Service dengan layanan dan dukungan yang merekaharapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali lagi dan menjadi pelanggan yang setia serta akanmenceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain, sehingga jumlahpelanggan akan bertambah. Tetapi jikapelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan akan mengeluhkanketidakpuasannya tersebut kepada pihak Bengkel Efo Auto Service.Keluhan atau ketidakpuasan pelanggan seharusnya ditanggapi pihak bengkeldengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga pelangganakan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihakbengkel.

Kejujuran merupakan suatu hal yang penting bagi usaha seperti penyediajasa pelayanan yang diberikan kepada konsumen, ketika konsumen yangsedang melakukan perawatan mobil dalam pergantian onderdil mobilpenyedia jasa harus menggantinya sesuai permintaan konsumen. Sementaramemperluas pasar dengan mencari pelanggan baru, perusahaan tetap harusmelindungi usahanya dari serangan pesaing-pesaing yang selalu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

inginmerebut pelangganya, kepuasaan pelanggan adalah awal menciptakanpelanggan (Soedjas, 2014).

Pada dasarnya setiap perusahaan mengarahkan tujuannya untuk memperoleh keuntungan yang optimal dan menjalankan operasi perusahaan secara kontinyu. Namun, di era globalisasi sekarang ini, hal tersebut tidaklah mudah mengigat setiap perusahaan pada tingkat persaingan yang semakin ketat. Hal ini juga dirasakan oleh Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru, meningkatnya intensitas pesaing dan semakin banyaknya bermunculan pesaing menuntut perusahaan untuk senantiasa memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dari pesaing-pesaing mereka.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang lebih baik di dalam perusahaan diharapkan akan menciptakan kepuasan konsumen bagi para konsumen. Apalagi saat ini dimana perkembangan ekonomi yang pesat dan penawaran dalam bidang pembiayaan semakin banyak membuat masyarakat pekanbaru menapakkan tuntutan mereka terhadap pelayanan yang diterima, mereka tidak hanya melihat bagaimana cara kerja jasa suatu bengkel, tetapi juga cenderung memperlihatkan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam menentukan produk/jasa dari perusahaan bengkel mana yang nantinya akan mereka pilih sesuai keinginan para konsumen.

Kepuasan konsumen sendiri merupakan respon terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakannya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

setelah pemkaian jasa (Rangkuti, 2012). Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah presepsi mereka pada suatu perusahaan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Seperti yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari, seorang konsumen akan membandingkan antara persepsi mereka terhadap pelayanan suatu perusahaan dengan kelima dimensi kualitas pelayanan yang mereka alami.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka penulis sangat tertarik untuk meneliti, kemudian mencoba menuangkan ke dalam suatu karya ilmiah denga judul penelitian **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru".**

1.2 Perumusan Masalah

Keberhasilan kebijaksanaan pemasaran yang dijalankan oleh perumusan pada dasarnya diukur dari volume penjualan yang terealisir, semakin tinggi tingkat volume penjualan yang di capai semakin tinggi pula laba yang diperoleh perusahaan.Namun hal tersebut tidak menjaminbahwa pelanggan sudah puas dengan layanan Bengkel Efo Auto Service, karena dibalik banyaknya pelanggan masih ada pelangganyang kembali karena kurang puas (*job return*), rata-rata dalam 1 bulan ada 1 pelanggan yang merasa kurang puas.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, maka dapat di rumuskan sebagai berikut: "Apakah kualitas pelayanan berpengaruh

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

a. Untuk menganalisis kualitas pelayanan pada Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru.
b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Bagi perusahaan

   Peneliti ini dapat memberikan bahan masukan yang dapat dijadikan sarana dalam memberikan informasi mengenai kepuasan pelanggan agar perusahaan mengetahui kebutuhan dan keingginan pelanggan sehingga Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru ini dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan.

b. Bagi peneliti

   Penelitian ini dilaksanakan untuk memperaktikkan dan mengembangkan ilmu yang telah diajarkan selama dibangku kuliah dengan harapan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang dunia kerja, khususnya mengenai manajemen pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

c. Bagi pihak lain

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau masukan bagi penulis lain dalam melakukan penelitian objek maupun masalah yang sama dan mengembangkan penelitian di masa yang akan datang.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Jasa

2.1.1 Definisi Jasa

Jasa menurut Tjiptono (2015) adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Selanjutnya menurut Rangkuti (2012:26) jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan konsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerimaan jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Kotler (2013) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik atau sebaliknya. Berry dalam Lupiyodi (2011) mendefinisikan jasa sebagai tindakan, prosedur, aktivitas, proses-proses dan unjuk kerja yang tidak berwujud (*intangible*). Jasa bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.

Industri jasa cukup bervariasi. *Sektor pemerintah*, dengan pengadilannya, pelayanan ketenagakerjaan, rumah sakit, badan pemberi pinjaman militer, departemen kepolisian dan pemadam kebakaran, kantor pos, badan pembuatan

peraturan, dan sekolah, berada di usaha jasa. *Sektor nirlaba swasta*, dengan misimnya, badan amal, gereja, perguruan tinggi, yayasan, dan rumah sakit, berada dibisnis jasa. Sebagian besar sektor bisnis, dengan perusahaan penerbangannya, bank, biro servis computer, hotel, perusahaan asuransi, kantor konsultan hukum, kantor konsultan manajemen, praktek medis, perusahaan bioskop, perushaan yang memperbaiki pipa, dan perusahaan *real-estate*, berada di bisnis jasa.

2.1.2 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dengan barang. Karakteristik jasa tersebut adalah (Tjiptono, 2015):

1) *Intangibility* (tidak berwujud)

   Jasa merupakan suatu yang tidak berwujud, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Hal ini mengakibatkan pelanggan tidak dapat memprediksi hasilnya sebelum membeli jasa tersebut. Kesulitan untuk memprediksi suatu jasa membuat seseorang mencari bukti-bukti yang dapat menunjukkan kualitas suatu jasa. Kualitas suatu jasa dapat diprediksikan melalui tempat jasa tersebut diproduksi atau dihasilkan orang penghasil jasa, peralatan, alat komunikasi,simbol dan harga jasa tersebut.

2) *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

   Berbeda halnya dengan barang-barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan, melalui berbagai macam penjualan dan pada saat jasa diproduksi dan langsung mengkonsumsi jasa tersebut. Hal ini mengakibatkan kualitas jasa ditentukan oleh interaksi produsen dengan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pelanggan. Maka dari itu, efektivitas individu dalam menyampaikan jasa merupakan unsur yang penting dalam pemberian jasa.

3) *Variability* (bervariasi)

   Jasa sangat bervariasi karena sangat tergantung pada siapa yang menghasilkan, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Pembeli jasa menyadari tingginya variabilitas jasa dan biasanya mencari informasi atau membicarakannya dengan orang lain sebelum membeli suatu jasa. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas jasa, yaitu kerja sama/partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan dan beban kerja perusahaan.

4) *Perishability* (tidak tahan lama)

   Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian, bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Hal ini mengakibatkan kapasitas produksi menjadi faktor yang kritikal. *Perishability* juga berakibat pada manajemen permintaan terhadap jasa. Jika permintaan bersifat tetap, perusahaan tidak akan menghadapi masalah yang rumit. Tetapi jika permintaan berfluktuasi, maka perusahaan akan menghadapi masalah rumit, sehingga perusahaan perlu melakukan penyesuaian antara kapasitas produksi atau supply dengan permintaan.

2.1.3 Macam – Macam Jasa

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Macam–macam jasa seperti yang telah disebutkan diatas, dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1) *Personalized services*

   Adalah jasa yang sangat mengutamakan pelayanan orang dan perlengkapannya, seperti tukang cukur, salon kecantikan, laundry, foto. Sementara itu, yang sangat perlu diperhatikan dalam pemasaran jasa antara lain adalah, lokasi yang baik, menyediakan fasilitas dan suasana yang menarik, serta nama baik yang bersangkutan. Dalam marketing personal service diusahakan supaya timbul semacam patronage motive yaitu keinginan untuk menjadi langganan tetap. Contohnya patronage ini bisa timbul di dalam usaha laundri, karena kebersihan, pelayanan yang ramah tamah serta baik, dan sebagainnya.

2) *Financial services*

   Financial services terdiri dari :

   a) *Banking services* (Bank)
   b) *Insurance services* (Asuransi)
   c) *Investment securites* (Lembaga penanaman modal)
   d) *Public utility and Transportation services*.

   Perusahaan public utility mempunyai monopoli secara alamiah, misalnya perushaan listrik, air minum. Para pemakainya terdiri dari : Domestic consumer (konsumen lokal), Commercial and office (perkantoran dan perdagangan), Municipalities (kota praja, pemda). Sedangkan dalam transportation services, meliputi: angkutan kereta api, kendaraan umum,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pesawat terbang, dan sebagainya. Pelayanan disini ditunjukkan untuk angkutan penumpang dan angkutan barang.

3) *Entertainment*

Yang termasuk dalam kelompok ini adalah usaha-usah dibidang olahraga, bioskop, gedung-gedung pertunjukan, dan usaha-usaha hiburan lainnya. Metode marketing yang dipakai adalah system penyaluran langsung dimana karcis dijual di loket-loket.

4) *Hotel services*

Hotel merupakan salah satu sarana dalam bidang kepariwisataan. Dalam hal ini hotel perlu mengadakan kegiatan bersama dengan tempat-tempat rekreasi, hiburan, travel biro, dan sebagainya.

2.2Manajemen Pemasaran Jasa

Pemasaran merupakan aktivitas yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi setiap pertukaran yang dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler, 2013). Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain (Rangkuti, 2012). Layanan konsumen pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil kegiatan distribusi dan logistik. Dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Layanan konsumen meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pratransaksi, saat transaksi.

Manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2009) adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pelanggan yang unggul. Manajemen pemasaran bertugas mengkoordinasikan dan mengelola kegiatan-kegiatan pemasawan dengan baik dan benar. Selanjutnya menurut Tjiptono (2015) manajemen pemasaran adalah penerapan dari konsep pemasaran yang dilaksanakan manajer. Perusahaan harus merencanakan, menerapkan dan mengevaluasi sistem yang efektif dengan mengatur kegiatan pemasaran melalui manajemen pemasaran.

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Definisi dari kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa adalah tingkatkeunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkatkeunggulan tersebut untuk memenuhi keingginan pelanggan (Tjiptono, 2015).

Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggantentang inti dari pelayanan, yaitu pemberi pelayanan itu sendiri ataukeseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarangmulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukanlagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebihsenang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, dalamTasunar, 2016).

Menurut Wyckof dalam Lovelock (2011:335), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expedited service dan*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

received. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipresepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka jasa tersebut memiliki kualitas ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Kualitas pelayanan merupakan kunci sukses bagi perusahaan dalam menghadapi era kompetisi yang semakin tajam. Kualitas layanan adalah perbadingan dari harapan pelanggan dengan presepsi dari layanan nyata (*actual performance*) yang mereka terima (Parasuraman,1985). Kualitas layanan juga didefinisikan sebagai persepsi konsumen secara keseluruhan baik keunggulan dan kelemahan dari organisasi dalam layanannya (Taylor dan Baker, 1994).

Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapatdi tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidakberwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2013).Tidak ada satu pun produk baik fisik atau berdiri sendiri selalu ada aspekpelayanan yang menyertainya (Soedjas, 2014). Dalam usaha penyediajasa, pelayanan mejadi salah satu faktor yang diutamakan dalamperusahaan.

Sebenarnya tidaklah mudah mendefinisikan kualitas secara akurat. Dalam praktik, aspek ini bukan satu-satunya kualitas. Berdasarkan perspektif TQM (*total quality management*), misalnya kualitas dipandang secara luas dimana bukan hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan, dan sumber daya manusia. Hal ini jelas tampak dalam definisi yang dirumuskan secara rinci oleh Goesth Davis (2016:51), yaitu “kualitas sebagai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".

Definisi kualitas ini jelas berpusat pada pelanggan dimana pelanggan mempunyai kebutuhan dan pengharapan tertentu. Dan kita dapat mengatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila produk atau pelayanan penjualan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Beberapa pakar pemasaran seperti Parasuranman, Zeithaml dan Berry dalam Lupiyoadi (2008) melakukan penelitian khusus berhasil mengidentifikasikan sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa kesepuluh faktor tersebut yaitu meliputi :

1) *Reability*, merupakan dua hal pokok konsisten (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*Dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*), selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkut memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang telah disepakati.
2) *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3) *Compentence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4) *Acces*, meliputi kemudahan untuk dihubungkan dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, seluruh komunikasi perusahaan mudah dihubungi.
5) *Cortesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramatamahan yang dimiliki para personel (resepsionis, operator telepon).
6) *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam Bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7) *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya, kredibilitas mencangkup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi/contact personel dan interaksi dengan pelanggan.
8) *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi karamtamahan secara fisik/physical safety, keamanan financial/financial security dan kerahasiaan/confidentiality.
9) *Understanding/knowing the customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10) *Tangibles*, yaitu fisik dari jasa, berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, refresentasi fisik dari jasa.

Namun dalam perkembangan selanjutnya Parasuraman et al., Zeithaml dan Bitner dalam Lupiyoadi (2008) sampai pada kesimpulan bahwa kesepuluh dimensi kualitas pelayanan diatas dirangkum menjadi lima dimensi pokok yang terdiri :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1) Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan satu indicator yang paling konkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.
2) Kepercayaan (*reliability*), merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Menurut Lovelock, *reliability to perform the promised service dependably, this means doing it right, over a period of time*. Artinya, keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.
3) Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas alam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan.
4) Jaminan (*assurence*), mencangkup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5) Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati merupakan *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menepatkan dirinya pada situasi pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat kita lihat bahwa dalam menilai mutu jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan maka untuk memperoleh nilai yang benar-benar objektif dapat dilakukan dengan melakukan penilaian terhadap jawaban yang diberikan pelanggan atas faktor-faktor tersebut. Secara garis besar kualifikasi mutu yang diharapkan setiap konsumen adalah adanya keamanan, kenyamanan, ketepatan waktu, kecepatan dan pelayanan yang memuaskan.

Selain kelima dimensi yang dikemukkan oleh Parasuraman dalam bisnis jasa, sikap dan pelayanan *contac personel* merupakan aspek yang sangat penting dan menentukan kualitas jasa yang dihasilkan. Sehubungan dengan peran *contac personel*, setiap perusahaan memerlukan *service excellence*, yang dimaksud dengan *service excellence* pelanggan secara memuaskan (Lupiyoadi, 2008) secara garis besar ada 4 unsur pokok yaitu :

a) Kecepatan
b) Ketepatan
c) Keterampilan
d) Kenyamanan

2.3.3 Mengelolah Kualitas Pelayanan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Salah satu cara untuk menempatkan suatu perusahaan penyediaan jasa (jasa murni atau jasa pendukung) dari persaingannya adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dibandingkan dengan persaingan. Sebab, bila tidak mampu memberikan pelayanan yang lebih berkualitas, maka perusahaan akan berada diposisi yang tidak menguntungkan, seperti yang dikatakan Lovelock bahwa *poor quality place a firm asia tenggara competitive disadvanteage*. Kuncinya adalah dengan memenuhi atau melebihi harapan konsumen sasaran mengenai kualitas pelayanan tersebut.

Pengharapan konsumen dibentuk berdasarkan pengalaman mereka, saran teman-teman dan iklan yang disampaikan oleh perusahaan penyediaan jasa. Konsumen memiliki peruahaan penyediaan jasa berdasarkan pengharapan ini dan setelah menikmati jasa tadi mereka akan membandingkan dengan apa yang mereka harapkan, maka konsumen akan kehilangan minatnya terhadap perusahaan penyediaan jasa tersebut. Sebaliknya, bila jasa yang mereka nikmati memenuhi harapannya, maka cenderung akan memakai lagi jasa tersebut.

Oleh karena itu perusahaan penyediaan jasa perlu mengidentifikasi keinginan konsumen sasaran dalam kualitas jasa, hanya saja kita sadari bahwa kualitas jasa lebih sulit untuk didefinisikan dan dinilai dari pada kualitas produk. Meskipun demikian, konsumen tetap akan memberikan penilaian terhadap kualitas jasa atau pelayanan dan penyediaan jasapun perlu memahami juga bagaimana sebenarnya penghargaan konsumen itu sehingga dengan demikian mereka dapat merancang sistem pelayanan yang efektif.

2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kualitaspelayanan Wolkins dalam Tjiptono (2012) adalah:

1) Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan

   Langkah pertama yang harus dilakukan adalah melakukan riset mengidentifikasi determinan kualitas pelayanan yang penting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran.

2) Mengelola harapan pelanggan

   Semakin banyak janji yang diberikan, maka semakin besar pula harapan pelanggan yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan oleh perusahaan. Untuk itu ada satu hal yang dapat dijadikan pedoman yaitu jangan janjikan apa yang tidak bisa diberikan tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan.

3) Mengelola bukti

   Pengelolaan bukti kualitas pelayanan bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah pelayanan diberikan. Oleh karena itu pelanggan lebih cenderung memperhatikan fakta-fakta *tangible.*

4) Mengembangkan budaya kualitas

   Budaya kualitas merupakan sistem oraganisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus menerus. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur dan harapan.

2.3.5 Tujuan Dan Fungsi Pelayanan

Menurut Kotler (2013:88) tujuan dan fungsi pelayanan adalah:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1) Kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan.
2) Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan ternyata mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.

2.3.6 Indikator Kualitas Pelayanan Jasa

Penilaian kualitas pelayanan jasa dalam model Serqual didasarkan pada skala multi item yang dirancangkan untuk mengukur harapan dan presepsi pelanggan, serta gap di antara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa. Parasuraman, et al., (1985) pada penelitian awalnya mengidentifikasikan 10 dimensi pokok yaitu keandalan, daya tangap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kreadibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik. Namun pada penelitian berikutnya Pasuraman, et al., (1988) menyempurnakan dan merangkum 10 dimensi tersebut. Kompetensi, akses, kesopanan, kreadibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan.Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*). Dengan demikian terdapat 5 dimensi utama dalam menilai kualitas layanan, yaitu :

1) Bukti Fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Indikator nya yaitu :
   - ✓ Lokasi strategis

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

- ✓ Ruang tunggu yang nyaman
- ✓ Ruang bengkel yang rapi, dan bersih
- ✓ Memiliki peralatan yang modern

2) Kehandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Indikatornya yaitu :
   - ✓ Layanan yang diberikan sesuai prosedur
   - ✓ Jasa dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan
   - ✓ Bengkel berkenan dihati konsumen
3) Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Indikator nya yaitu :
   - ✓ Mengetahui kebutuhan konsumen
   - ✓ Memberikan layanan yang tepat
   - ✓ Mampu menyelesaikan keluhan pelanggan
4) Jaminan (*assurance*), yaitu mencangkup pengetahuan, kopensasi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan. Indikatornya yaitu :
   - ✓ Bengkel dapat dipercaya
   - ✓ Keamaan yang terjamin
5) Empati (*empathy*), yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian secara pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Indikatornya yaitu :
   - ✓ Memberikan perhatian yang maksimal

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

- ✓ Mengutamakan kepentingan konsumen

2.4 Kepuasan Pelanggan

2.4.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.

Definisi kepuasan konsumen menurut Kotler (2013) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.Untuk mengetahui masalah kepuasan konsumen terlebih dahulu harus didapati pengertian arti kepuasan itu sendiri.Kepuasan merupakan suatu respon emosi seseorang terhadap suatu hal yang tengah dihadapinya.Emosi berarti menunjukkan perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu hal.Kepuasan merupakan kebutuhan dasar yang dapat digambarkan sebagai suatu hal yang menyenangkan.

Sedangkan menurutIrawan (2012) kepuasan konsumen adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Sedangkan Menurut Kotler & Keller (2017), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menurut Schnaars dalam Tjiptono (2015), pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya:

a) Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi harmonis.
b) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
c) Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
d) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Tjiptono (2015) secara sederhana, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan dan ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Ekspektasi ini dapat berbentuk sebagai hasil pengaruh beraneka faktor, seperti iklan, pengalaman sebelumnya, janji wiraniaga, dan seterusnya. Setelah ia membeli dan mengkonsumsi produk tersebut, ia bakal mempersepsikan nilai yang didapatnya. Apabila persepsi tersebut lebih besar atau minimum sama dengan ekspektasi sebelum pembelian, maka ia puas. Bila tidak, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen pada akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan mereka.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Intinya kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara tingkat kepentingan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan presepsi konsumen. Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi purna beli dari konsumen dimana produk atau jasa yang dikonsumsi sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil sama ataupun melebihi harapan konsumen.

2.4.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2012:37) faktor-faktor yang mendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

a) Kualitas produk

Pelanggan puas kalau setelah membeli dan mengunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik

b) Harga

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

c) *Service quality*

Kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.Kualitas pelayanan merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang popular adalah *SERVEQUAL*.

d) *Emotional factor*

Pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emotional value* yang diberikan oleh *brand* atau produk tersebut.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

e) Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan

2.4.3 Dimensi, Atribut atau Faktor Mengevaluasi Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2015) sejumlah riset menunjukkan bahwa dimensi, atribut atau faktor yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kepuasan/ketidakpuasan terhadap produk manufaktur atau jasa cendrung berbeda. Untuk konteks manufaktur yang kerpa kali digunakan meliputi:

a) Kinerja (*performance),*karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli, misalnya kecepatan, bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan, kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.
b) Fitur (*Features),* yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti *dash board*, AC, *sound system*, dan lain sebagainya.
c) Keandalan *(Reability),* kemungkinan akan mengalami suatu kerusakan atau gagal pakai mislanya mobil tidak sering ngadat/macet/rewel/rusak.
d) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karekteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginanan konsumen. Contoh standar keamanan dan emisi pemerintah terpenuhi, seperti ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar dari mobil sedan.
e) Daya tahan (*durability),*berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis dan umur produk.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

f) Mudah diperbaiki (*serviceability),*meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.

g) Estetika (*aesthetics),* Daya tarik produk terhadap panca indra konsumen, misalnya model desain dan warna.

h) Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality),* yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena relatif minimnya pengetahuan pembeli akan atribut produk yang dibeli maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari harga, nama merek, iklan reputasi perusahaan, maupun Negara pembuatnya.

Sementara itu dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible, variable, inseparable,* dan *perishable,* konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor sebagai berikut:

a) Bukti fisik *(tangibles),* meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi

b) Keandalan *(reliability),* yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

c) Daya tanggan (*responsiveness),* yaitu keinginan para staff atau karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberika pelayanan dengan tanggap.

d) Jaminan (*assurance),* mencakup kemampuan, pengetahuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staff; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

e) Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.4.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2012) kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen serta memberikan berbagai manfaat seperti:

a) Berdampak positif pada loyalitas pelanggan
b) Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling,* dan *up-selling*).
c) Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan).
d) Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
e) Meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok).
f) Rekomendasi gethok tular positif.
g) Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions, brand extension*s, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan.
h) Meningkatkan bargaining power relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.4.5 Strategi Kepuasan Pelanggan

Rangkuti (2012) tujuan dari strategi kepuasan pelanggan adalah untuk membuat agar pelanggan tidak mudah pindah ke pesaing. Strategi-strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan adalah:

a) Strategi *Relationsip Marketing*

Dalam strategi ini, hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan bersifat berkelanjutan dan tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, perusahaan menjalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga terjadi bisnis ulang.

Agar *relationship marketing* dapat diimplementasikan, perlu dibentuk database pelanggan, yaitu daftar nama pelanggan yang dianggap perlu oleh perusahaan untuk terus membina hubungan yang baik dalam jangka panjang. Dengan tersedianya informasi mengenai nama pelanggan, frekuensi dan jumlah pembelian, perusahaan diharapkan dapat memuaskan pelanggannya yang pada gilirannya menimbulkan loyalitas pelanggan. Tetapi perlu diperhatikan bahwa dampak kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan berbeda-beda untuk setiap perusahaan. Pelanggan yang loyal belum tentu puas, tetapi pelanggan yang puas cenderung loyal.

b) Strategi*Unconditional Guarantees / Extraordinary Guarantees*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Strategi memberikan garansi atau jaminan istimewa secara mutlak yang dirancang untuk meringankan resiko kerugian dipihak pelanggan. Garansi tersebut menjanjikan kualitas prima dan kepuasan pelanggan yang optimal sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi. Caranya dengan memberikan komitmen untuk kepuasan pelanggan yang pada gilirannya menjadi sumber penyempurnaan mutu produk atau jasa dan akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai kinerja lebih baik daripada sebelumnya.

c) *Superior Customer Service*

Ini adalah strategi menawarkan pelayanan lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Dana yang besar, sumber daya yang handal, dan usaha yang gigih diperlukan agar perusahaan dapat menciptakan pelayanan yang superior. Yang sering terjadi adalah perusahan menawarkan *customer service* yang lebih baik tetapi memberi harga yang lebih tinggi pada perduk-produknya. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, penyedia jasa atau produk dapat merancang garansi tertentu.Dalam hal ini, perusahaan memiliki peluang yang luar biasa amat luas. Sehingga pelanggan pengguna jasa atau produk akan senang menggunakan jasa atau produk tertentu.

d) Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan

Perusahaan menerapkan strategi yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan komunikasi, *salesmanship* dan *public relation* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasukkan unsur kemampuan memuaskan pelanggan kedalam sistem penilaian prestasi karyawan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

e) Strategi Penanganan Keluhan yang Efektif

Ini adalah strategi menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat, dimana perusahaan harus menjunjukkan perhatian, keprihatinan, dan penyesalan atas kekecewaan pelanggan tersebut agar mau kembali membeli produk atau jasa perusahaan tersebut. Proses penanganan keluhan pelanggan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas.

Menurut Tjiptono (2015) keterlibatan manajemen puncak dalam menangani keluhan pelanggan juga memberikan dampak positif. Hal ini dikarenakan pelanggan lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki kekuasaan atau wewenang untuk mengambil keputusan dan tindakan dalam memecahkan masalah mereka. Setidaknya terdapat empat aspek penanganan keluhan yang penting yaitu:

a) Empati pada pelanggan yang marah.
b) Kecepatan dalam penanganan keluhan.
c) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan/keluhan.
d) Kemudahan dalam pelanggan untuk menghubungi perusahaan (penyedian jasa).

2.4.6 Ciri-ciri Konsumen Yang Puas

Kotler, (2013) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

a) Loyal terhadap produk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama

b) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth communication) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

c) Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

2.4.7 Indikator Kepuasan Konsumen

Mardikawati dan Farida (2013) berpendapat bahwa indikator kepuasan konsumen jasa transportasi yaitu:

a. Kesesuaian layanan dengan yang diharapkan, dalam hal ini berkaitan dengan persepsi pelanggan apakan kualitas jasa yang diterimanya sesuai atau tidak dengan yang dijanjikan penyedia jasa terhadap harapan pelanggan.
b. Kesesuaian layanan dengan tarif yang dibayarkan, dalam hal ini berkaitan dengan persepsi pelanggan atas apa yang mereka rasakan apakah layanan yang mereka terima sesuai dengan biaya atau tarif yang telah mereka bayarkan untuk mengkonsumsi layanan tersebut..
c. Kepuasan pelanggan akan layanan yang ditawarkan, dalam hal ini berkaitan dengan persepsi puas atau tidaknya pelanggan atas layanan yang ditawarkan dibandingkan dengan penyedia jasa lainnya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menurut teori Kotler dalam Suwardi (2011), menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari:

a. *Re-purchase* : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
b. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
c. Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
d. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama: membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

2.5 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai sumber referensidalam penelitian ini, dapat dilihat seperti uraian dibawah ini:

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Ajisaka mobil service Kudus Edy Mulyanto (2016)	Variabel Bebas (X) Kualitas Pelayanan Variabel Terikat (Y) Kepuasan Konsumen	Variabel bukti fisik memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan bengkel ajisaka mobil service kudus
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar Danesh Aulia Rahman (2016)	Variabel Bebas (X) Kualitas Pelayanan Variabel Terikat (Y) Kepuasan Konsumen	Kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pemakaian Jasa Servis Pada Bengkel Toyota Auto 2000 Jakarta Ade Bagus Rangga Bhuana (2015)	Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan (X) Niat Pemakaian Ulang Jasa Servis (Y)	Bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan pelayanan jasa servis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pemakaian ulang jasa servis
4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi pada bengkel mobil sucipto service di palembang) Aditama Kusuma Atmaja (2015)	Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
5	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan BengkelMr. Montirtm Citayam Abdur Rohman (2015)	Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh tinggi atau rendahnya kualitas pelayanan sebesar 69,7%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

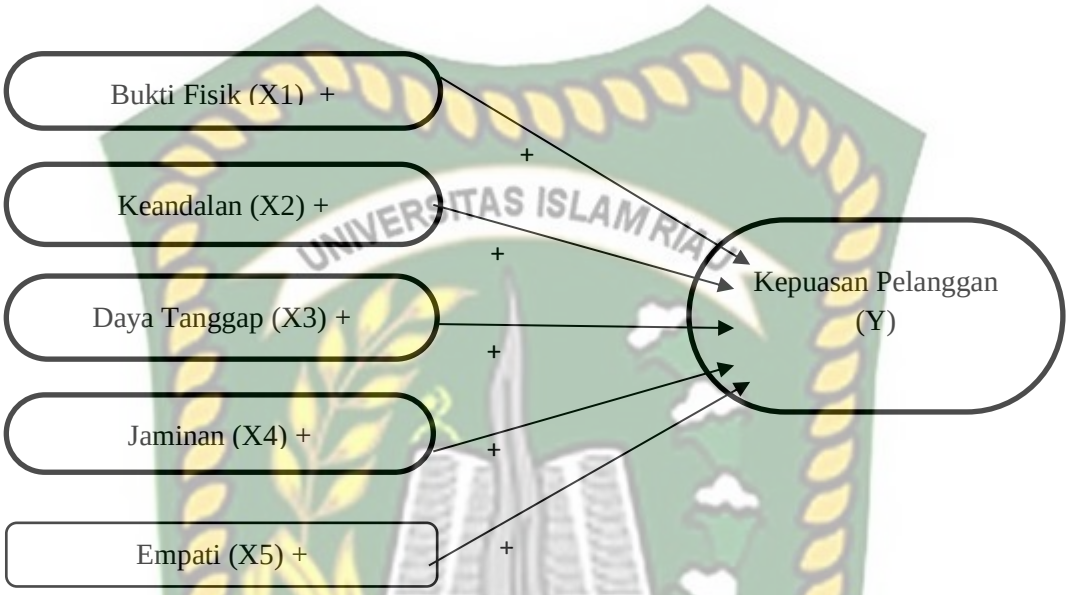
2.6 Kerangka Berfikir

Kepuasan konsumen merupakan tujuan dari pemasaran produk maupun jasa. Apabila pelanggan sering melakukan pembelian maupun service kembali secara berulang maka ada faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.Berdasarkan pada dimensi kualitas jasa, terdapat lima kriteria penentu kualitas pelayanan yaitu : bukti fisik (t*angibles*), keandalan (*reliability*), daya tangap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Mengacu pada pengambaran dimensi kualitas pelayanan yang diterima dan dirasakan oleh konsumen yang selanjutnya mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen tersebut.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Maka berdasarkan kelima unsur kualitas pelayanan diatas akan mendasari kerangka pemikiran ini, sebagai berikut:

Gambar 2.1Kerangka Penelitian



Sumber: Parasuraman, 1985

2.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2014).

Berdasarkan latar belakang masalah perumusan masalah maka dapat di buat hipotesis sebagai berikut :"Diduga *Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Efo Auto Service*"

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Adapun lokasi yang dipilih untuk penelitian adalah Bengkel Efo Auto Service yang beralamatkan di Jalan Tuanku Tambusai / Nangka Ujung Kota Pekanbaru. Dan objek yang di teliti dalam penelitian ini. Adapun pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru merupakan objek dalam penelitian ini.

3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan	1. Bukti fisik *(Tangible)*	• Lokasi strategis • Ruang tunggu • Ruangan bengkel bersih dan rapi • Memiliki peralatan yang modern	Ordinal
		2. Kehandalan *(Reability)*	• Layanan diberikan sesuai prosedur • Jasa dilakukan sesuai waktu yang dijanjikan • Bengkel berkenan di hati konsumen	
		3. Daya Tanggap *(Responsiveness)*	• Mengetahui kebutuhan konsumen • Memberikan layanan yang tepat • Mampu menyelesaikan keluhan pelanggan	
		4. Jaminan *(Assurance)*	• Bengkel dapat dipercaya • Keamanan	

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		5. Empati *(Emphaty)*	• Memberikan perhatian yang maksimal • Mengutamakan kepentingan konsumen	
2	Kepuasan Pelanggan		• *Re-purchase* (membeli kembali produk atau jasa di perusahaan tersebut) • *Word-of-Mouth* (mengatakan hal-hal yang baik) • Menciptakan Citra Merek • Pembelian produk lain pada perusahaan	Ordinal

Sumber: Tjiptono (2004), Kotler (2009), Zeithaml dan Bitner (2003).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang memiliki karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama, untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Efo Auto Service sebanyak 7.314 orang.

Penelitian ini membutuhkan sampel. Menurut Sugiyono (2014) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian inijumlah populasi yang ada sangat banyak sehingga sulit diketahui jumlahnya, sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability* sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dipilih menjadi sampel dan dengan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono 2014).Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Efo Auto Service minimal menggunakan jasa servis dari bengkel sebanyak 3 (tiga) kali.

Jumlah sampel dalam penelitian diambil dengan rumus slovin, dengan perhitungan sebagi berikut:

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

$$n = \frac{7314}{1 + 7314(0{,}01)}$$

$$n = \frac{7314}{1 + 73{,}14}$$

$$n = \frac{7314}{74{,}14}$$

n= 98,65

Untuk memudahkan penelitian sampel yang diguankan di bulatkan menjadi 100 orang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.3.1 Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara melakukan penyebaran kusioner kepada responden. Metode yang dapat digunakan untuk pengumpulan data primer yaitu melalui wawancara, penyebaran kusioner, dan observasi secara langsung kepada individu atau perseorangan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.3.2 Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung dari sumbernya, akan tetapi data hasil olahan dari pengambilan data primer. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain dari penelitian terdahulu, media cetak (surat kabar dan majalah), dan media elektronik (internet)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Wawancara

Teknik wawancara untuk mendukung akurasi dan kelengkapan kusioner tersebut. Wawancara juga digunakan untuk memperluas pandangan peneliti tentang data-data lain yang tidak terfprmulasi dalam kuesioner. Namun, akan memiliki implikasi strategis bagi perusahaan, sehingga layak untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Selain itu wawancara juga digunakan untuk melengkapi data yang terkumpul melalui kuesioner.

b. Kuesioner

Metode pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner dimana nantinya data yang diperoleh dapat diolah dan memberikan daftar pertanyaan tertutup dan terbuka kepada responden dimana selanjutnya responden diminta untuk mengisi pertanyaan tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup dalam kuesioner tersebut menyajikan sebuah pertanyaan yang harus ditanggapi oleh responden secara terstruktur dibarengi dengan bentuk pertanyaan terbuka yang diungkapkan dengan tertulis.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert, yang secara umum merupakan teknik pemberian skor dalam kuesioner penelitian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2014). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban responden diberi skor, misalnya:

1) Jika memilih jawaban Sangat Setuju (SS), maka diberi nilai 5
2) Jika memilih jawaban Setuju (S), maka diberi nilai 4
3) Jika memilih jawaban Cukup Setuju (CS), maka diberi nilai 3
4) Jika memilih jawaban Tidak Setuju (TS), maka diberi nilai 2
5) Jika memilih jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), maka diberi nilai 1

Dengan demikian interval kelas= $\frac{5-1}{5}$ =0,8, kemudian dapat disusun kriteria interprestasi skor, sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kriteria Interprestasi Skor

No	Kriteria	Skor
1	Sangat Setuju	4,21-5,00
2	Setuju	3,41-4,20
3	Cukup Setuju	2,61-3,40
4	Tidak Setuju	1,81-2,60
5	Sangat tidak Setuju	1,00-1,80

Sumber : Sugiyono (2014)

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan yang telah dikumpulkan menjadi data yang dikelola, yang dalam prosesnya diterapkan teknik statistik tertentu. Dalam menguji hasil yang di dapat dari kuesioner dilakukan yang mencakup uji validitas dan reliabilitas data, uji f, uji t dan uji koefisien determinasi (R^2).

3.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linearberganda dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen(X) dengan variabel dependen (Y)apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.Formula regresi linear berganda sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + e}$$

Dimana :

Y = Variabel kepuasan konsumen (variabel dependen)
X1 = Bukti fisik
X2 = Keandalan
X3 = Daya tanggap
X4 = Jaminan
X5 = Empati
a = konstanta
b = Koefisien regresi, besaran response yang ditimbulkan oleh prosedur.

3.7 **Uji F (uji simultan)**

Uji F digunakan untuk membuktikan apakah X = variabel bebas secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Y = variabel terikat. Menurut Priyanto (2008) untuk mengetahui signifikan analisis variasi regresi, dilakukan perbandingan antara nilai F hitung regresi dengan F tabel, dengan kriteria sebagai berikut:

a) Jika F hitung > F tabel 5%, maka Ho ditolak dan Ha diterima, berarti bahwa secara simultan variabel X berpengaruh nyata terhadap variabel terikat Y.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

b) Jika F hitung < F tabel 5%, maka Ho diterima dan Ha ditolak, berarti bahwa secara simultan variabel bebas X tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat Y

3.9 Uji T (uji parsial)

Uji T ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen persepsi konsumen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y), signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Adapun tingkat signifikan yang dipakai dalam penelitian ini adalah 5%. Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung,dengan ketentuan:

a) Jika t hitung > t tabel, maka terdapat pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat.
b) Jika t hitung < t tabel, maka terdapat pengaruh yang lemah antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.10.Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya nilai Koefisien Determasi adalah $0 < R^2 < 1$dimana Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Bila nanti mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2012).

3.11.Uji Validitas dan Reliabilitas

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

a) Uji Validitas

Untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dengan membandingkan nilai hitung (corrected item total correlation) dengan R tabel dengan ketentuan *Degree Of Freedom* (Df)=N-2, dimana N adalah jumlah sampel dengan A=5 %, kriteria untuk penilaian uji validitas sebagai berikut :

Rhitung > R tabel, maka pernyataan tersebut valid

Rhitung< R tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid

b) Uji realibilitas

Menurut Imam Ghazoli, (2012) uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden adalah konsisten atau stabil dari waktu kewaktu. Maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut.Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji Statistik Cronback Alpha (A). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Bengkel Efo Auto Service

Bengkel Efo Auto Service terletak di Jalan Tuanku Tambusai, Nangka Ujung kota Pekanbaru merupakan jenis usaha jasa perbengkelan dan penjualan perlengkapan atau peralatan kendaraan (*spare part*). Pada mulanya perusahaan menjalankan bisnisnya dengan peralatan seadanya, dan system pemberian upah secara persentase. Hingga akhirnya setelah diadakannya evaluasi, seluruh system kerja diubah secara total. Perubahan system secara total ini berdampak baik bagi perusahaan.

Dalam upaya memenuhi keinginan dan kepuasan konsumennya, Bengkel Efo Auto Service selaku perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa harus mampu dan sanggup memenuhi permintaan konsumen agar target menuai kepuasan konsumen dan menjalin relasi dengan konsumen terus berlanjut sebagai pembelijasa pada Bengkel Efo Auto Service. Oleh karena itu system kerja yang baik dan berorientasi kepuasan konsumen perlu disusun dan diterapkan sebaik mungkin agar dapat mencapai sasaran yang diinginkan.

Harapan ini tentu saja akan terwujud apabila diimbangi dengan upaya peningkatan kinerja yang lebih komprehensif dan menyeluruh terhadap lingkungan internal maupun eksternal. Acuan perusahaan dalam visi, misi, tujuan dan sasaran perusahaan dimasa datang dan penerapan strateginya harus selalu seiring sejalan. BengkelEfo Auto Service menerima berbagai macam tipe mobil, layanan service yang disediakan antara lain:

a. Service mobil
b. Menjualoli-oli Mobil
c. Service gardan
d. Gantioli
e. Pispot
f. Tune up
g. Reparasimobil
h. Gantivelg
i. Dll

4.2 StrukturOrganisasi

Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu kerangka organisasi yang merupakan garis tugas, wewenang, dan tanggungjawab yang harus dilakukan oleh segenap unsure organisasi itu sendiri, dalam rangka mencapai suatu tujuan perusahaan yang telah digariskan sebelumnya. Dalam penerapannya jenis struktur organisasi dari setiap perusahaan berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh faktor :

a. Besar kecilnya perusahaan bersangkutan
b. Luas atau sempitnya ruang gerak aktivitas perusahaan
c. Komplek tidaknya permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan

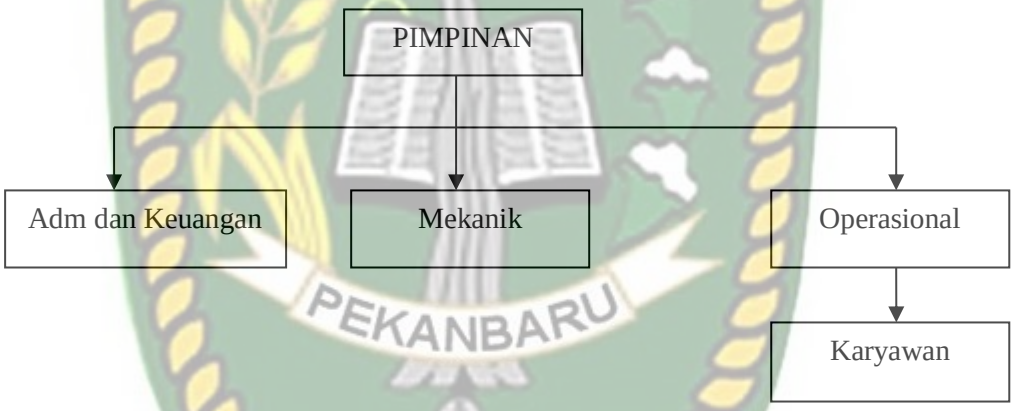
Dalam kondisi ini peranan pimpinan dituntut harus benar-benar mampu membaca kondisi perusahaan dan tingkat kebutuhan. Dalam menunjang keberhasilan atas tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan besar maupun kecil sangat memerlukan manajemen yang baik disamping faktor-faktor pendukung lainnya yang juga berperan penting dalam merealisasikan tujuan tersebut.

Manajemen yang baik dapat tertuang dalam struktur organisasi suatu perusahaan, karena dalam suatu struktur organisasi dapat menunjukkan suatu pola

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

tetap hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian, posisi-posisi maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang, dan tanggungjawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi. Selain itu, dengan adanya struktur organisasi yang baik, maka akan tercipta kerjasama dan hubungankerja yang serasiantaranggotaorganisasi dan antar bagian dalam organisasi. Adapun struktur organisasi yang terdapat pada Bengkel Efo Auto Service adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bengkel Efo Auto Service



Sumber: Bengkel Efo Auto Service, 2019

4.3 Job Description

Pembagian tugas wewenang dan tanggung jawab dari jabatan-jabatan yang terdapat di Bengkel Efo Auto Service adalah :

1. Pimpinan, Tugas dan tanggung jawab pimpinan adalah :
    a. Memimpin, mengatur, membina mengendalikan serta mengawasi seluruh pelaksanaan pelayanan jasa.
    b. Menetapkan kebijakan pada perusahaan
2. Administrasi-Keuangan,Tugas dan tanggung jawaba dministrasi-keuangan adalah :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

a. Mendata kendaraan yang masuk
b. Menghitung dan melaporkan hasil pendataan terhadap keuangan yang masuk dan keluar
c. Membuat data pelayanan jasa atas kendaraan yang masuk

3. Mekanik, Tugas dan tanggung jawabnya mekanik adalah melayani konsumen atas pelayanan service dan tune up pada kendaraan.
4. Bagian Oprasional Tugas dan tanggung jawab bagian operasiona ladalah :
   a. Mengevaluasi kinerja Karyawan
   b. Berorientasi meningkatkan kepuasan pelanggan
   c. Melakukan Promosi
   d. Mensuplai Barang/ Persediaan atas bahan
5. Karyawan, Tugas dan wewenang karyawan adalah melayani konsumen atas pelayanan jasa lainnya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan diuraikan secara deskriptif mengenai penyebaran data latar belakang responden (pelanggan) BengkelEfo Auto Service Di Pekanbaru yang terdiri dari berbagai perbedaan karakteristik. Karakteristik responden yang dibahas oleh penelitian ini meliputi: Jenis Kelamin, Umur, Pendidikan dan Pekerjaan.

5.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Klasifikasi responden berdasarkanJenis Kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	
		Orang	Persentase %
1.	Laki-Laki	73	73
2.	Perempuan	27	27
Jumlah		**100**	**100**

***Sumber* : Data Olahan, 2019**

Berdasarkan Tabel 5.1 terlihat bahwa rata-rata pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru adalah laki-laki. Hal ini dikarenakan pelanggan yang berjenis kelamin laki-laki lebih mengetahui tentang perawatan mobil seperti service, penggantian spare part, dll.

5.1.2 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Umur

Klasifikasi responden berdasarkan tingkat umur dapat dilihat pada tabel berikut:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur

No.	Usia Responden (Tahun)	Frekuensi	
		Orang	Persentase %
1.	18–30	19	19
2.	31 – 40	34	34
3.	41 – 50	29	29
4.	>50	18	18
Jumlah		**100**	**100**

***Sumber* : Data Olahan, 2019**

Berdasarkan Tabel 5.2 terlihat bahwa pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru di dominasi usia31–40 tahun. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut rata-rata pelanggan memiliki kendaraan pribadi sendiri dan sudah memahami dengan baik kualitas dari pelayanan yang diberikan perusahaan sehingga rata-rata memilih melakukan perawatan mobil di Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru.

5.1.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Klasifikasi responden berdasarkan tingkat pendidikan pelanggan Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.3 :Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Pendidikan	Frekuensi	
		Orang	Persentase %
1.	SD/Tidak Tamat SD	6	6
2.	SMP/Sederajat	5	5
3.	SMA/Sederajat	44	44
4.	Diploma III (D3)	9	9
5.	Sarjana	36	36
Jumlah		**100**	**100**

***Sumber* : Data Olahan, 2019**

Berdasarkan Tabel 5.3 dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat pendidikan pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru adalah SLTA/Sederajat sebanyak 44 orang atau 44%.

5.1.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Untuk mengetahui jumlah pelanggan Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat dari tabel 5.4 berikut ini:

Tabel 5.4: Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	
		Jumlah	Persentase %
1.	Mahasiswa	11	11
2.	Guru/Dosen/PNS	25	25
3.	Pegawai Swasta	14	14
4.	Wiraswasta	33	33
5.	Lainnya	17	17
Jumlah		**100**	**100**

***Sumber* : Data Olahan, 2019**

Berdasarkan Tabel 5.4 terlihat bahwa pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru lebih banyak yang bekerja sebagai Wiraswasta. Hal ini dikarenakan pelanggan tersebut cukup selektif dalam memilih tempat melakukan perawatan mobil.

5.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk mengukur masing-masing variabel, penulis membuat daftar pertanyaan yang akan dijawab oleh responden dalam bentuk kuesioner. Berikut ini akan dijelaskan secara garis besar variasi jawaban responden atas daftar pertanyaan dalam kuesioner kepada 100 orang responden.

5.2.1 Kualitas Pelayanan

Berikut ini akan disajikan hasil tanggapan responden terhadapvariabel kualitas pelayanan. Dimensi yang digunakan sebanyak 5 buah yaitu: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dari dimensi tersebut diperoleh beberapa indikator yang dibuat dalam bentuk pernyataan-pernyataan kepada responden dengan hasil sebagai berikut:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.2.2.1Bukti fisik *(Tangible)*

Bukti fisik *(tangible)* diukur dengan menggunakan 4 *item* pertanyaan. Berikut ini adalah rekapitulasi jawaban responden untuk mengukur bukti fisik *(tangible).*

Tabel 5.5:Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Bukti fisik (*Tangible*) Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban					Total	Rata-rata
			SS	S	CS	TS	STS		
1	Lokasi Bengkel Efo Auto Service sangat strategis	Jumlah	18	29	41	12	0	100	3.53
		Score	90	116	123	24	0	353	
2	Ruang tunggu yang disediakan Bengkel Efo Auto Service terasa nyaman	Jumlah	12	26	50	12	0	100	3.38
		Score	60	104	150	24	0	338	
3	Ruangan Bengkel Efo Auto Service selalu bersih dan rapi	Jumlah	16	36	27	21	0	100	3.47
		Score	80	144	81	42	0	347	
4	Bengkel Efo Auto Service memiliki peralatan service Mobil yang modern	Jumlah	28	33	28	11	0	100	3.78
		Score	140	132	84	22	0	378	
Rata-Rata									**3,54**

***Sumber* : Data Olahan, 2019**

Berdasarkan Tabel 5.5 menggambarkan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap bukti fisik *(tangible)* Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru sebesar 3,54 berada pada kategori setuju. Artinya pelanggan merasa bahwa bukti fisik Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru secara umum sudah baik. Berdasarkan jawaban responden dengan skor terendah pada pernyataan "Ruang tunggu yang disediakan Bengkel Efo Auto Service terasa nyaman".Hal ini mengindikasikan Ruang tunggu yang disediakan Bengkel Efo Auto Service perlu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

diperbaiki agar pelanggan merasa nyaman. Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan "Bengkel Efo Auto Service memiliki peralatan service Mobil yang modern". Hal ini mengindikasikan bahwa peralatan Bengkel Efo Auto Service sudah memenuhi standar dan sudah modern.

5.2.2.2Keandalan*(Reability)*

Keandalan *(reability)* diukur dengan menggunakan 3 *item* pertanyaan. Berikut ini adalah rekapitulasi jawaban responden untuk mengukur keandalan *(reability).*

Tabel 5.6 :Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Keandalan (*Reability*) Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban					Total	Rata-rata
			SS	S	CS	TS	STS		
1	Layanan diberikan Bengkel Efo Auto Service kepada pelanggan sesuai prosedur yang ada	Jumlah	19	29	38	14	0	100	3.53
		Score	95	116	114	28	0	353	
2	Jasa yang diberikan Bengkel Efo Auto Service sesuai waktu yang dijanjikan	Jumlah	14	34	42	10	0	100	3.52
		Score	70	136	126	20	0	352	
3	Bengkel Efo Auto Service berkenan di hati konsumen	Jumlah	10	26	47	17	0	100	3.29
		Score	50	104	141	34	0	329	
Rata-Rata									3,45

***Sumber* : Data Olahan, 2019**

Berdasarkan Tabel 5.6 menggambarkan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap keandalan *(reability)* Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbarusebesar 3,45 berada pada kategori setuju. Artinya pelanggan merasa bahwa Bengke lEfo Auto Service Di Pekanbaru dapat diandalkan untuk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

melakukan perawatan mobil. Berdasarkan jawaban responden dengan skor terendah pada pernyataan "Bengkel Efo Auto Service berkenan di hati konsumen". Hal ini mengindikasikan Bengkel Efo Auto Service perlu mengambil hati konsumen agar lebih puas terhadap jasa yang ditawarkan. Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan "Layanan diberikan Bengkel Efo Auto Service kepada pelanggan sesuai prosedur yang ada". Hal ini mengindikasikan bahwa layanan yang diberikan Bengkel Efo Auto Service sudah sesuai prosedur yang ada.

5.2.2.3 Daya Tanggap *(Responsiveness)*

Daya Tanggap *(responsiveness)* diukur dengan menggunakan 3 *item* pertanyaan. Berikut ini adalah rekapitulasi jawaban responden untuk mengukur daya tanggap *(responsiveness).*

Tabel 5.7 :Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Daya Tanggap *(Responsiveness)* Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban					Total	Rata-rata
			SS	S	CS	TS	STS		
1	Petugas Bengkel Efo Auto Service mengetahui kebutuhan konsumen	Jumlah	6	40	36	18	0	100	3.34
		Score	30	160	108	36	0	334	
2	Petugas Bengkel Efo Auto Service memberikan layanan yang tepat	Jumlah	12	24	42	22	0	100	3.26
		Score	60	96	126	44	0	326	
3	Petugas Bengkel Efo Auto Service mampu menyelesaikan keluhan pelanggan	Jumlah	12	25	57	6	0	100	3.43
		Score	60	100	171	12	0	343	
Rata-Rata									**3,34**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

***Sumber* : Data Olahan, 2019**

Berdasarkan Tabel 5.7 menggambarkan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap daya tanggap *(responsiveness)* Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru sebesar 3,34 berada pada kategori cukup setuju. Artinya pelanggan merasa bahwa pekerja Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru belum cukup tanggap terhadap keperluan pelanggan. Berdasarkan jawaban responden dengan skor terendah pada pernyataan "Petugas Bengkel Efo Auto Service memberikan layanan yang tepat". Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada beberapa kesalahan pekerja Bengkel Efo Auto Service dalam memberikan jasa kepada pelanggan. Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan "Petugas Bengkel Efo Auto Service mampu menyelesaikan keluhan pelanggan". Hal ini mengindikasikan bahwa pekerja Bengkel Efo Auto Service dapat menyelesaikan keluhan pelanggan mengenai jasa yang diberikan.

5.2.2.4 Jaminan *(Assurance)*

Jaminan *(assurance)* diukur dengan menggunakan 2 *item* pertanyaan. Berikut ini adalah rekapitulasi jawaban responden untuk mengukur jaminan *(assurance).*

Tabel 5.8:Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Jaminan *(Assurance)*BengkelEfo Auto Service Di Pekanbaru

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total	Rata-rata
		SS	S	CS	TS	STS		

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban					Total	Rata-rata
			SS	S	CS	TS	STS		
1	Bengkel Bengkel Efo Auto Service dapat dipercaya sebagai tempat untuk perawatan mobil	Jumlah	12	26	35	18	9	100	3.14
		Score	60	104	105	36	9	314	
2	Bengkel Efo Auto Service menjamin keamanan mobil yang ditangani	Jumlah	5	30	34	23	8	100	3.01
		Score	25	120	102	46	8	301	
Rata-Rata									**3,08**

***Suber* : Data Olahan, 2019**

Berdasarkan Tabel 5.8 menggambarkan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap jaminan *(assurance)* Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru sebesar 3,08 berada pada kategori cukup setuju. Artinya pelanggan merasa bahwa Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru belum memberikan jaminan terhadap jasa yang diberikan kepada pelanggan. Berdasarkan jawaban responden dengan skor terendah pada pernyataan "Bengkel Efo Auto Service menjamin keamanan mobil yang ditangani". Hal ini mengindikasikan Bengkel Efo Auto Service belum sepenuhnya menjamin keamanan mobil yang ditangani. Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan "Bengkel Bengkel Efo Auto Service dapat dipercaya sebagai tempat untuk perawatan mobil". Hal ini mengindikasikan bahwa Bengkel Efo Auto Service cukup terpercaya sebagai tempat untuk perawatan mobil.

5.2.2.5 Empati *(Emphaty)*

Empati *(emphaty)* diukur dengan menggunakan 2 *item* pertanyaan. Berikut ini adalah rekapitulasi jawaban responden untuk mengukur empati *(emphaty).*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.9:Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Empati *(Emphaty)* Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban					Total	Rata-rata
			SS	S	CS	TS	STS		
1	Petugas Bengkel Efo Auto Service memberikan perhatian yang maksimal kepada konsumen	Jumlah	19	36	25	12	8	100	3.46
		Score	95	144	75	24	8	346	
2	Petugas Bengkel Efo Auto Service mengutamakan kepentingan konsumen	Jumlah	9	30	41	17	3	100	3.25
		Score	45	120	123	34	3	325	
Rata-Rata									**3,36**

***Sumber* : Data Olahan, 2019**

Berdasarkan Tabel 5.9 menggambarkan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap empati *(emphaty)* BengkelEfo Auto Service Di Pekanbaru sebesar 3,36 berada pada kategori cukup setuju. Artinya pelanggan merasa bahwa pekerja Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru cukup berempati kepada kebutuhan pelanggan. Berdasarkan jawaban responden dengan skor terendah pada pernyataan "Petugas Bengkel Efo Auto Service mengutamakan kepentingan konsumen". Hal ini mengindikasikan Petugas Bengkel Efo Auto Service belum mengutamakan kepentingan konsumen. Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan "Petugas Bengkel Efo Auto Service memberikan perhatian yang maksimal kepada konsumen". Hal ini mengindikasikan bahwa Petugas Bengkel Efo Auto Service sudah memberikan perhatian kepada konsumen.

Tabel 5.10: Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban					Total	Rata-rata	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS			
			5	4	3	2	1			
1	Lokasi Bengkel Efo Auto Service sangat strategis	Jumlah	18	29	41	12	0	100	3.53	Setuju
		Skor	90	116	123	24	0	353		
2	Ruang tunggu yang	Jumlah	12	26	50	12	0	100	3.38	Cukup

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban					Total	Rata-rata	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS			
			5	4	3	2	1			
	disediakan Bengkel Efo Auto Service terasa nyaman	Skor	60	104	150	24	0	338		Setuju
3	Ruangan Bengkel Efo Auto Service selalu bersih dan rapi	Jumlah	16	36	27	21	0	100	3.47	Setuju
		Skor	80	144	81	42	0	347		
4	Bengkel Efo Auto Service memiliki peralatan service Mobil yang modern	Jumlah	28	33	28	11	0	100	3.78	Setuju
		Skor	140	132	84	22	0	378		
5	Layanan diberikan Bengkel Efo Auto Service kepada pelanggan sesuai prosedur yang ada	Jumlah	19	29	38	14	0	100	3.53	Setuju
		Skor	95	116	114	28	0	353		
6	Jasa yang diberikan Bengkel Efo Auto Service sesuai waktu yang dijanjikan	Jumlah	14	34	42	10	0	100	3.52	Setuju
		Skor	70	136	126	20	0	352		
7	Bengkel Efo Auto Service berkenan di hati konsumen	Jumlah	10	26	47	17	0	100	3.29	Cukup Setuju
		Skor	50	104	141	34	0	329		
8	Petugas Bengkel Efo Auto Service mengetahui kebutuhan konsumen	Jumlah	6	40	36	18	0	100	3.34	Cukup Setuju
		Skor	30	160	108	36	0	334		
9	Petugas Bengkel Efo Auto Service memberikan layanan yang tepat	Jumlah	12	24	42	22	0	100	3.26	Cukup Setuju
		Skor	60	96	126	44	0	326		
10	Petugas Bengkel Efo Auto Service mampu menyelesaikan keluhan pelanggan	Jumlah	12	25	57	6	0	100	3.43	Setuju
		Skor	60	100	171	12	0	343		
11	Bengkel Efo Auto Service dapat dipercaya sebagai tempat untuk perawatan mobil	Jumlah	12	26	35	18	9	100	3.14	Cukup Setuju
		Skor	60	104	105	36	9	314		
12	Bengkel Efo Auto Service menjamin keamanan mobil yang ditangani	Jumlah	5	30	34	23	8	100	3.01	Cukup Setuju
		Skor	25	120	102	46	8	301		
13	Petugas Bengkel Efo Auto Service memberikan perhatian yang maksimal kepada konsumen	Jumlah	19	36	25	12	8	100	3.46	Setuju
		Skor	95	144	75	24	8	346		
14	Petugas Bengkel Efo AutoService mengutamakan kepentingan konsumen	Jumlah	9	30	41	17	3	100	3.25	Cukup Setuju
		Skor	45	120	123	34	3	325		
Rata-Rata									3,38	Cukup Setuju

Sumber: Data Olahan, 2019

Berdasarkan Tabel 5.10menggambarkan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap kualitas pelayananBengkelEfo Auto Service Di Pekanbarusebesar 3,38 berada pada kategori cukup setuju. Artinyakualitas

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pelayanan Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru cukup baik menurut pelanggan.

5.2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan 4*item* pertanyaan. Berikut ini adalah rekapitulasi jawaban responden untuk mengukur Kepuasan Pelanggan.

Tabel 5.11:Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru

No	Pernyataan		Alternatif Jawaban					Total	Rata-Rata
			SS	S	CS	TS	STS		
1	Konsumen akan membeli kembali jasa Bengkel Efo Auto Service	Jumlah	15	27	31	27	0	100	3.30
		Score	75	108	93	54	0	330	
2	Konsumen mengatakan hal-hal baik tentang Bengkel Efo Auto Service kepada orang lain	Jumlah	13	21	50	16	0	100	3.31
		Score	65	84	150	32	0	331	
3	Konsumen tidak memperhatikan merek pesaing lainnya	Jumlah	11	27	37	25	0	100	3.24
		Score	55	108	111	50	0	324	
4	Konsumen akan membeli produk lain dari kel Efo Auto Service yang sama dimasa mendatang	jumlah	16	30	39	15	0	100	3.47
		Score	80	120	117	30	0	347	
Rata-Rata									**3,33**

Sumber **: Data Olahan, 2019**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan Tabel 5.11menggambarkan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru sebesar 3,33 berada pada kategori cukup setuju. Artinya pelanggan merasa cukup puas pada jasa yang diberikan Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru. Berdasarkan jawaban responden dengan skor terendah pada pernyataan "Konsumen tidak memperhatikan merek pesaing lainnya". Hal ini mengindikasikan Konsumen masih memperhatikan merek pesaing lainnya. Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan "Konsumen akan membeli produk lain dari bengkel Efo Auto Service yang sama dimasa mendatang". Hal ini mengindikasikan bahwa Konsumen bersedia membeli produk lain dari bengkel Efo Auto Service yang sama dimasa mendatang.

5.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data variabel Kualitas Pelayanan(X) dan Kepuasan Pelanggan(Y) yang menggunakan program SPSSversi 20, maka diperoleh nilai konstanta dan koefisien regresi sebagai berikut.

Tabel 5.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.033	.368		.090	.929
	Bukti_Fisik	.526	.095	.511	5.542	.000
	Keandalan	.381	.091	.346	4.167	.000
	Daya_Tanggap	.196	.100	.181	2.060	.043
	Jaminan	.209	.089	.214	2.351	.021
	Empati	.186	.088	.189	2.108	.038

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasrkan Tabel 5.12 dapat dijelaskan bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru, dengan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

Y= 0,033+ 0,526X1 +0,381X2 +0,196X3 +0,209X4 +0,186X5 +e

Dari hasil diatas dapat dijelaskan yaitu:

a. Nilai konstanta (a) sebesar 0,033, Artinya adalah apabila kualitas pelayanandiasumsikan nol (0), maka kepuasan pelangganbernilai 0,033.
b. Nilai koefisien regresi variabel buktifisiksebesar 0,526. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan buktifisiksebesar 1 (satu) satuan maka akan meningkat kepuasan pelanggansebesar 0,526.
c. Nilai koefisien regresi variabel keandalansebesar 0,381. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan keandalansebesar 1 (satu) satuan maka akan meningkat kepuasan pelanggan sebesar 0,381.
d. Nilai koefisien regresi variabel dayatanggapsebesar 0,196. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan dayatanggapsebesar 1 (satu) satuan maka akan meningkat kepuasan pelanggan sebesar 0,196.
e. Nilai koefisien regresi variabel jaminansebesar 0,209. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan jaminansebesar 1 (satu) satuan maka akan meningkat kepuasan pelanggan sebesar 0,209.
f. Nilai koefisien regresi variabel empatisebesar 0,186. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan empatisebesar 1 (satu) satuan maka akan meningkat kepuasan pelanggan sebesar 0,186.
g. Standar error (*e*) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

probabilitas. Standar error (*e*) mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukan dalam persamaan.

5.3.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh signifikan variabel bebas (X) secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 5.13 Uji Hipotesis Secara Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.642	5	7.928	25.895	.000[b]
	Residual	28.780	94	.306		
	Total	68.422	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen
b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati
Sumber: Data Olahan SPSS 209

Diketahui F hitung sebesar 25,895 dengan signifikansi (0,000). F tabel dapat diperoleh sebagai berikut:

F tabel = n – k – 1; k

F tabel = 100 – 5 – 1; 5

F tabel = 94; (Kolam ke 5 di tabel f)

F tabel = 2,31

Keterangan n : jumlah sampel

k : jumlah variabel bebas

1 : konstan

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai F hitung (25,895) > F tabel (2,31) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya adalah bahwa variabel

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

independen (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap,jaminan dan empati)secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel independen (kepuasan pelanggan). Dengan demikian diketahui bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

5.3.3 Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas X terhadap variabel terikat Y. Pengujian dilakukan dengan membandingkan t_{hitung}dengan t_{tabel} pada alpha 5% dan *degree of freedom* (df) = n-k-1 = 100-5-1 = 94. Nilai t tabel (α=5%; df=94) = 1,985. Hasil pengujian t hitung dan nilai probabilitas signifikan dapat dilihat pada Tabel 5.12.

Dari hasil diatas dapat dijelaskan hasil uji t sebagai berikut :

a. **Bukti fisik *(Tangible)***

   Diketahui t hitung (5,542) > t tabel (1,985) dan Sig. (0,000) < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel atau probabilitas signifikan < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bukti fisik *(tangible)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. **Kehandalan *(Reability)***

   Diketahui t hitung (4,167) > t tabel (1,985) dan Sig. (0,000) < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel atau probabilitas signifikan < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kehandalan *(reability)*berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. **Daya Tanggap *(Responsiveness)***

   Diketahui t hitung (2,060) > t tabel (1,985) dan Sig. (0,043) < 0,05. Hal ini

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

menunjukkan bahwa t hitung > t tabel atau probabilitas signifikan < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya daya tanggap *(responsiveness)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

d. **Jaminan *(Assurance)***

Diketahui t hitung (2,351) > t tabel (1,985) dan Sig. (0,021) < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel atau probabilitas signifikan < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya jaminan *(assurance)*berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

e. **Empati *(Emphaty)***

Diketahui t hitung (2,108) > t tabel (1,985) dan Sig. (0,038) < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel atau probabilitas signifikan < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya empati *(emphaty)*berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel tidak terikat yaitu kualitas pelayanan menjelaskan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Semakin kecil nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi yang semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel bebas yang digunakan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Hasil dari koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 5.16 berikut ini

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.14 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.761[a]	.579	.557	.55333	1.994

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati
b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen
Sumber:Data Olahan 2019

Berdasarkan Tabel 5.14 diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,579. Artinya adalah variabel terikat (kepuasan pelanggan)dapat dijelaskan oleh variabel bebas (kualitas pelayanan)sebesar 57,9% sedangkan sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5.4 Hasil Pengujian Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas)

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji kecukupan dan kelayakan data yang digunakan dalam penelitian. Data penelitian tidak bermanfaat apabila instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *korelasi pearson* dan uji reliabilitas dengan menggunakan *cronbach's alpha.*

5.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada taraf signifikansi 5 %. Jika r hitung > r tabel maka alat ukur yang digunakan dinyatakan valid dan sebaliknya, jika r hitung ≤ r tabel maka alat ukur

yang digunakan tidak valid. Nilai r tabel dapat diperoleh dengan persamaan N - 2 = 100- 2 = 98 = 0.196. Dan nilai r hitung yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 5.15 : Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Bukti Fisik (X_1)	X11	0.492	0.196	Valid
	X12	0.410	0.196	Valid
	X13	0.374	0.196	Valid
	X14	0.324	0.196	Valid
Keandalan (X_2)	X21	0.347	0.196	Valid
	X22	0.286	0.196	Valid
	X23	0.382	0.196	Valid
Daya Tanggap (X_3)	X31	0.479	0.196	Valid
	X32	0.445	0.196	Valid
	X33	0.435	0.196	Valid
Jaminan (X_4)	X41	0.332	0.196	Valid
	X42	0.332	0.196	Valid
Empati (X_5)	X53	0.663	0.196	Valid
	X51	0.663	0.196	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y_1)	Y11	0.540	0.196	Valid
	Y12	0.466	0.196	Valid
	Y13	0.686	0.196	Valid
	Y14	0.374	0.196	Valid

Sumber : **Data Olahan, 2019**

Dari Tabel 5.15 diketahui nilai r hitung seluruh *item* pernyataan variabel > 0.196. Artinya adalah bahwa *item-item* pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dinyatakan valid.

5.4.2 Uji Reliabilitas

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menurut Umar (2008:56), uji reliabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua menggunakan uji *cronbach's alpha*, yang nilainya akan dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas minimal yang dapat diterima. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuesioner yang digunakan sebagai indikator dari variabel. Jika koefisien alpha yang dihasilkan ≥ 0.60, maka indikator tersebut dikatakan reliabel atau handal (dapat dipercaya).

Tabel 5.16 :Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Kriteria/Nilai Batas	*Cronbach's* Alpha	Keterangan
1	Bukti Fisik	0.60	0,616	Reliabel
2	Keandalan	0.60	0,724	Reliabel
3	Daya Tanggap	0.60	0,641	Reliabel
4	Jaminan	0.60	0,697	Reliabel
5	Empati	0.60	0,787	Reliabel
6	Kepuasan Pelanggan	0.60	0,723	Reliabel

***Sumber* : Data Olahan, 2019**

Dari Tabel5.16 dapat diketahui nilai reliabilitas seluruh variabel ≥ 0.6. Artinya adalah bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliabel atau handal (dapat dipercaya). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *item-item*untuk kelima variabel sudah baik dan layak untuk dilakukan penelitian selanjutnya.

5.5 Pembahasan

Kepuasan konsumen merupakan tujuan dari pemasaran produk maupun jasa. Apabila pelanggan sering melakukan pembelian maupun service kembali secara berulang maka ada faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.Berdasarkan pada dimensi kualitas jasa, terdapat lima kriteria penentu kualitas pelayanan yaitu : bukti fisik (t*angibles*), keandalan (*reliability*), daya tangap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Mengacu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pada pengambaran dimensi kualitas pelayanan yang diterima dan dirasakan oleh konsumen yang selanjutnya mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen tersebut.

Kualitas menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Pelayanan sebuah kata bagi penyedia jasa yang harus dikerjakan dengan baik, oleh karena itu dalam suatu perusahaan harus memiliki strategi khusus untuk mengelola jasa dengan baik. Strategi khusus yang dimaksudkan mengenai tentang hal apa yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal itu berkaitan dengan kualitas pelayanan dimana kualitas pelayanan merupakan aspek terpenting untuk mencapai kepuasan pelanggan, untuk itu perlu dikaji tentang kualitas pelayanan secara menyeluruh.

Kualitas pelayanan Bengkel Efo Auto Service menurut konsumen cukup baik. Hal ini terlihat dari rata-rata tanggapan responden terhadap indikator dimensi kualitas pelayanan berkisar pada kategori tersebut. Demikian halnya dengan kepuasan pelanggan yang masih dalam kategori cukup setuju. Hal ini dipicu oleh kualitas pelayanan yang mereka rasakan saat melakukan pembelian jasa Bengkel Efo Auto Service.

Karena kualitas pelayan di bengkel Efo Auto Service menurut konsumen cukup baik, maka bengkel Efo Auto Service harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan bengkel Efo Auto Service yang berkfokus pada 5 (lima) dimensi kualitas pelayan yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Bengkel Efo Auto Service harus memperbaiki ruang tunggu untuk konsumen agar konsumen merasa nyaman. Dan cepat taggap dalam menanggapi keperluan yang diingikan oleh

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

konsumen atau pelanggan. Serta memberikan jaminan terhadap apa yang dikerjakan karyawan agar pelanggan merasa puas terhadap pelayan bengkel Efo Auto Service. Dan menekankan kepada karyawan agar bersikap empati kepada konsumen dengan berkomunikasi dengan baik dan sopan, dan melayani dengan sikap ramah kepada konsumen. Kemudahan dalam bertransaksi juga akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang lebih baik di dalam bengkel Efo Auto Service akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan akan menciptakan kepercayaan pada pelanggan untuk selalu menggunakan jasa dari bengkel Efo Auto Service. Seiring dengan puasnya pelanggan terhadap pelayan tersebut maka para pelanggan dengan sendirinya akan merekomendasikan suatu perusahaan tersebut kepada pelanggan lain yang ingin menggunakan jasa yang sama.

Berdasarkan pengujian yang dilakukan diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Efo Auto Servicedapat diterima. Hal dikarenakan nilai t hitung keseluruhan dimensi kualitas pelayanan lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Edy Mulyanto (2016), Danesh Aulia Rahman (2016), Abdur Rohman (2015) dan Aditama Kusuma Atmaja (2015) yang menunjukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh pendapat Kotler (2008:366) yang mengatakan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayaan terhadap kepuasaan konsumen pada Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru yaitu sebanyak 7.314 orang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada bagian ini dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Kualitas pelayanan merupakan kunci suskes bagi perusahaan dalam menghadapi era kompetisi yang semakin tajam. Semakin bagus kualitas pelayanan disuatu perusahaan maka akan meningkatkan kepuasaan pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan perusahaan tersebut. Konsumen akan dengan sendirinya datang kembali menggunakan jasa tersebut dan senang hati akan merekomendasikan pada pelanggan lain yang menggunakan jasa yang sama.
2. Kualitas pelayanan Bengkel Efo Auto Service dinilai konsumen cukup baik, terlihat dari rata-rata tanggapan responden berkisar pada kategori cukup setuju. Karena masih berada pada kategori cukup setuju maka Bengkel Efo Auto Service hendaknya lebih memperhatikan kualitas pelayanannya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Variabel kepuasan konsumen Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru masih kurang maksimal, terlihat dari rata-rata tanggapan responden berkisar pada kategori cukup setuju.
4. Berdasarkan hasil analisis linier berganda, uji T dan Uji F variable bukti fisik (*Tangible*), kehandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty)* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Efo Auto Service. Dan secara parsial variable bukti fisik (*Tangible*), kehandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty)* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Efo Auto Service. Hasil Koefisien Determinasi menunjukkan hasil 0,579 artinya variabel terikat (kepuasan pelanggan) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (kualitas pelayan) 57,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran antara lain sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian variabel jaminan (*Assurance*) memiliki nilai rata-rata paling rendah dari kelima dimensi kualitas pelayanan, pihak Bengkel Efo Auto Service sebaiknya selalu memperhatikan hal-hal apa- apa saja yang menyebabkan kurangnya jaminan terhadap mobil yang ditangani oleh pihak Bengkel Efo Auto Service. Dan diharapkan kepada pimpinan Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru agar meningkatkan kualitas

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pelayanan yang diberikan. Misalnya dengan menekankan kepada karyawan agar bersikap empati dengan konsumen seperti berkomunikasi dengan baik dan sopan, melayani dengan sikap yang ramah, serta menghargai pelanggan.

2. Kepada pimpinan diharapkan untuk selalu memberikan dorongan kepada karyawannya dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing agar bisa memberikan pelayanan kepada pelanggan lebih baik lagi.
3. Manajemen perusahaan Bengkel Efo Auto Service harus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan cara melatih karyawan agar dapat melayani pelanggan dengan ramah, cepat dan akurat sehingga kepuasan konsumen dapat meningkat.
4. Diharapkan kepada pimpinan Bengkel Efo Auto Service Di Pekanbaru agar meningkatkan kepuasan pelanggan. Misalnya dengan cara memberikan kemudahan transaksi kepada pelanggan setia perusahaan. Dengan demikian konsumen tersebut akan berkata baik tentang perusahaan.
5. Diharapkan kepada peneliti berikutnya untuk meneliti variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti harga, kualitas produk, promosi dan lainnya serta menggunakan alat analisis yang berbeda.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR PUSTAKA

Arief, Muhtosim. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.

Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta, 2005.

Ghozali, Imam. 2012. Analisis multivariate dengan SPSS. Semarang: UNDIP PRESS

Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Irawan, Handi. 2012. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Implementasi Dan Kontrol*.Jakarta: Erlangga

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid Satu. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa. Benyamin Molan. Jakarta : Indeks.

Kotler, Keller, 2017. *Marketing Management*, 14th, Person Education

Lupiyoadi, Rambat 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek*. Jakarta: PT salemba Empat

Mardikawati, W. dan Farida, N. 2013. *Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Program studi YogyakartaCilacap).*

Nasution, M.N. 2014. *Total Service Management Manajemen Jasa Terpadu Edisi Pertama*. Bogor Selatan: Penerbit Gahalia Indonesia.

Parasuraman,1985. *Servqual. A Multiple Item Scale For Measuring Customer Perception Of Service Quality.*

Priyanto, D. 2008. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Jakarta: KDT.

Rangkuti, Freddy. 2012. *Measuring Customer Satisfaction* (cetakan ketiga). Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Soedjas, T. 2014. *Layanan Wow Untuk Pelanggan.* Cetakan pertama.Jakarta: PT. Buku seru

Sarini Abdullah dan Taufik. *Statistika Tanpa Stres*. Jakarta: Transmedia Pustaka, 2015.

Sugiyono. 2014. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta,. 2006.

Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta, 2001.

Sutedja, Wira. *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo, 2007.

Suwardi. 2011. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia

Umar, Husain. 2012 *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen.* Jakarta: PT. Gramedia Pusat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :