

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DAERAH RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---

---

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA PT. KURNIA  
PUTRA MANDIRI (KPM) PEKANBARU**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis  
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Islam Riau



**AL RIZKI**  
**NPM :167210759**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**PEKANBARU  
2021**

## PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahhim

Yang pertama sekali saya ucapkan terimakasih kepada ALLAH S.W.T yang senantiasa melimpahkan rahmat serta karunianya kepada saya sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir dari perkuliahan ini dan mendapat gelar S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau

Melalui karyawan kecil ini saya persembahkan untuk kedua orang tua yang sangat berjasa dan sangat saya cintai, Papa dan Mama yang telah memberikan didikan dan mengajarkan segala bentuk kebaikan kepada saya, beliau selalu member nasehat yang sangat berguna bagi saya, mengajarkan rasa tanggung jawab dan selalu member semangat agar saya bias menjadi orang yang berguna bagi masyarakat dan sukses dalam karir.

Saya juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan moral dan materi dari Papa dan Mama. Saya memang tidak bias membalas semua yang telah Papa dan Mama berikan. Saya berharap dengan tugas akhir ini dapat memberikan kado kecil untuk bias membanggakan kedua orang tua yang sangat saya hormati. Atas seizin Allah S.W.T semoga Allah selalu memberikan kesehatan, umur yang panjang, serta membalas segala kebaikan Papa dan Mama selama ini. Semoga setelah ini saya bias mengangkat derajat dan martabat keluarga.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmatnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul “**Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru**” dengan tepat waktu. Penelitian ini penulis ajukan ke fakultas dalam rangka memenuhi salah satu syarat menamatkan studi dan sekaligus memperoleh gelar sarjana strata satu.

Dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menyusun setiap lembar bab perbab Usulan Penelitian ini sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas. Walaupun demikian penulis menyadari bahwa pada lembar tertentu dari naskah usulan penelitian ini mungkin berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal ini penulis berharap kemakluman serta masukan dari para pembaca.

Dalam penulisan Usulan Penelitian ini penulis menyadari masih banyak kekurangan, dan masih jauh dari kesempurnaan. Masih banyak kekurangan dalam penulisan dan pengetikan serta kekurangan dari segi isi maupun kata-katanya. Demi tercapainya kesempurnaan Usulan Penelitian ini kritik dan saran yang mendukung sangat penulis harapkan dari pembaca untuk tercapainya kesempurnaan. Dalam usaha untuk menyelesaikan Usulan Penelitian ini penulis telah banyak diberikan bantuan.

Baik berupa waktu, tenaga, kritik, saran, dan kerjasama diskusikan dari pihak-pihak yang berkompeten dan berdedikasi demi kesempurnaan penulis menyelesaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi kepada saya penulis terutama kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau, Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH.,MCL yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. Syahrul Amal Latif, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
3. Bapak Arif Rifa'i S.Sos., M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Administrasi Bisnis, yang telah membantu dan senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing saya dalam menyelesaikan Usulan Penelitian ini.
4. Ibu Dia Meirina Suri S.Sos., M.Si sebagai pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan serta saran, arahan dan masukan dalam menyempurnakan penulisan Usulan Penelitian ini
5. Bapak / Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama dibangku perkuliahan dengan mendidik dan memberikan segala dorongan serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian ini
6. seluruh Staf Karyawan / Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah banyak membantu.

7. Serta yang terkasih Ayahanda Ali Usman dan Ibunda tercinta Masniarti yang terus ada dan selalu memberikan do'a dan juga dukungan yang tak henti-hentinya kepada saya didalam proses penyelesaian Usulan Penelitian ini. Dan hanya Allah Swt yang mampu membalasnya.
8. Kepada seluruh teman-teman yang ada di Prodi Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2016 terkhusus teman-teman di kelas B yang telah memberikan dorongan semangat dan juga membantu dalam segi moril serta Alfan Gusti Ramadhan dan Ilham Lukman yang selalu mensupport dan membantu saya menyelesaikan skripsi saya sampai saat ini.
9. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Owner dan karyawan PT. Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru yang telah bersedia memberikan tanggapannya kepada penulis yang bermanfaat didalam penyempurnaan Usulan Penelitian ini.

Penulis bermohon kepada Alah SWT semoga jasa baik beliau dibalas dengan Rahmat dan Karunia yang setimpal, amin ya robbal alamin. Dan penulis berharap semoga Usulan Penelitian ini dapat memberikan manfaat yang cukup berarti bagi setiap para pembacanya.

Pekanbaru, 2 september 2021

Penulis,

AL RIZKI

**NPM. 167210759**

## DAFTAR ISI

|   | HALAMAN     |
|---|-------------|
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....                 | <b>ii</b>   |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....                            | <b>ii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                         | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                             | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                           | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                          | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                        | <b>xi</b>   |
| <b>PERSYARATAN KEASLIAN NASKAH</b> .....            | <b>xii</b>  |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                | <b>xiii</b> |
| <b>ABSTRACT</b> .....                               | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I :PENDAHULUAN</b>                           |             |
| A. Latar Belakang .....                             | 1           |
| B. Rumusan Masalah.....                             | 9           |
| C. Tujuan Penelitian .....                          | 9           |
| D. Manfaat Penelitian .....                         | 9           |
| <b>BAB II :STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR</b> |             |
| A. Studi Kepustakaan .....                          | 10          |
| 1. Konsep Administrasi .....                        | 10          |
| 2. Konsep Organisasi.....                           | 10          |
| 3. Konsep Manajemen .....                           | 11          |

|  |    |
|--|----|
| 4. Pemasaran .....                               | 13 |
| 5. Pelayanan .....                               | 15 |
| 6. Konsep Kualitas Pelayanan.....                | 17 |
| 7. Pengertian Kepuasan Konsumen.....             | 21 |
| B. Penelitian Terdahulu .....                    | 23 |
| C. Kerangka Pikir .....                          | 24 |
| D. Konsep Operasional .....                      | 25 |
| E. Konsep Variabel.....                          | 28 |
| F. Teknik Pengukuran .....                       | 29 |
| <b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>               |    |
| A. Tipe Penelitian .....                         | 33 |
| B. Lokasi Penelitian.....                        | 33 |
| C. Populasi Dan Sampel .....                     | 34 |
| D. Teknik Penarikan Sampel .....                 | 36 |
| E. Jenis Dan Sumber Data.....                    | 36 |
| F. Teknik Pengumpulan Data.....                  | 37 |
| G. Teknik Analisis Data.....                     | 38 |
| H. Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian.....         | 39 |
| I. Rencana Sistematika Laporan Penelitian.....   | 40 |
| <b>BAB IV: DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN</b>       |    |
| A. Sejarah Singkat PT .Kurnia Putra Mandiri..... | 42 |
| B. Struktur Organisasi.....                      | 43 |
| C. Visi dan Misi .....                           | 47 |

## **BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|   |           |
|---|-----------|
| A. Identitas Responden .....  | 48        |
| 1. Jenis Kelamin Responden .....  | 48        |
| 2. Umur Responden .....   | 49        |
| 3. Jenis Pekerjaan .....  | 50        |
| 4. Tingkat Pendidikan Responden .....   | 52        |
| B. Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Jl. H.Imam<br>Munandar No.16 Pekanbaru..... | 53        |
| 1. Bukti Langsung .....   | 53        |
| 2. Empati .....   | 57        |
| 3. Keandalan .....  | 60        |
| 4. Daya Tanggap .....   | 64        |
| 5. Jaminan .....  | 66        |
| <b>BAB VI : PENUTUP</b>   |           |
| A. Kesimpulan .....   | 72        |
| B. Saran .....  | 72        |
| <b>DAFTAR KEPUSTAKAAN .....</b>   | <b>73</b> |



## DAFTAR TABEL

|       |  |    |
|-------|--|----|
| I.1   | Jumlah AHASS di kota Pekanbaru.....  | 4  |
| I.2   | Tenaga Kerja Pada Bengkel PT.Kurnia Putra Mandiri .....  | 5  |
| I.3   | Jumlah Pelanggan 5 Bulan Terakhir.....   | 6  |
| I.4   | Jumlah Pelanggan Pada Tahun 2018-2019 .....  | 7  |
| II.1  | Peneliti Terdahulu .....   | 23 |
| II.2  | Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru.....                                      | 25 |
| II.3  | Operasional Variabel Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Kota Pekanbaru .....        | 28 |
| II.4  | Skala Pengukuran Likert .....  | 30 |
| III.1 | Jumlah Populasi Dan Sampel Penelitian .....  | 35 |
| III.2 | Jadwal Dan Waktu Kegiatan Penelitian Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Kota Pekanbaru ..... | 39 |
| IV.1  | Struktur Organisasi .....  | 44 |
| V.1   | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Pelanggan PT.Kurnia Putra Mandiri.....                      | 49 |
| V.2   | Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Pada Pelanggan PT.Kurnia Putra Mandiri .....                              | 50 |
| V.3   | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Pada Pelanggan PT.Kurnia Putra Mandiri .....                   | 51 |

|  |    |
|--|----|
| V.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pada Pelanggan PT.Kurnia Putra Mandiri .....                        | 52 |
| V.5 Tanggapan Responden Untuk Indikator Bukti Langsung Pada Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru .....    | 54 |
| V.6 Tanggapan Responden Untuk Indikator Empati Pada Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru .....            | 57 |
| V.7 Tanggapan Responden Untuk Indikator Keandalan Pada Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru .....         | 61 |
| V.8 Tanggapan Responden Untuk Indikator Daya Tanggap Pada Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru .....      | 64 |
| V.9 Tanggapan Responden Untuk Indikator Jaminan Pada Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru .....           | 66 |
| V.10 Rekapitulasi Hasil Akhir Tanggapan Responden Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Dengan Masing-Masing Pembahasan Indikator ..... | 69 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar II.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri (KPM)<br>Pekanbaru..... | 25 |
| GambarIV.1 Struktur Organisasi.....  | 44 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |  |
|--|--|
| Kusioner Penelitian.....   |  |
| Pertanyaan Wawancara Manager PT.Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru.....  |  |
| Pertanyaan Wawancara MekanikPT.Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru.....   |  |
| Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai “Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru..... |  |
| Dokumentasi Penelitian .....   |  |
| Surat KeteranganTelahMelakukan Penelitian .....  |  |
| Surat Keterangan Lulus Plagiasi .....  |  |
| Surat Rekomendasi No.503/DPMPTSP/IZIN-RISET/40816 Dari Dinas Penanaman Modal dan PelayananTerpadu .....                |  |
| Surat Mohon Rekomendasi Riset No1448/E-UIR/27-FS 2021 .....  |  |

## **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA PT.KURNIA PUTRA MANDIRI**

**JALAN H.IMAM MUNANDAR KOTA PEKANBARU**

### **ABSTRAK**

**Al Rizki**

**167210759**

Penelitian ini dilakukan agar bisa mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri Kota Pekanbaru. Penelitian ini juga menjelaskan tentang variable kualitas pelayanan merupakan variable utama yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk metode penelitian yang dipakai oleh penulis adalah tipe penelitian *Kuantitatif* dengan menggunakan metode *Survey Deskriptif*. Hasil akhir dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis mengeluarkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri yang sudah ditentukan oleh lima indikator utama seperti bukti langsung, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan dalam kategori cukup baik. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terdapat penilaian yang kurang baik di faktor empati diantara 4 indikator yang lain. Terdapat pelayanan yang kurang dalam memahami terhadap kebutuhan pelanggan serta buruknya komunikasi mekanik terhadap pengetahuan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, serta kelengkapan fasilitas yang bisa dibilang minim sehingga menimbulkan rasa kurang nyaman terhadap pelanggan yang menunggu.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

# **ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AT PT. KURNIA PUTRA MANDIRI JALAN**

**H. IMAM MUNANDAR, PEKANBARU CITY**

## **ABSTRACT**

**Al Rizki**

**167210759**

This research was conducted in order to determine the extent of service quality at PT. Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru City. This study also explains about the service quality variable is the main variable that is very influential on customer satisfaction. For the research method used by the author is the type of quantitative research using a descriptive survey method. the final result in the research conducted by the author issued the results that the quality of service at PT. Kurnia Putra Mandiri which had been determined by five main indicators such as direct evidence, empathy, reliability, responsiveness and assurance was in the fairly good category. Based on the results of research that has been done by the author, there is a poor assessment of the empathy factor among the other 4 indicators. There is a service that lacks understanding of customer needs and poor mechanical communication on the knowledge of services provided to customers, as well as the completeness of facilities that are practically minimal, causing a feeling of discomfort to waiting customers

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar termasuk usaha PT Kurnia Putra Mandiri. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai perubahan baik dalam sektor industri maupun ekonomi yang sangat fundamental guna menghadapi perdagangan bebas yang masuk baik itu dari negara-negara maju maupun negara berkembang. Maka seiring dengan perubahan ekonomi tersebut kemudian tumbuhlah berbagai macam kebutuhan dalam masyarakat, diantaranya kebutuhan masyarakat akan alat transportasi, tentunya di era modern saat ini kita membutuhkan transportasi baik darat, laut maupun udara yang dapat cepat melayani kebutuhan konsumen .

Sepeda motor sebagai alat transportasi mempunyai peran yang sangat penting dalam masyarakat baik perseorangan maupun perusahaan. Hal ini dikarenakan sepeda motor selain harganya terjangkau bagi ekonomi rakyat

Indonesia juga mempunyai nilai yang sangat penting bagi kelangsungan dan kemudahan distribusi barang, terutama dalam mendukung kelancaran transaksi yang berhubungan dengan perdagangan dan bisnis lainnya. Dan semakin banyaknya masyarakat memiliki kendaraan bermotor maka banyak sekali menciptakan peluang pekerjaan bagi masyarakat baik itu sebagai pemilik showroom kendaraan, penjual motor bekas, maupun dengan usaha pendirian bengkel kendaraan bermotor.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi suatu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa. Kualitas adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas jasa sangat berbeda dengan kualitas barang atau produk. Yang mana kita ketahui bahwa kualitas produk dapat distandarisasikan dan juga jelas karena dapat diraba, dilihat dan dirasakan keberadaannya.

Pelayanan yang baik adalah syarat salah satu untuk menjadi sukses dalam suatu usaha jasa. Yang mana dunia usaha yang berkembang pada zaman ini merupakan dalam suatu usaha jasa perbengkelan. Seiring perkembangan meningkatnya jumlah produksi sepeda motor menyebabkan jasa perbengkelan semakin dibutuhkan karena jumlah sepeda motor yang terus meningkat serta bertambahnya bengkel-bengkel baru yang membuat persaingan semakin ketat.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi bengkel, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi bengkel pun juga akan semakin positif dimata masyarakat luas. Oleh karena itu, setiap bengkel memerlukan upaya untuk bisa memahami nilai-nilai yang diharapkan



pelanggan dan atas dasar itu kemudian berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin.

Kemampuan memberikan pelayanan secara profesional merupakan tuntutan yang tidak dapat di tawar lagi mengingat pelanggan dalam hal ini selalu berada pada posisi yang dirugikan, hal tersebut diperkuat dengan telah diberlakukannya Undang- undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang dasarnya mengatur hak-hak konsumen, dimana pelanggan harus dilayani secara benar dan jujur, tidak deskriminatif, serta untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang dipergunakannya. Sehingga dengan demikian tidak ada alternatif lain bagi perusahaan yang bergerak pada bidang pelayanan maupun pelayanan publik untuk berupaya memperbaiki tingkat pelayanannya yang lebih baik kepada pelanggan

PT.Kurnia Putra Mandiri yang berada di kota Pekanbaru ini merupakan dealer resmi merk Honda. Sementara itu motor merk Honda selalu melakukan inovasi sesuai dengan perkembangan zaman dan mengikuti keinginan pasar. Jenis motor yang ditawarkan oleh motor merk Honda ini-pun juga cukup bervariasi, diantaranya Honda Vario, Honda Scoopy, Honda Supra, Honda Beat, Honda CRF, Honda CBR, Honda Tiger, Honda Genio, Honda Revo.

Selanjutnya dilihat dari sisi pelayanannya, PT. Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru ini sebagai *sales counter* yang notabene langsung menghadapi pembeli, adalah mereka yang memiliki kualifikasi dan juga memiliki *good interpersonal skill*, sehingga mereka tahu bagaimana cara harus melayani konsumennya dengan ramah, senyum dan *full attention*. Salah satu inovasi untuk

meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan bengkel resmi Honda ini adalah *Express Maintenance*(EM). Jenis pelayanan ini adalah untuk pekerjaan pergantian oli mesin yang lebih diprioritaskan dari pekerjaan yang lain.

**Tabel 1.1 : Jumlah AHASS di kota Pekanbaru**

| No | Nama AHASS                     | ALAMAT                        |
|----|--------------------------------|-------------------------------|
| 1  | PT. Hampan Orion Hasil Optimal | JL. Kaharuddin Nasution 203 C |
| 2  | PT.Capella Service Center      | JL. DR. Setia Budhi 190-192   |
| 3  | PT. Fasilitas AHASS            | JL. Imam Munandar 169-171     |
| 4  | Rudi Service                   | JL. Khayangan 09C             |
| 5  | AA`N Service                   | JL. Dahlia 039                |
| 6  | Jaya Service                   | JL. Soekarno Hatta 53A        |
| 7  | UA`N Service                   | JL. Imam Bonjol 87            |
| 8  | Riau Baru Service              | JL. Jend Sudirman 100         |
| 9  | Capella Service Centre         | JL. Tuanku Tambusai 128C-D    |
| 10 | Capella Service Centre Matic   | JL. Soekarno Hatta 33         |
| 11 | Prima Jaya Service             | JL. Kenanga 05B               |
| 12 | HMC Service                    | JL. Hangtuah 104              |
| 13 | DMI Service                    | JL. Durian 19                 |
| 14 | CV. Hondaindo Perkasa          | JL. Imam Munandar 22          |
| 15 | Citra Honda Nusantara          | JL. Jend Sudirman 104A-E      |
| 16 | Gaung Motor                    | JL. Hangtuah Ujung 199        |
| 17 | Astra Motor Pekanbaru          | JL. Tuanku Tambusai 25-27     |

|    |                         |                         |
|----|-------------------------|-------------------------|
| 18 | PT. Global Jaya Perkasa | JL. H.R.Subrantas KM 10 |
| 19 | Pandau Jaya Motor       | JL. Kaharuddin Nst      |
| 20 | Ananda Motoindo Sejati  | JL. Imam Munandar       |
| 21 | MPM                     | JL. Durian              |

*Sumber : Bengkel Resmi AHASS Honda tahun 2020*

Bengkel resmi sepeda motor Honda PT Kurnia Putra Mandiri memiliki ketentuan dalam pelayanan service ke pelanggan secara teknis ketika service setiap pelanggan ada keluhan kita sampaikan ke teknisi lalu teknisi mengecek apakah ada hal-hal yang perlu diperbaiki atau ada alat-alat yang perlu ditukar, kemudian kepala mekanik berbicara langsung ke penasehat service lalu penasehat menyampaikan kepada pelanggan apakah ada barang yang harus diganti. Klaim garansi dapat dilakukan dengan cara membawa buku garansi milik sepeda motor Honda.

**Table 1.2 : Jumlah Tenaga Kerja Bengkel PT Kurnia Putra Mandiri**

| No | Jabatan           | Jumlah |
|----|-------------------|--------|
| 1  | Kepala Bengkel    | 1      |
| 2  | Service Advisor   | 1      |
| 3  | Kasir             | 1      |
| 4  | Part 1            | 1      |
| 5  | Sparepart Counter | 1      |
| 6  | Mekanik           | 4      |
|    | Total             | 9      |

*Sumber : Bengkel Kurnia Putra Mandiri 2020*

Dalam perkembangan teknologi sepeda motor, Honda merupakan salah satu perusahaan yang mengedepankan kualitas dalam setiap produknya termasuk dalam pelayanan pada customer. Salah satunya PT. Kurnia Putra Mandiri (KPM Pekanbaru) perlu memperhatikan pelayanan/jasa yang diberikan kepada pelanggannya, agar dapat membuat pelanggan puas terhadap pelayanan yang telah diberikan.

Dalam menghadapi persaingan dan keinginan dari para pelanggan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik, maka pada saat ini PT, Kurnia Putra Mandiri dituntut untuk dapat mengedepankan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dengan cara memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan, misal jika ada pelanggan yang datang segera di layani karena itu juga merupakan strategi dari suatu perusahaan, dengan penerapan kualitas pelayanan yang baik tersebut diharapkan tercapai kepuasan pelanggan yang tentunya akan berdampak terhadap perkembangan PT Kurnia Putra Mandiri di masa mendatang.

**Tabel 1.3 : Jumlah pelanggan 5 bulan terakhir**

| No            | Bulan    | Jumlah pelanggan<br>(orang) | %           |
|---------------|----------|-----------------------------|-------------|
| 1             | Januari  | 638                         | 18,37       |
| 2             | Februari | 688                         | 19,81       |
| 3             | Maret    | 701                         | 20,19       |
| 4             | April    | 724                         | 20,85       |
| 5             | Mei      | 721                         | 20,76       |
| <b>Jumlah</b> |          | 3.472                       | 99,989(100) |

*Sumber: PT Kurnia Putra Mandiri tahun 2020*

Dari tabel diatas pada 5 bulan terakhir jumlah pelanggan di tahun 2020 mengalami kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan, ini diakibatkan karena

terjadi pandemi global yang membuat perekonomian masyarakat menurun drastis sehingga berdampak pada perusahaan tersebut.

**Tabel 1.4 :Jumlah pelanggan ditahun 2018-2020**

| BULAN     | TAHUN |      |      |
|-----------|-------|------|------|
|           | 2018  | 2019 | 2020 |
| Januari   | 200   | 520  | 614  |
| Februari  | 150   | 426  | 621  |
| Maret     | 189   | 465  | 722  |
| Apri      | 209   | 456  | 631  |
| Mei       | 270   | 432  | 729  |
| Juni      | 190   | 492  | 634  |
| Juli      | 300   | 484  | 698  |
| Agustus   | 286   | 544  | 638  |
| September | 179   | 663  | 688  |
| Oktober   | 208   | 699  | 701  |
| November  | 356   | 612  | 724  |
| Desember  | 452   | 605  | 721  |
| Jumlah    | 2989  | 6398 | 8121 |

*Sumber:PT Kurnia Putra Mandiri 2018-2020*

Dari tabel diatas jumlah pelanggan pada tahun 2018-2020 mengalami peningkatan pelangganyang terjadi terus menerus selama 3 tahun terakhir .

Pada tahun 2017 PT. Kurnia Putra Mandiri baru membuka jasa pelayanan service sepeda motor dan pada tahun 2018-2020PT. Kurnia Putra Mandiri

mengalami peningkatan jumlah pelanggan karena perusahaan tersebut cukup memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik.

Dari uraian diatas jelas bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan penting bagi keberadaan perusahaan untuk dapat unggul dalam persaingan, khususnya bagi perusahaan penjualan sepeda motor atau service motor. Karena di masa mendatang perusahaan ini akan memiliki potensi bagus mengingat pentingnya dealer untuk membantu memenuhi kebutuhan pelanggan.

Maka tidak salah apabila kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan pasti menjadi fokus utama dalam rangka mengembangkan perusahaan untuk mencapai tujuan dan cita-citanya.

Adapun fenomena yang terjadi pada PT. Kurnia Putra Mandiri adalah sebagai berikut :

1. Ruang parkir yang masih kurang luas untuk menampung konsumen pada PT. Kurnia Putra Mandiri
2. Ruang tunggu yang nyaman namun tidak begitu luas
3. PT Kurnia Putra Mandiri kekurangan mekanik, yang mana mekanik hanya terdiri dari 4 orang dinilai belum memadai sehingga membuat konsumen lebih lama menunggu .

Setelah melihat betapa pentingnya kualitas pelayanan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan bagi pelanggan, maka perlu untuk dilakukan penelitian dengan judul **Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru**”

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah :Bagaimana Kualitas Pelayanan pada PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan pada PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru.

## **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka manfaat peneliti yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

### **a. Guna Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana informasi dan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan terhadap kualitas pelayanan.

### **b. Guna Akademis**

Dapat dijadikan referensi bahan maupun pedoman dalam pengembangan ilmu pengetahuan lanjut bagi lembaga pendidikan terkait bidang pemasaran yang membahas kualitas pelayanan.

### **c. Praktis**

Sebagai sarana penerapan ilmu dalam bidang pemasaran yang diperoleh pada masa perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi dilapangan ini

## BAB II

### STUDI KEPUSTAKAAN

#### A. Studi Kepustakaan

##### 1. Konsep Administrasi

Administrasi merupakan bagian dari ilmu sosial yang mempelajari interaksi antara manusia dengan manusia lainnya dalam melakukan kerjasama melalui penggunaan sarana dan sumber daya yang terbatas administrasi adalah rangkaian kegiatan perbuatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam suatu kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu.

Administrasi menurut Siagian (2015:2) administrasi sebagai keseluruhan proses kerjasama antara dua orang atau lebih berdasarkan atas rasionalitas tertentu dalam rangka pencapaian yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Dwight Waldo Administrasi adalah bentuk daya upaya manusia yang kooperatif, yang mempunyai tingkat rasionalitas yang tinggi (Mulyono,2008:44)

Sedangkan menurut Fayol (2010), administrasi adalah bagian kegiatan dalam badan usaha. Badan usaha adalah yang melaksanakan kearah suatu sasaran atau tujuan dengan usaha mendapatkan keuntungan yang optimum dari semua sumber-sumber yang tersedia.

##### 2. Konsep Organisasi

Menurut Walder dalam Zulkifli (2012) menyatakan organisasi merupakan struktur hubungan antara pribadi yang berdasarkan atas wewenang formil dan kebiasaan didalam suatu administrasi. Menurut Hasibuan (2016:30) organisasi



adalah perkumpulan yang formal yang berstruktur dari orang-orang yang bekerjasama melakukan kegiatan guna mencapai tujuan.

Adapun pengertian organisasi ditinjau dari 2 sudut pandang yaitu sebagai berikut:

1. Organisasi sebagai wadah dimana kegiatan-kegiatan administrasi dijalankan
2. Organisasi sebagai rangkaian Hierarki dan interaksi antara orang-orang dalam suatu tingkatan formal
3. **Konsep Manajemen**

Manajemen dibutuhkan organisasi, karena tanpa manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan sulit. Berdasarkan kerangka ilmu pengetahuan yang sistematis. Manajemen adalah sebuah kaidah-kaidah, prinsip-prinsip dan konsep.

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha para anggota organisasi dan pengguna sumberdaya-sumberdaya dan organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Luther Gulick mendefinisikan manajemen sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan (science) yang berusaha secara sistematis untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama untuk mencapai tujuan dan membuat sistem kerjasama ini bermanfaat bagi kehidupan. Menurut Gulick manajemen telah memenuhi persyaratan untuk disebut bidang ilmu pengetahuan, karena telah dipelajari untuk waktu yang lama dan telah diorganisasi menjadi suatu rangkaian teori.

Selain itu manajemen juga didefinisikan dalam tiga perspektif menurut Rivai'i (2013;177) yaitu:

- a. Menurut perspektif proses, manajemen adalah proses pencapaian tujuan melalui kegiatan orang lain, dimana kegiatan diawasi dan diselenggarakan.
- b. Definisi dari perspektif kolektivitas orang, dari sudut ini manajemen diartikan sebagai kolektivitas orang yang melaksanakan pekerjaan-pekerjaan manajerial.
- c. Pengertian manajemen menurut perspektif seni dan ilmu. Manajemen sebagai seni merupakan pengimplementasian dari keterampilan-keterampilan dalam pengelolaan organisasi berdasarkan pengalaman-pengalaman yang ada dan bermanfaat. Sementara itu, manajemen sebagai ilmu terlihat dari penerapannya terhadap proses mengobservasi, mengumpulkan, dan menganalisis data, fenomena-fenomena, kejadian-kejadian dan lain-lain kemudian diambil beberapa kesimpulan yang mendukung tujuan yang hendak dicapai.

Dua konsepsi utama mengukur prestasi kerja (performance) manajemen adalah efisiensi dan efektifitas. Efisiensi adalah kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Efektifitas adalah kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan kata lain seorang manajer dapat memilih pekerjaan yang harus dilakukan atau metode yang tepat untuk mencapai tujuan.

Manajemen berarti pencapaian tujuan melalui pelaksanaan fungsi-fungsi tertentu, salah satu klasifikasi paling awal dari fungsi-fungsi manajerial dibuat oleh Hendry Fayol, yang menyatakan bahwa perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pemberian perintah, dan pengawasan adalah fungsi-fungsi utama.

Berdasarkan definisi diatas, dapat kita pahami bahwa manajemen adalah inti dari administrasi, yang berfungsi sebagai perencana, pengorganisir, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap suatu organisasi.

#### **4. Pemasaran**

Menurut Meldrum dalam Tjiptono, Chandra, Adriana (2008;3) pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara SDM, financial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggannya dalam konteks strategi kompetitif organisasi.

Kotler menjelaskan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manejerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, pertukaran produk dan nilai satu sama lain (dalam Tjiptono dkk,2008;3)

Pemasaran umumnya dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan, dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen dan perusahaan. Sesungguhnya orang-orang pemasaran melakukan pemasaran dari 9 jenis wujud yang berbeda (Kotler, 2008;6-7), yaitu :

- a. Barang
- b. Jasa

- c. Pengayaan pengalaman
- d. Orang
- e. Tempat
- f. Property
- g. Organisasi
- h. Informasi
- i. Ide

Definisi pemasaran oleh *the American Marketing Association* (AMA) pemasaran sebagai fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (Kotler, 2008;5)

Adapun variabel-variabel dalam pemasaran yang dikenal dengan 4P seperti yang disebutkan oleh (Angipora, 2002;26) yakni''

- A. Produk (*product*) merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar.
- B. Harga (*price*) merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan sesuatu produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan.

- C. Tempat (*place*) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjadikan suatu produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat dimanapun konsumen berada.
- D. Promosi (*promotion*) merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan.

“Swastha (2000;17) mendefinisikan konsep pemasaran sebagai faktor yang paling penting dalam keberhasilan tersebut kita harus mengetahui adanya cara dan filsafah yang terlibat didalamnya, karena konsep pemasaran adalah suatu filsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan “.

## **5. Pelayanan**

Menurut Puwardarminta (1991:22) adalah menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain. Berdasarkan pendapat tersebut pelayanan atau layanan merupakan untuk usaha yang menyediakan hal-hal yang dibutuhkan oleh orang yang memerlukannya.

Menurut Kotler dalam Sampara Lukman pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasil tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan kegiatan yang menguntungkan suatu perkumpulan atau kesatuan yang bekerja untuk memberikan pelayanan terhadap masyarakat sehingga masyarakat

lebih puas, meskipun begitu hasil dari pelayanan tidak terikat pada suatu produk secara fisik .

Dalam Vensensus (2014:13-14) menurut Tjiptono (2001:75-76) untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa guna memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama yang berlaku. Enam prinsip tersebut meliputi:

1) Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memenuhi perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa ada kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2) Pendidikan

Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan didalam pendidikan meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif didalam implementasi strategi kualitas. Pendidikan ini diperlukan untuk semua personil perusahaan.

3) Perencanaan

Proses perencanaan strategis harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4) Review

Proses review merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus-menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

5) Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum dan lain-lain.

**6. Konsep Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan yang baik mutlak diberikan oleh suatu usaha jasa. Munculnya perusahaan-perusahaan baru akan mengakibatkan persaingan yang ketat dalam memperoleh konsumen maupun mempertahankan pelanggan. Kualitas merupakan strategi bisnis jasa yang menyediakan barang dan jasa untuk memuaskan secara nyata ke pelanggan dengan memenuhi harapan-harapan tertentu secara eksplisit maupun implisit .

Kualitas pelayanan dibangun atas sadarnya perbandingan 2 faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:181) kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Menurut Tjiptono,F., (2005:54) mengatakan bahwa kualitas (1) kesesuaian dengan persyaratan; (2) kecocokan untuk pemakaian; (3) perbaikan berkelanjutan; (4) bebas dari kerusakan atau cacat; (5) pemenuhan kebutuhan konsumen sejak

awal dan setiap saat;(6) melakukan segala sesuatu secara benar; (7) sesuatu yang bias membahagiakan konsumen. Konsep kualitas pelayanan dapat dipahami melalui perilaku konsumen (*consumer behavior*), yaitu suatu perilaku yang dimainkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk maupun pelayanan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Menurut Ibrahim (2008:55), mengatakan bahwa kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pelayanan publik tersebut.

Pada prinsipnya pengertian-pengertian tersebut diatas dapat diterima. Yang menjadi pertanyaan adalah ciri-ciri atau atribut-atribut apakah yang ikut menentukan kualitas pelayanan publik tersebut. Ciri-ciri atau atribut-atribut tersebut menurut Tjiptono,F., (2005) antara lain adalah (1) ketepatan waktu pelayanan, meliputi waktu tunggu dan waktu proses; (2) akurasi pelayanan yang meliputi bebas dari kesalahan; (3) kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan; (4) kemudahan mendapatkan pelayanan, misalnya banyak para petugas yang melayani dan banyak fasilitas pendukung seperti komputer; (6) atribut pendukung pelayanan lainnya seperti ruang tunggu, kebersihan dan lain sebagainya.

Oleh karena itu dalam pelayanan publik harus mengandung unsur-unsur dasar sebagai berikut:

1. Hak dan kewajiban bagi pemberi maupun pelayanan umum harus jelas diketahui secara pasti oleh masing-masing pihak.



2. Pengaturan setiap bentuk pelayanan umum harus disesuaikan dengan kondisi kebutuhan dan kemampuan masyarakat untuk berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku dengan tetap berpegang teguh pada efisiensi dan efektivitas.
3. Kualitas, proses dan hasil pelayanan umum harus diupayakan agar dapat memberikasn rasa nyaman dan adanya kepastian hukum untuk dapat dipertanggung jawabkan.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan berbagai manfaat, yaitu diantaranya hubungan antara konsumen dan memberikan layanan menjadi harmonis, sehingga memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas konsumen. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi pemberi layanan, reputasu yang semakin baik di mata konsumen, serta laba (PAD) yang diperoleh akan semakin meningkat.

*Zeithaml V.A (2000:59)* mengatakan bahwa ada 4 jurang pemisah yang menjadi kendala dalam pelayanan publik, yaitu sebagai berikut:

1. Tidak tahu apa yang sebenarnya diharapkan oleh masyarakat.
2. Pemberian ukuran yang salah dalam pelayanan kepada masyarakat.
3. Keliru dalam penampilan terhadap pelayanan publik itu sendiri.
4. Terlalu berlebihan dalam membuat perjanjian atau pengobrolan.

*Zeithaml V.A (2005:55)* SERVQUAL merupakan suatu metode yang diturunkan secara empiris yang dapat digunakan oleh organisasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode ini meliputi pengembangan pemahaman mengenai kebutuhan layanan yang dirasakan oleh konsumen. Ini

dapat diukur dari persepsi kualitas pelayanan bagi organisasi yang bersangkutan”sangat baik”. Analisis kesenjangan yang dihasilkan kemudian dapat digunakan sebagai panduan untuk meningkatkan kualitas pada pelayanan tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono,2012). Menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono,2012:157) kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Indikator kualitas pelayanan yang dipertimbangkan oleh konsumen menurut Kotler(2012):

- a. *Tangible* (bukti langsung) adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi
- b. *Empathy* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.
- c. *Reliability* (keandalan) adalah konsisten dari penampilan dan keandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- d. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap

- e. *Assurance* (jaminan) yaitu apabila pembeli tidak puas atau jika barang atau jasa tidak sesuai dengan diperjanjikan dalam masa tertentu maka penjual setuju untuk memperbaiki dengan mengganti item atau bagian yang rusak.

## 7. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kondisi persaingan saat ini membuka setiap pemilik usaha untuk dapat melakukan penyusunan strategi dalam hal peningkatan kepuasan konsumen yang bisa berkembang menjadi kinerja marketing yang diharapkan. Menurut Kotler (2002:42), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) dari suatu produk dan harapan.

“Engel, Blackwell dan Miniard (1995:273) mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

“Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, menurut Rambat Lupiyoadi (2001:19) ada lima (5) faktor utama yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha yaitu :

- a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka peroleh berkualitas/terjamin.

- b. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang di harapkan.

- c. Emosional

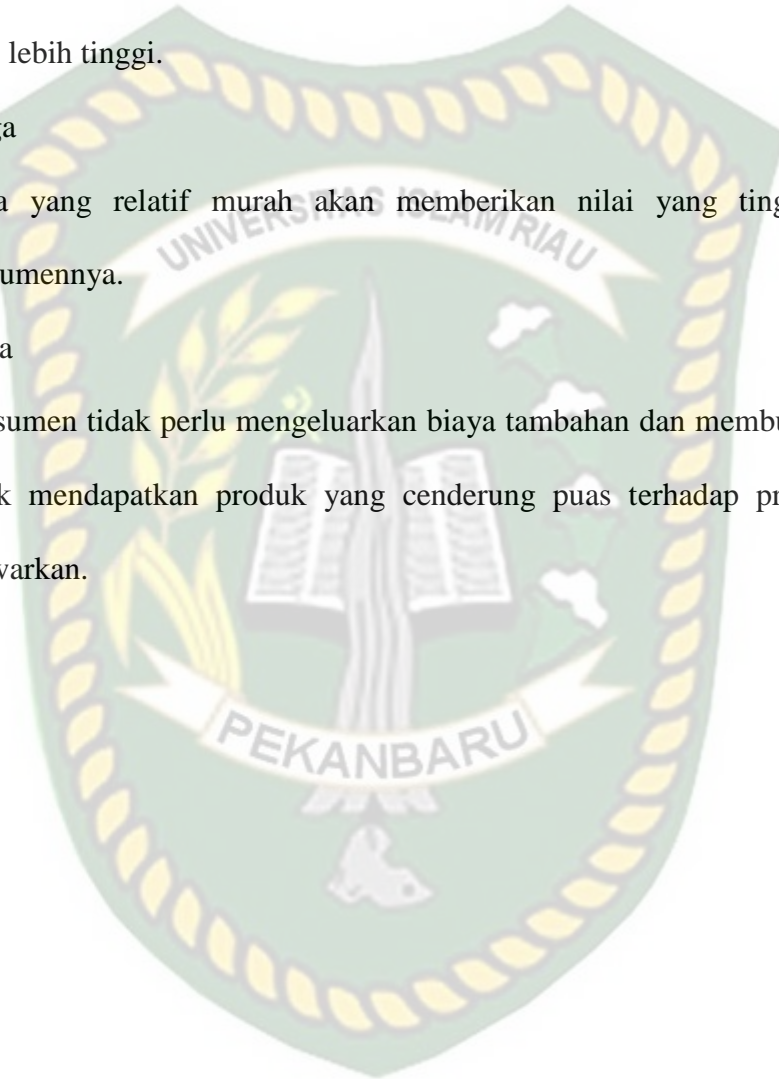
Konsumen akan merasa senang dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan merasa bangga terhadap pemilik usaha bila membeli produk yang mereka tawarkan kepada konsumen cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d. Harga

Harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang tinggi kepada konsumennya.

e. Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan membuang waktu untuk mendapatkan produk yang cenderung puas terhadap produk yang ditawarkan.



## B. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

| No | Tahun | Nama Peneliti   | Judul Penelitian  | Hasil /Temuan   | Variabel yang terkait |
|----|-------|---|---|---|-----------------------|
| 1  | 2018  | Muhammad Saleh Gamal                                      | Analisis Kualitas Pelayanan di Kantor Kelurahan Pasangkayu Kabupaten Mamuju Utara.                  | Pelayanan publik merupakan suatu kegiatan yang melibatkan minimal 2 orang yaitu pihak yang melayani. Pihak yang dilayani sering disebut dengan pelanggan, sedangkan pihak yang dilayani sering disebut dengan pelanggan sedangkan pihak yang melayani disebut dengan pihak pelayan. | Pelayanan             |
| 2  | 2015  | Nilda UI Farida   | Analisis Kualitas Pelayanan pada Koperasi Serba Usaha(KSU) APIKRI Yogyakarta.                       | Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Serba Usaha (KSU) APIKRI Yogyakarta tidak berjalan secara konsisten.   | Pelayanan             |
| 3  | 2005  | Wiliyana Kumala , Hotniar Siringoringo ,Ina Siti Hasanah. | Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Bengkel di PT.Istana Kebayoran Honda Fatmawati Berdasarkan Tingkat | Ada dua atribut tambahan terhadap atribut yang dikembangkan Pasuraman dalam kualitas pelayanan bengkel,yaitu ruang tunggu dan tersedianya tempat ibadah.  | Pelayanan             |

|   |      |              |  |   |           |
|---|------|--------------|--|---|-----------|
|   |      |              | Kepuasan Pelanggan.  |   |           |
| 4 | 2018 | Eva Zuraidah | Analisi Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji dengan Metode Servqual.   | Bahwa jumlah responden berdasarkan jumlah kelamin pria memiliki presentase sebesar 40% dari 10 responden, artinya bahwa jumlah responden pria terdiri dari 4 orang sedangkan wanita 6 orang dengan persentase 60% | Pelayanan |
| 5 | 2015 | Diva Gavillo | Analisis Kualitas Pelayanan Pemberian Pinjaman (kredit) di PT. BPR Mitra Usaha di Nagari Muaro Paiti, Sumatera Barat | Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pemberian pinjaman (kredit) pada PT. BPR Mitra Usaha di Nagari Muaro Paiti, Sumatera Barat dikategorikan cukup memuaskan  | pelayanan |

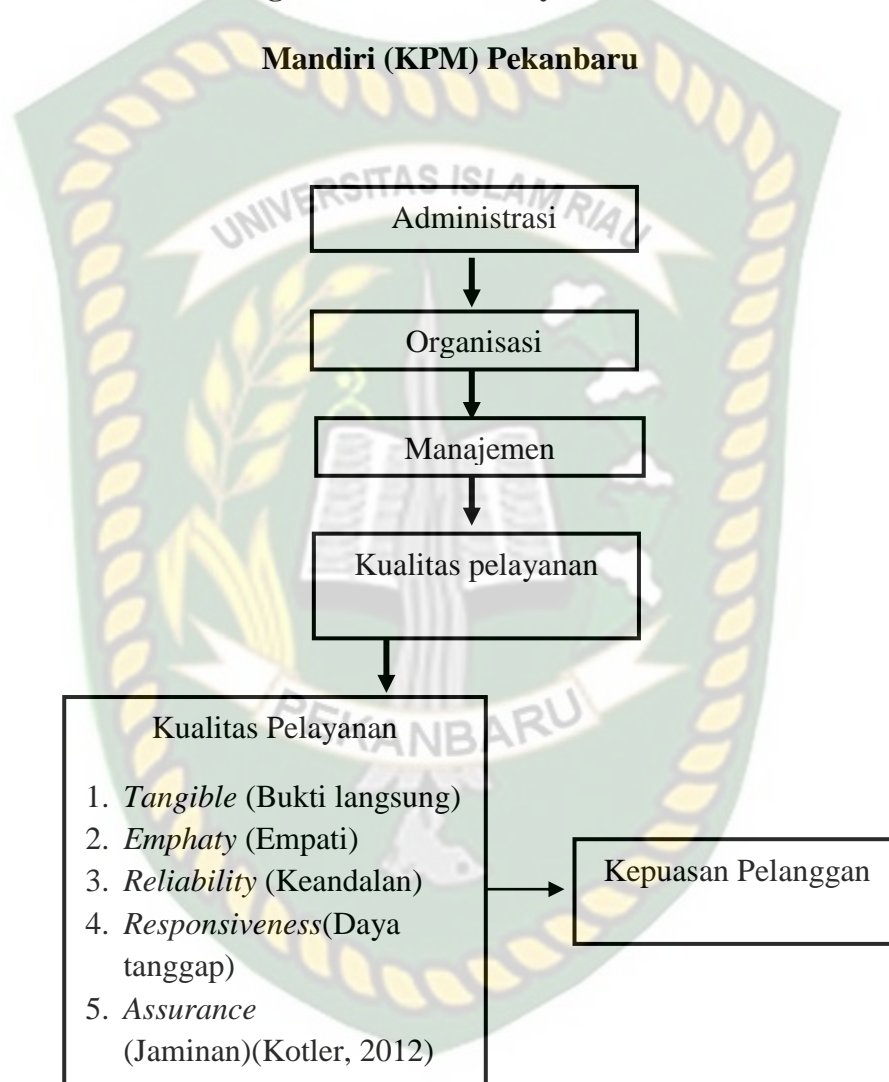
Sumber: Modifikasi penelitian 2021

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran, merupakan penjabaran baik secara lisan maupun tulisan runtutan logika (alur cerita dan cara pandang) seseorang tentang keterkaitan atau hubungan atau pengaruh salah satu atau sejumlah aspek dengan satu kondisi fenomena tertentu yang sedang dan dijadikan objek pengamatan sehubungan dengan kualitas pelayanan. Untuk memenuhi maksud ini maka selalu yang dipergunakan sebagai pedoman utama penjabaran kerangka pemikiran ini adalah tingkat pemahaman seseorang itu terhadap kepustakaan dan teori yang memayungi fenomena yang sedang atau menjadi objek pengamatannya.

Sehubungan dengan hal yang akan dibahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan maka kerangka pikiran dapat dilihat pada gambar berikut ini :

**Gambar II.2 :Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada PT Kurnia Putra**



#### D. Konsep Operasional

Untuk memperoleh kesamaan pendapat maka perlu dikemukakan batasan mengenai konsep operasional yang digunakan sehubungan dengan tujuan penelitian ini adalah :

1. Administrasi merupakan bagian dari ilmu sosial yang mempelajari interaksi antara manusia dengan manusia lainnya dalam melakukan kerjasama melalui penggunaan sarana dan sumber daya yang terbatas administrasi adalah rangkaian kegiatan perbuatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam suatu kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu.
2. organisasi merupakan struktur hubungan antara pribadi yang berdasarkan atas wewenang formil dan kebiasaan didalam suatu administrasi.
3. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha para anggota organisasi dan pengguna sumberdaya-sumberdaya dan organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.
4. Pelayanan adalah sesuatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam kamus besar Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain.
5. Kualitas pelayanan adalah suatu proses atau aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan bukan hanya mendengarkan dan menjawab keluhan konsumen, tapi lebih dari itu



pelayanan yang berkualitas merupakan sarana untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan konsumen.

6. Servis adalah tata cara pelayanan kepada tamu dari awal penyambutan sampai selesai.
7. Realibilitas adalah Konsistensi kerja pada PT. Putra Kurnia Mandiri Pekanbaru untuk dipercaya yang meliputi pemberian jasa pelayanan pemeliharaan Motor secara tepat semenjak saat pertama serta penyampaian jasa sesuai dengan jadwal yang disepakati.
8. Kompetensi adalah keterampilan dan pengetahuan setiap pegawai atau karyawan pada PT. Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu secara maksimal.
9. Acces adalah kemudahan bagi Pelanggan untuk menghubungi dan mendapatkan pelayanan jasa pemeliharaan Motor PT. Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru
10. Kesopanan adalah sifat sopan, santun respek, perhatian dan keramahaan yang dimiliki para pegawai atau karyawan pada PT.Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru.
11. Komunikasi adalah pemberian informasi kepada pelanggan PT.Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru dalam bahasa yang dapat mereka pahami
12. Kredibilitas adalah sifat jujur dan dapat dipercaya, mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi kontak personal dan interaksi pelanggan PT. Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru.

13. Kemanan adalah kondisi yang aman dari Bahaya, Resiko dan keragu-raguan meliputi keamanan secara fisik dan finansial.
14. Memahami pelanggan adalah usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
15. Tanggibles adalah bukti fisik dari jasa.

#### E. Konsep Variabel

Dari penjelasan tentang konsep operasional diatas, maka dapat disajikan operasional variabel dalam bentuk tabel sehubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan pada PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru.

**Tabel II. 3 : Operasional Variabel Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru**

| Konsep  | Variabel           | Indikator                  | Sub Indikator   | Skala                             |
|---|--------------------|----------------------------|---|-----------------------------------|
| Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Kotler, 2012) | Kualitas pelayanan | Tangible (bukti langsung ) | a. Kelengkapan fasilitas peralatan<br>b. Pegawai<br>c. Sarana komunikasi                              | Baik<br>Cukup baik<br>Kurang baik |
|   |                    | Empathy (empati)           | d. Komunikasi yang baik<br>e. Perhatian pribadi<br>f. Memahami dan peduli terhadap kebutuhan konsumen | Baik<br>Cukup baik<br>Kurang baik |

|  |  |                                      |  |                                   |
|--|--|--------------------------------------|--|-----------------------------------|
|  |  | Reliability<br>(keandalan)           | g. Kemampuan perusahaan untuk cepat mengatasi keluhan<br>h. Kecepatan dalam service efisiensi pelayanan<br>i. Hasil yang memuaskan | Baik<br>Cukup baik<br>Kurang baik |
|  |  | Responsivine<br>ss (daya<br>tanggap) | j. Kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah<br>k. Kejelasan informasi penyampaian jasa                    | Baik<br>Cukup baik<br>Kurang baik |
|  |  | Assurance<br>(jaminan)               | l. Kepercayaan konsumen pada karyawan<br>m. Rasa aman yang diberikan   | Baik<br>Cukup baik<br>Kurang baik |
|  |  |                                      |  |                                   |

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2020.

#### F. Teknik Pengukuran

Sebagai pertimbangan dalam menganalisa data yang terkumpul, maka penulis menggunakan pengukuran masing-masing konsep yaitu:

Pengukuran terhadap setiap indikator variabel penelitian ini menggunakan skala likert (Sugiyono, 2005:107). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok prang tentang fenomena sosial.

Pengukuran terhadap indikator variabel diklasifikasikan menjadi 3 bagian kategori penelitian yaitu baik, cukup baik dan kurang baik. Untuk setiap item pertanyaan yang diajukan perindikator variabel, masing-masing alternatif jawabannya terdiri dari 3 kategori dengan nilai skor sebagai berikut:

**Tabel II. 4 : Skala Pengukuran Likert**

| Options     | Bobot | Persen |
|-------------|-------|--------|
| Baik        | 4     | 44,44% |
| Cukup Baik  | 3     | 33,33% |
| Kurang Baik | 2     | 22,22% |
|             |       | 100%   |

*Sumber : Skala Likert.*

Variabel kualitas pelayanan memiliki 5 indikator : Bukti Langsung, Empati, Keandalan, Daya tanggap, jaminan. Dengan demikian penelitian variabel dinyatakan sebagai berikut :

1. Bukti Langsung

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisionermengenai indikator bukti langsung, berada pada Interval 66% - 100%.

Cukup baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisioner mengenai indikator bukti langsung, berada pada Interval 34% - 65%.

Kurang baik : Apabila persentase yang diperoleh dari kuisioner mengenai indikator bukti langsung, berada pada Interval 1% - 33%

## 2. Empati

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator empati, berada pada Interval 68% - 100%.

Cukup baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator empati, berada pada Interval 34% - 65%.

Kurang baik: Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator empati, berada pada Interval 1% - 33%.

## 3. Keandalan

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari Kuisisioner mengenai indikator keandalan, berada pada Interval 66 – 100%.

Cukup baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari Kuisisioner mengenai indikator keandalan, berada pada Interval 34% - 65%.

Kurang baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator keandalan, berada pada Interval 1% - 33%.

## 4. Daya Tanggap

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator daya tanggap, berada pada Interval 66% - 100%.

Cukup baik: Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator daya tanggap, berada pada Interval 34% - 65%.

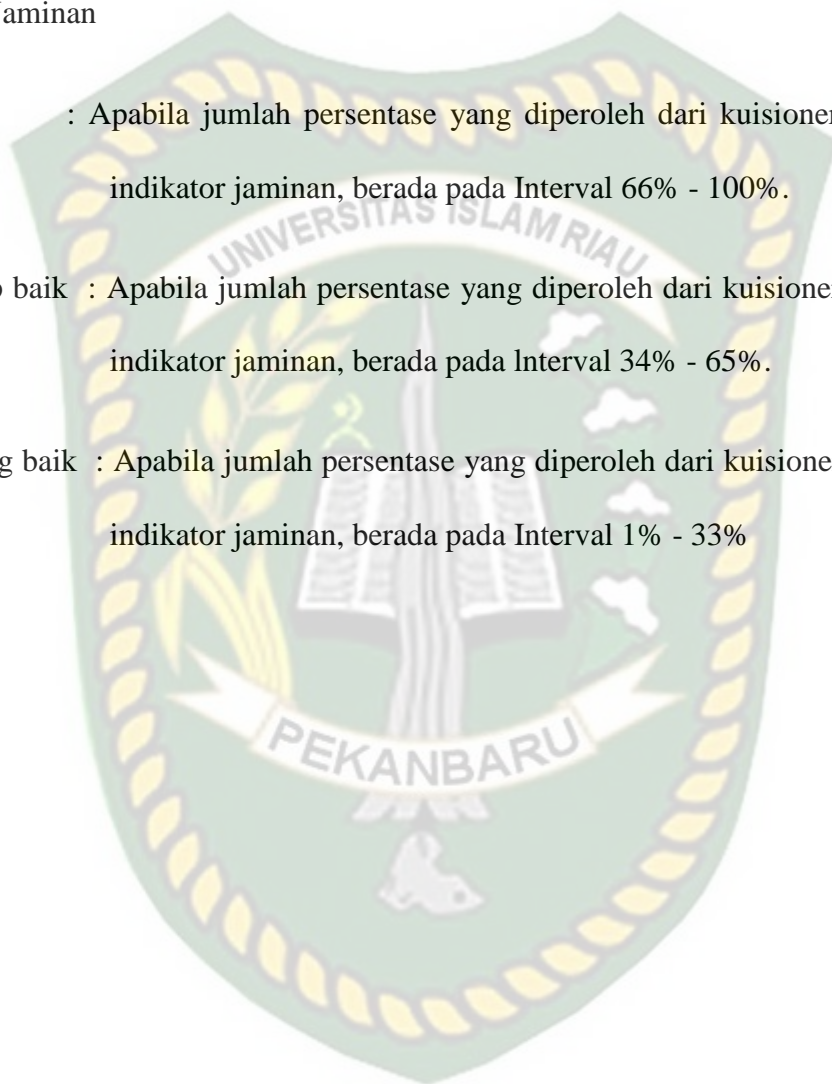
Kurang baik: Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator daya tanggap, berada pada Interval 1% - 33%.

#### 5. Jaminan

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator jaminan, berada pada Interval 66% - 100%.

Cukup baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator jaminan, berada pada Interval 34% - 65%.

Kurang baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator jaminan, berada pada Interval 1% - 33%



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Tipe penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah tipe penelitian survei deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif karena peneliti mengumpulkan data dengan menganalisa data dan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan ditempat penelitian.

Metode penelitian kuantitatif adalah jenis metode penelitian yang berlandaskan kepada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengumpulan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan insrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan ( Sugiyono, 2015:20)

Tipe penelitian ini digunakan agar dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru.

#### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru Jl Harapan Raya No. 20, Tangkerang Labuai, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau 28126. Adapun alasan yang menjadi alasan penulis melakukan penelitian di PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru adalah untuk mengetahui sejauh manakan tingkat kepuasa konsumen dalam menerima pelayanan dari PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru

### C. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2008: 115), populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Ari Kunto (2012:173), populasi adalah keseluruhan subyek penelitian, Populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru pada 6 bulan terakhir ditahun 2020 adalah sebanyak 721 orang.

Menurut Sugiyono, 2008:116) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut dimana sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Penelitian ini mengambil sampel dari populasi karena jumlah populasi lebih dari 100.

Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini digunakan rumus dari Slovin yaitu:

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

Dimana :

$n$  = Jumlah sampel yang diperlukan

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = Tingkat kesalahan sampel



Diketahui :

$$n = \frac{721}{1 + ((721 (0,10^2))}$$

$$n = 87,8$$

$$n = 88$$

Jadi, sampel pada penelitian ini adalah berjumlah sebanyak 88 orang pelanggan yang menggunakan jasa PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru.

Dalam penelitian ini penulis menetapkan sampel pada pelanggan dan manager sebanyak 88 responden

Untuk mendapatkan informasi mengenai aktifitas pemasaran perusahaan, peneliti mengambil 1 orang sampel dari salah satu manager perusahaan sebagai key informan pada PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru, yaitu seorang yang mengatur dan mengarahkan agar tercapainya tujuan suatu perusahaan. Selanjutnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel III.1 Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian**

| No | Keterangan   | Populasi (orang) | Sampel (orang) |
|----|--|------------------|----------------|
| 1  | Manager  | 1                | 1              |
| 2  | Konsumen yang menggunakan jasa PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru | 721              | 88             |
|    | Jumlah   | 722              | 89             |

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020

#### **D. Teknik Penarikan Sampel**

Jenis teknik penarikan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik Insidental Sampling yaitu, adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang bersangkutan layak digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2015:175).

Adapaun yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah para Konsumen dan Manager PT Kurnia Putra Mandiri (KPM ) Pekanbaru

#### **E. Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Data primer, yaitu data yang peneliti peroleh langsung dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner dan observasi yang biasa dilakukan peneliti (Umar, 2003, 41-42). Di dalam penelitian ini data primer diperoleh elalui penisian kuisioner dan hasl wawancara dari responden dan hasil observasi di lapangan.
- b. Data sekunder, yaitu data yang peneliti peroleh secara langsung dari sumbernya yang mampu memberikan sebuah informasi yang terkait dengan penelitian, yaitu data PT Kurnia Putra Mandiri gambaran umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan, jumlah konsumen dan data-data lainnya. Selain itu, peneliti juga mengambil data-data yang relevan dari buku-buku literatur dan internet.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data-data dan informasi lengkap yang dibutuhkan peneliti sebagai rujukan dalam penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data yang meliputi keterkaitan data secara langsung maupun tidak langsung pada fokus penelitian. Dalam hal ini pengambilan data dikumpulkan dengan sebagai berikut:

### **1. Teknik Interview (Wawancara)**

Yaitu peneliti mengumpulkan data melalui wawancara, dengan menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan secara tertulis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru yang dijadikan oleh peneliti sebagai alat bantu untuk mewawancarai manager untuk memperoleh data dan informasi baik mengenai konsumen yang menggunakan jasa PT Kurnia Putra Mandiri

### **2. Teknik Kuisisioner**

Yaitu suatu kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran daftar pertanyaan tertulis kepada manager, karyawan dan konsumen menyangkut masalah yang akan diteliti untuk diisi sesuai alternatif jawaban yang telah disediakan, untuk menggali informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru.

### **3. Teknik Observasi**

Yaitu teknik pengumpulan data dengan pengamatan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Kurnia Putra Mandiri

(KPM) Pekanbaru, secara langsung oleh peneliti terhadap konsumen dimana objek penelitian dilapangan tempat penelitian dilaksanakan.

#### 4. Teknik Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data tidak langsung yang ditujukan pada subjek penelitian. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang ada pada perusahaan yang relevan untuk menyusun deskriptif wilayah penelitian bahan bukti, dan bahan analisa.

#### G. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa data, peneliti menggunakan metode kuantitatif sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015;12).

### H. Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian

Tabel III.2 : Jadwal dan waktu Kegiatan Penelitian “Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT Kurnia Putra Mandiri (KPM) Pekanbaru

| No | Jenis Kegiatan                                | Bulan dan Minggu Ke- |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
|----|---|----------------------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|
|    |   | Des 2020             |   |   |   | Jan 2021 |   |   |   | Feb 2021 |   |   |   | Mar 2021 |   |   |   | Apr 2021 |   |   |   | Mei 2021 |   |   |   |
|    |   | 1                    | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 |
| 1  | Penyusunan UP                                 |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| 2  | Seminar UP                                    |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| 3  | Revisi UP                                     |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| 4  | Revisi Kuesioner                              |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| 5  | Rekomendasi Survei                            |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| 6  | Survei Lapangan                               |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| 7  | Analisis Data                                 |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| 8  | Penyusunan Laporan Hasil Penelitian (Skripsi) |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| 9  | Konsultasi Revisi Skripsi                     |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| 10 | Ujian Konferehensif skripsi                   |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| 11 | Revisi Skripsi                                |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| 12 | Pengadaan Skripsi                             |                      |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2020

## **I. Rencana Sistematika Laporan Penelitian**

Adapun sistematika penulisan usulan penelitian dalam bentuk proposal ini akan dibahas dalam tiga (3) BAB, dimana antara pembahasan tiap-tiap BAB mempunyai keterkaitan antara satu dengan yang lainnya yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada BAB ini dimulai dengan latar belakang masalah, dalam uraian berikutnya dibahas mengenai perumusan masalah, serta tujuan dan kegunaan penelitian.

### **BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR**

Pada BAB ini merupakan landasan teoritis untuk dapat melakukan pembahasan skripsi lebih lanjut yang mana berbagai teori yang berhubungan dengan penelitian ini, selanjutnya akan diuraikan kerangka pemikiran, hipotesis, konsep operasional, operasional variabel, dan teknik pengukuran.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada BAB ini terdiri dari tipe penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik penarikan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, jadwal pelaksanaan penelitian, serta sistematika penulisan penelitian,

### **BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN**

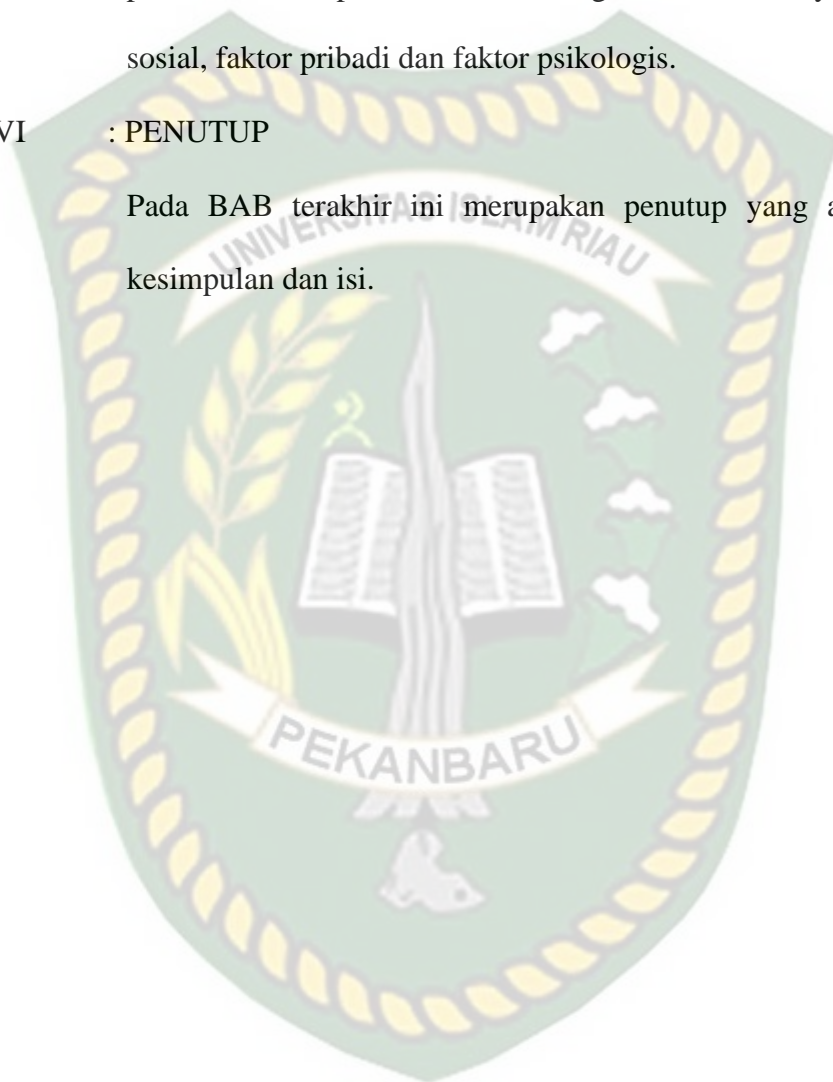
Pada BAB ini akan memuat tentang deskripsi lokasi penelitian, meliputi : visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan yang diteliti.

## BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada BAB ini akan berisi mengenai identitas responden, hasil penelitian dan pembahasan tentang faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

## BAB VI : PENUTUP

Pada BAB terakhir ini merupakan penutup yang akan berisi kesimpulan dan isi.



## BAB IV

### DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah Singkat PT. Kurnia Putra Mandiri

PT. Kurnia Putra Mandiri yang berlokasi di jalan Imam Munandar No.16-20 Tangkerang Selatan adalah suatu perusahaan AHASS bengkel resmi Honda yang bergerak di bidang Otomotif, didirikan oleh bapak Syahril yang berdiri pada tanggal 01 September 2016. Perusahaan ini terdiri dari 2 bagian yaitu Sales Office (SO) dan CSC (Bengkel/Pemeliharaan). Untuk Head Office berada di Kota Medan sedangkan total jumlah karyawan ada 19 orang digabung dengan CSC (Bengkel) yang terdiri dari 9 bagian CSC dan 10 pada bagian SO .

Berikut adalah berbagai jenis pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut:

1. Servis motor Honda, dimana setiap Honda baru mendapatkan 4 kali servis gratis yang bisa digunakan di seluruh AHASS yang tersebar diseluruh Indonesia.
2. Authorized Claim Shop, melayani klaim garansi motor Honda.
3. Penjualn sparepart asli milik motor Honda.
4. Servis kunjung motor anda , yaitu kami bisa mengirim mekanik yang sudah berpengalaman untuk melakukan servis dirumah ataupun di kantor anda.



## B. Struktur Organisasi

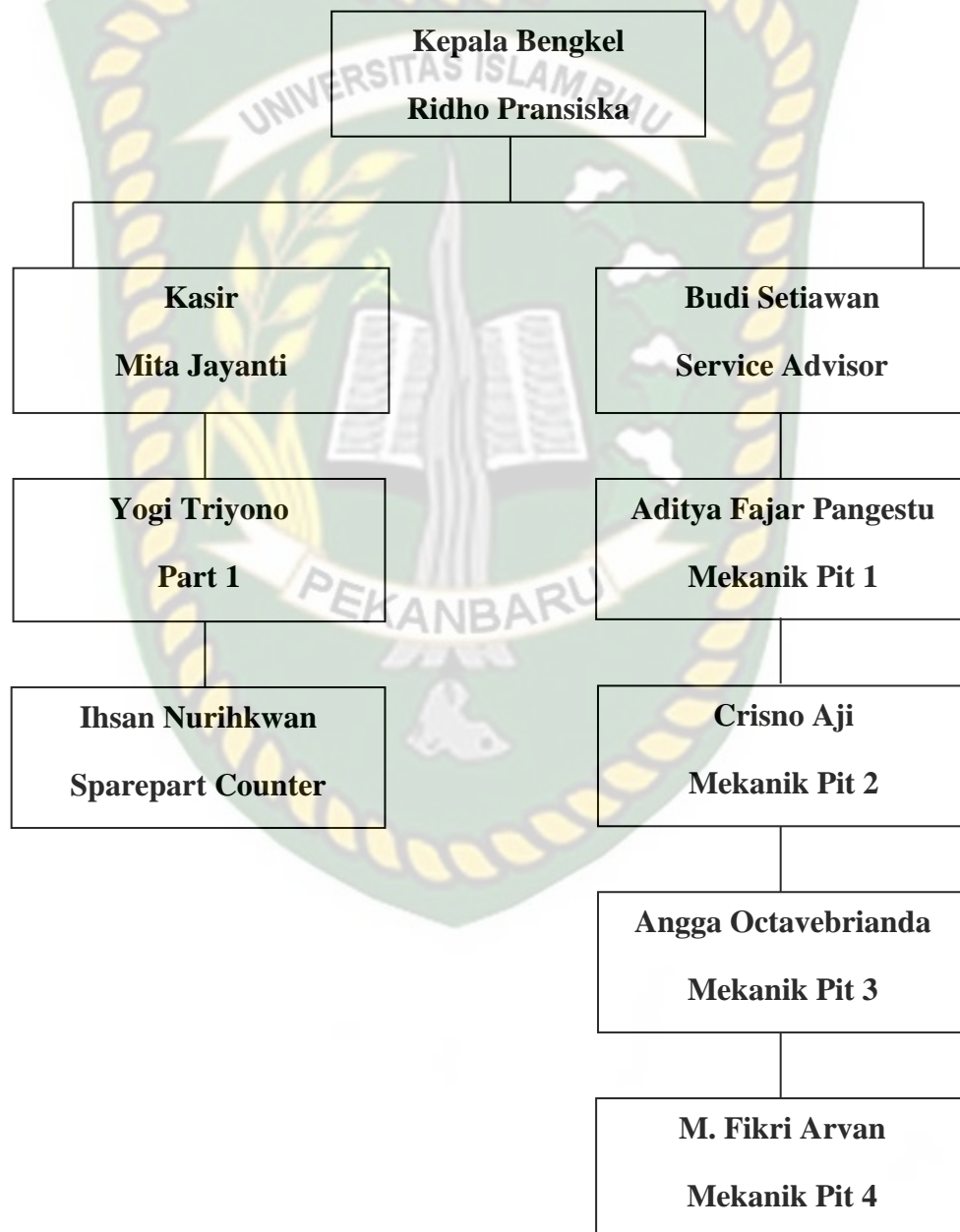
Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai struktur organisasi. Perusahaan yang mempunyai struktur organisasi berbeda-beda satu dengan yang lainnya tergantung dari tujuan perusahaan tersebut, sumber daya yang dimilikinya dan sumber lingkungan yang melingkupinya. Namun pada hakekatnya mempunyai prinsip yang sama agar tercapai tujuan yang efektif dan efisien. Struktur organisasi dapat dikatakan sebagai hubungan kerja antara satu bagian dengan bagian lainnya agar semua kegiatan perusahaan selesai pada waktunya, yang pada dasarnya bertujuan untuk mencapai kepuasan baik terhadap kebijakan perusahaan sebagai pengelola maupun tenaga kerja sebagai operasionalnya. Sebuah perusahaan yang besar maupun kecil sangat memerlukan adanya struktur organisasi perusahaan yang menerangkan kepada seluruh karyawan untuk mengerti apa tugas dan batasan-batasan tugasnya, kepada siapa dia bertanggung jawab sehingga pada akhirnya aktifitas akan berjalan secara sistematis dan terkoordinir.

Struktur organisasi merupakan kerangka bagian pembagian tanggung jawab dan fungsional kepada unit-unit organisasi yang dibentuk untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan dan agar dapat berjalan kearah tujuan yang diinginkan. Struktur organisasi berguna untuk mencegah adanya kesenjangan maupun tumpang tindihnya wewenang dan tanggung jawab serta memudahkan pimpinan perusahaan dalam mengawasi aktifitas yang dilakukan sehari-hari.

Menurut Bambang Riyanto (2001:75) struktur organisasi adalah kerangka dan susunan perwujudan pola tetap, hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi,

bagian-bagian, posisi-posisi, maupun orang-orang yang diwujudkan dalam bentuk kedudukan, tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi, untuk mengetahuinya bisalihat tabel dibawah ini:

**Gambar IV.1 : Struktur Organisasi**



Adapun tugas dari setiap bagian:

1. Kepala bengkel
  - a. Mengelola seluruh kegiatan bengkel dengan tujuan meningkatkan mutu serta pelayanan sesuai dengan SOP yang berlaku.
  - b. Menjaga dan meningkatkan mutu pelayanan bengkel.
  - c. Pembinaan dan pengembangan kualitas bengkel.
2. Service advisor
  - a. Menganalisa kerusakan dan memeriksa kendaraan serta menjelaskan hasil pemeriksaan kepada pelanggan.
  - b. Mencatat semua keluhan pelanggan mengenai kondisi kendaraannya.
  - c. Membuat perintah kerja bengkel.
  - d. Menjelaskan estimasi biaya dan waktu perbaikan kepada pelanggan.
  - e. Memeriksa dan mengecek perbaikan kendaraan apakah sesuai perintah dan kerja bengkel.
3. Kasir
  - a. Melakukan penagihan dan penarikan dana yang berupa piutang perusahaan.
  - b. Menerima pembayaran hasil dari service motor.
4. Part 1
  - a. Melakukan order spare part.
  - b. Mencatat order atau permintaan yang tidak dapat terpenuhi.
  - c. Menerima dan mengecek part datang sesuai dengan kondisi yang baik.
  - d. Menjaga kebersihan dan kerapian stok gudang.

- e. Mengatur dan menata layout digudang supaya mempermudah pencarian barang.
  - f. Membuat claim dan retur sparepart yang rusak atau yang jumlahnya kurang dalam penerimaan supliyer.
5. Mekanik
- a. Mengerjakan perbaikan serta perawatan kendaraan sesuai dengan perintah kerja bengkel dan sesuai dengan standart pekerjaan yang berlaku.
  - b. Mencatat pekerjaan di perintah kerja bengkel dan mencatat waktu kerja (waktu mulai dan selesai) pada kertas pekerjaan atau checksheet untuk menentukan flare rate.
  - c. Memeriksa kembali hasil pekerjaannya dan menyerahkan perintah kerja bengkel kepada kepala mekanik untuk dilakukan pengecekan.
  - d. Memelihara kebersihan peralatan kerja, menjaga kerapian dan kebersihan tempat kerja.
6. Sparepart Counter
- a. Melakaukan transaksi dan bertanggung jawab aka semua hal yang berhubungan dengan sparepart.

### **C. Visi dan Misi**

#### **Visi**

1. Menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial dan ramah lingkungan.
2. Menjadi bengkel resmi motor Honda yang handal dan sangat menghargai konsumen melalui pelayanan terbaik serta menggunakan tools yang handal.
3. AHM ingin menjadi pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia dan menjadi pemain kelas dunia , dengan mewujudkan impian konsumen, menciptakan kegembiraan bagi konsumen dan berkontribusi kepada masyarakat Indonesia.

#### **Misi**

1. Menciptakan solusi mobilitas bagi masyarakat dengan produk dan pelayanan publik
2. Menjadi bengkel resmi sepeda motor Honda yang menjadi pilihan utama anda

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Identitas Responden

Identitas responden merupakan keterangan yang diperoleh dari berdasarkan responden berdasarkan data kuesioner yang telah disebar oleh penulis yang didalamnya memuat mengenai jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan tingkat pendidikan responden. Identitas responden diperlukan dalam penelitian untuk memberikan gambaran yang signifikan dari jelas antara data yang disajikan untuk responden dengan analisis yang dilakukan, dan untuk menjawab tujuan dari penelitian.

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulisan melakukan wawancara karyawan dan pemilik PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 88 rangkap kepada responden yang ditujukan ke pelanggan yang memperbaiki sepeda motor di PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru.

##### 1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden dari masyarakat yang menjadi pelanggan yang memperbaiki sepeda motor di PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru. Berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel pada bawah ini

**Tabel V.1 : karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin pada PT.****Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru**

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase % |
|----|---------------|-----------|--------------|
| 1  | Laki-Laki     | 60        | 68%          |
| 2  | Perempuan     | 28        | 32%          |
|    | Total         | 88        | 100%         |

Sumber : Data Olahan, 2021

Berdasarkan data pada tabel V.1 dapat dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki 60 orang dengan persentase 68% sementara responden jenis perempuan jumlah 28 orang dengan persentase 32%. Dengan jumlah responden berjumlah 88 orang dengan persentase 100%.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan pada PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru lebih didominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki yang berjumlah 60 orang hal ini dikarenakan sebagian besar adalah laki-laki yang banyak memperbaiki sepeda motor di PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru.

## 2. Identitas Responden Berdasarkan Umur Responden

Umur atau usia merupakan satu tingkat kematangan seseorang dalam berfikir dan bertindak mengambil keputusan terhadap sesuatu yang seharusnya dan yang tidak seharusnya dilakukan.

**Tabel V.2 : karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden pada AHASS AMS Ananda Motorindo Sejati 06525**

| Umur  | Frekuensi | Persentase % |
|-------|-----------|--------------|
| 17-26 | 30        | 34%          |
| 27-35 | 21        | 24%          |
| 36-44 | 20        | 23%          |
| 45-53 | 17        | 19%          |
| Total | 88        | 100%         |

*Sumber : Data Olahan, 2021*

Pada tabel V.2 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa tingkat umur responden pada PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru pada rentan umur 17-26 tahun 30 orang dengan persentase 34%, sementara umur 27-35 tahun 21 orang dengan persentase 24%, umur 36-44 tahun 20 orang dengan persentase 23%, dan umur 45-53 tahun 17 orang dengan persentase 19%, dengan keseluruhan berjumlah 88 orang responden dengan persentase 100%.

### **3. Identitas Berdasarkan JenisPekerjaan**

Untuk mengetahui identitas responden masyarakat yang menjadi pelanggan pada PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru berdasarkan tingkat pekerjaan dapat dilihat tabel berikut ini :



**Tabel V.3 : karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden pada PT Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru**

| Jenis Pekerjaan | Frekuensi | Persentase % |
|-----------------|-----------|--------------|
| Wiraswasta      | 17        | 19%          |
| Umum            | 29        | 33%          |
| PNS             | 13        | 15%          |
| Mahasiswa       | 21        | 24%          |
| Pelajar         | 8         | 9%           |
| Total           | 88        | 100%         |

*Sumber : Data Olahan, 2021*

Pada tabel V.3 di atas, maka dapat diketahui bahwa tingkat pekerjaan responden pada PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru yaitu sebagai pekerjaan wiraswasta berjumlah 17 orang dengan persentase 19%, sementara umum berjumlah 29 orang dengan persentase 33%, kemudian PNS berjumlah 13 orang dengan persentase 15%, kemudian mahasiswa berjumlah 21 orang dengan persentase 24%, kemudian pelajar berjumlah 8 orang dengan persentase 9% dengan keseluruhan berjumlah 88 orang responden dengan persentase 100%.

Dilihat dari hasil tabel diatas dari 88 orang responden paling banyak adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai umum dengan jumlah 29 orang dengan persentase 33% dikarenakan umum sendiri merupakan pekerja yang yang tidak ingin dipublikasikan , sehingga memiliki tingkat untuk memperbaiki sepeda motor di PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru yang cukup

tinggi, dengan begitu wiraswasta lebih mendominasi dalam memperbaiki sepeda motor PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru.

#### 4. Identitas Responden Berdasarkan Tingkatan Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian adapun identitas responden dalam penelitian ini berdasarkan tingkat pendidikan dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel V.4 : karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Pendidikan Responden pada PT Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru**

| Tingkatan Pendidikan | Frekuensi | Persentase % |
|----------------------|-----------|--------------|
| SMA                  | 46        | 52%          |
| S I                  | 17        | 19%          |
| DIPLOMA              | 18        | 21%          |
| S 2                  | 7         | 8%           |
| Total                | 88        | 100%         |

*Sumber : Data Olahan, 2021*

Berdasarkan data tabel V.4 di atas, dapat dijelaskan bahwa tingkat pendidikan responden pada PT.Kurnia Putra Mandiri Kota Pekanbaru pada tingkat pendidikan SMA berjumlah 46 orang dengan persentase 52%, sedangkan pendidikan S1 berjumlah 17 orang dengan persentase 19%, kemudian pendidikan DIPLOMA berjumlah 18 orang dengan persentase 21%, dan pendidikan S2 berjumlah 7 orang dengan persentase 8%. Dengan jumlah keseluruhan 88 orang responden dengan persentase 100%.

Dari penjelasan diatas dapat dihasilkan bahwa tanggapan responden terbanyak ialah pada tingkatan SMA dengan jumlah 46 orang, hal ini dikarenakan tingkat pendidikan mempengaruhi jenis dan mutu dalam memperbaiki sepeda

motor PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru, sehingga dalam hal ini pendidikan merupakan jenjang pendidikan SMA terbanyak dalam memperbaiki sepeda motor.

## **B. Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT Kurnia Putra Mandiri Kota Pekanbaru**

Untuk mengetahui analisis kualitas pelayanan pada PT. Kurnia Putra Mandiri Harapan Raya Kota Pekanbaru maka peneliti menganalisis indikator kualitas pelayanan menurut Kotler (2012) yaitu:

1. Bukti fisik(*tangibles*)
2. Empati (*empathy*)
3. Keandalan(*reliability*)
4. Daya tanggap (*responsiveness*)
5. Jaminan (*assurance*)

### **1. Bukti Langsung**

yakni fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik,perlengkapan,pegawai dan sarana komunikasi

Sub indikator Bukti Langsung meliputi :

1. Kelengkapan fasilitas peralatan
2. Pegawai
3. Sarana komunikasi

berikut ini merupakan tabel tanggapan pelanggan di PT. Kurnia Putra Mandiri dari 88 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai bukti

langsung analisis kualitas pelayanan pada PT. Kurnia Putra Mandiri

**4. Tabel V.5 : Tanggapan Responden Untuk Indikator tentang Bukti Langsung Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru**

| No                | Bukti Langsung                  | Pengukuran Variabel |             |             | Jumlah      |
|-------------------|---------------------------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|
|                   |                                 | Baik                | Cukup Baik  | Kurang Baik |             |
| 1.                | Kelengkapan fasilitas peralatan | 52<br>(59%)         | 28<br>(32%) | 8<br>(9%)   | 88          |
| 2                 | Pegawai                         | 27<br>(31%)         | 52<br>(59%) | 9<br>(10%)  | 88          |
| 3                 | Sarana komunikasi               | 70<br>(80%)         | 12<br>(14%) | 6<br>(7%)   | 88          |
| <b>Jumlah</b>     |                                 | <b>149</b>          | <b>92</b>   | <b>23</b>   | <b>264</b>  |
| <b>Rata-Rata</b>  |                                 | <b>50</b>           | <b>31</b>   | <b>7</b>    | <b>88</b>   |
| <b>Persentase</b> |                                 | <b>57%</b>          | <b>35%</b>  | <b>8%</b>   | <b>100%</b> |

*Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021*

Berdasarkan tabel V.5 diatas dapat diketahui tanggapan dari pelanggan PT.Kurnia Putra Mandiri mengenai bukti langsung terhadap kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri berjumlah 88 orang. Responden sebanyak (57%) menyatakan baik dengan rata-rata 50 responden, sebanyak (35%) menyatakan cukup baik dengan rata-rata 31 responden dan sebanyak (8%) menyatakan kurang baik dengan rata-rata 7 orang responden. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa bukti langsung terhadap kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru adalah dapat dikatakan baik dengan persentase (57%).

Kemudian untuk item penilaian sub indikator dari kelengkapan fasilitas peralatan dapat dilihat bahwa 52 orang responden atau sama dengan 59% menyatakan baik artinya bahwa pihak bengkel PT.Kurnia Putra Mandiri sudah melengkapi berupa sarana parkir,air, wifi gratis, minum buat pelanggan,tempat

meletakkan helm, koran untuk membaca, dan TV untuk menonton, selanjutnya 28 orang responden atau sama dengan 32% memberikan jawaban cukup baik dikarenakan cukup dalam melengkapi fasilitas berupa sarana parkir, wifi gratis, air minum buat pelanggan, koran buat membaca, tempat meletakkan helm dan lain sebagainya di PT. Kurnia Putra Mandiri Pekanbaru, sementara itu untuk item penilaian sub indikator Fasilitas Fisik dapat dilihat bahwa 8 orang menyatakan kurang baik dikarenakan fasilitas ruangan khusus AC tidak ada dan kurangnya fasilitas tempat duduk sehingga ketika ramai ada yang tidak kebagian tempat duduk.

Selanjutnya untuk item kedua penilaian sub indikator pegawai dapat dilihat bahwa 27 orang atau sama dengan 31% menyatakan baik artinya pelanggan puas dengan pengalaman para pegawai dan terlatih sesuai standar Honda tertentu, serta selalu berpakaian rapi dan bersih dan 52 orang atau sama dengan 59% mengatakan cukup baik dikarenakan pelanggan belum puas dengan pegawai lakukan dimana masih sering terjadi *human error* sehingga terjadinya kesalahan, serta ada beberapa pegawai yang berpakaian kurang rapi dan 9 orang atau sama dengan 10% menyatakan kurang baik disebabkan pegawai masih kurang berpengalaman sehingga apa yang dikerjakan belum sesuai dengan standar Honda berikan sehingga pelanggan merasa kurang.

Dan terakhir untuk item ketiga penilaian subindikator sarana komunikasi dapat dilihat bahwa 70 atau sama dengan 80% orang menyatakan baik artinya pihak perusahaan telah mempunyai sarana telepon, WA dan SMS untuk berkonsultasi atas keluhan yang terjadi pada kendaraan para pelanggan, dan 12

orang menyatakan cukup baik dikarenakan para pelanggan cukup puas telah diberikan sarana pengaduan apabila terjadinya keluhan,, dan 6 orang atau 7% menyatakan kurang baik dikarenakan pelanggan masih kurang puas dengan sarana komunikasi yang telah diberikan perusahaan.

Berdasarkan hasil observasi penulis pada indikator bukti langsung (*tangibles*) terlihat dari segi perlengkapan bengkel sudah memberikan kepuasan terhadap pelanggan, hanya saja perlu memperhatikan fasilitas AC yang tidak tersedia dan kurangnya fasilitas tempat duduk bagi pelanggan, pegawai yang masih kurang berpengalaman sehingga sering terjadinya *human error*,kemudian sarana komunikasi sudah ada telepon, WA dan SMS untuk berkonsultasi apabila adanya terjadi keluhan terhadap pelanggan karena pihak perusahaan dengan tanggap melakukannya untuk konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Crisno Aji sebagai Mekanik PT.Kurnia Putra Mandiri Imam Munandar kota pekanbaru pada tanggal 22 maret 2021 menyatakan bahwa

*“bahwasannya untuk kelengkapan fasilitas kita memang belum sepenuhnya lengkap dan masih ada alat-alat yang belum kita miliki seperti pit stop pergantian oli yang terletak didepan, lalu belum adanya pergantian angin nitrogen dan kita masih menggunakan angin biasa, kemudian untuk pegawai kita sudah diberi pengetahuan sesuai SOP pengerjaan sehingga pegawai memiliki pengalamannya sendiri dalam melayani pelanggan, dan untuk sarana komunikasi kita sudah menyamai bengkel-bengkel besar karena sudah memiliki tempat pengaduan melalui via telepon, WA dan SMS sehingga memudahkan pelanggan dalam mengatasi keluhannya .*

Dari pemaparan wawancara diatas dapat dipahami bahwa perlu adanya penambahan fasilitas seperti *pit stop* pergantian oli dimana fasilitas tersebut diperuntukan bagi pelanggan yang ingin mengganti oli tanpa harus mengantri

dengan begitu pelayanan cepat diselesaikan . serta harus adanya pengisian angin berupa nitrogen yang mana nitrogen tersebut jauh lebih baik dari angin biasa sehingga memberikan hasil jauh lebih baik. Selanjutnya perusahaan harus memberikan ruangan khusus berAC agar tidak bercampur dengan pelanggan yang merokok, dengan begitu pelanggan merasa nyaman. Lalu untuk pegawai harus diperhatikan dalam berpakaian agar terlihat rapih dan bersih sehingga memberikan kesan baik terhadap pelanggan. Dengan penambahan fasilitas tersebut maka pelayanan jauh lebih baik sehingga pelanggan merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

hasil wawancara dengan mekanik tersebut peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada indikator bukti langsung di bengkel PT.Kurnia Putra Mandiri bisa dikategorikan baik

## **2. Empati**

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

Sub indikator empati meliputi :

1. Komunikasi yang baik.
2. Perhatian pribadi.
3. Memahami dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan

Berikut ini merupakan tanggapan responden di PT Kurnia Putra Mandiri dari 88 orang responden yang mengisi jawaban kusioner mengenai Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT Kurnia Putra Mandiri.

**Tabel V.6: Tanggapan Responden Untuk Indikator Empati Pada PT Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru**

| No                | Empati   | Pengukuran Variabel |             |             | Jumlah      |
|-------------------|--|---------------------|-------------|-------------|-------------|
|                   |  | Baik                | Cukup Baik  | Kurang Baik |             |
| 1.                | Komunikasi yang baik                             | 32<br>(36%)         | 52<br>(59%) | 4<br>(5%)   | 88          |
| 2                 | Perhatian pribadi                                | 30<br>(34%)         | 49<br>(56%) | 9<br>(10%)  | 88          |
| 3                 | Memahami dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan | 36<br>(41%)         | 46<br>(52%) | 6<br>(7%)   | 88          |
| <b>Jumlah</b>     |  | <b>98</b>           | <b>147</b>  | <b>19</b>   | <b>264</b>  |
| <b>Rata-Rata</b>  |  | <b>33</b>           | <b>49</b>   | <b>6</b>    | <b>88</b>   |
| <b>Persentase</b> |  | <b>37%</b>          | <b>56%</b>  | <b>7%</b>   | <b>100%</b> |

Sumber : Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel V.6 diatas dapat diketahui tanggapan dari pelanggan PT.Kurnia Putra Mandiri mengenai empati terhadap kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri berjumlah 88 orang. Responden sebanyak (37%) menyatakan baik dengan rata-rata 33 responden, sebanyak (56%) menyatakan cukup baik dengan rata-rata 49 responden dan sebanyak (7%) menyatakan kurang baik dengan rata-rata 6 responden. Dari tanggapan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa empati terhadap kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru dapat dikatakan cukup baik dengan persentase (56%).

Penilaian dari sub indikator pertama untuk item komunikasi yang baik dapat dilihat bahwa 32 orang responden atau sama dengan 36% memberikan jawaban baik artinya bahwa pihak PT Kurnia Putra Mandiri telah mengedukasi karyawan maupun mekanik dengan baik sehingga mempermudah dalam hal



berkomunikasi terhadap pelanggan, Sedangkan 52 orang responden atau sama dengan 59% memberikan jawaban cukup baik dikarenakan karyawan maupun mekanik belum mempunyai jam terbang dalam berkomunikasi dengan para pelanggan sehingga perlu adanya edukasi kepada karyawan, dan untuk responden yang mengatakan kurang baik ada 4 orang.

Kemudian penilaian sub indikator kedua perhatian pribadi dapat dilihat bahwa dari responden 30 orang responden atau sama dengan 34% mengatakan baik artinya bahwa pihak perusahaan sudah memberikan perhatian pribadi karena pihak perusahaan sudah ada WA bengkel yang sering komunikasi jadi bebas mau berkonsultasi lewat telpon langsung , selanjutnya 49 orang responden atau sama dengan 56% menyatakan cukup baik, dikarenakan tidak semua karyawan mempunyai kepribadian yang disukai para pelanggan dan kurangnya pendekatan, sementara 6 orang memberikan jawaban kurang artinya masih ada kurangnya perhatian yang diberikan karyawan terhadap kebutuhan pelanggan.

Dan terakhir untuk item penilaian sub indikator memahami dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan dapat dilihat bahwa 36 responden atau 41% mengatakan baik artinya bahwa pihak perusahaan telah memahami dan peduli terhadap memenuhi kebutuhan pelanggan, karena pihak perusahaan merasa sangat penting dalam hal tersebut, selanjutnya 46 orang atau 52% menyatakan cukup baik, dikarenakan pelanggan masih kurang puas atas kinerja karyawan maupun mekanik dalam memahami dan peduli kebutuhan para pelanggan yang melakukan servis kendaraan, sementara 6 orang memberikan jawaban kurang baik dikarenakan masih ada kebutuhan para pelanggan yang belum terpenuhi secara

baik.

Dari penilaian diatas maka hasil observasi penulis pada indikator empati (*empathy*) terlihat dari segi komunikasi cukup baik dengan presentasi 56% karena belum mempunyai edukasi dalam berkomunikasi langsung dengan pelanggan yang berkonsultasi, masih kurangnya perhatian pribadi pada tiap-tiap karyawan dalam pendekatan terhadap para pelanggan sehingga pelanggan merasa betul-betul diperhatikan selanjutnya pelanggan dengan sendirinya menjadi loyal dan empati. Karyawan harus mampu berikan nasihat kepada pelanggan apabila pelanggan complain, selanjutnya mekanik dalam pengecekan terhadap kendaraan pelanggan harus lebih diperhatikan lagi agar tidak terjadi pengulangan kembali dalam memperbaiki sepeda motor. `

Berdasarkan hasil wawancara dengan Crisno Aji sebagai mekanik PT.Kurnia Putra Mandiri Imam Munandar kota Pekanbaru pada tanggal 22 maret 2021 menyatakan bahwa :

*“mendapatkan empati salah satunya kita harus melakukan pendekatan kepada pelanggan ,kemudian kita melakukan pemeriksaan motor pelanggan dengan jujur jangan kita berbohong ,serta kita harus bisa berkomunikasi dengan baik dengan begitu kita bisa dekat dengan pelanggan sehingga timbulnya rasa loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.saya melihat ada beberapa karyawan yang masih kurang pengalaman dalam berkomunikasi langsung sehingga saya langsung yang berkomunikasi dengan pelanggan agar apa yang disampaikan dapat diterima pelanggan.”*

dari hasil wawancara teradap mekanik terlihat jelas masih kurangnya pengalaman berkomunikasi kepada pelanggan oleh karena itu perlu adanya edukasi dan bimbingan langsung terhadap mekanik agar komunikasi dengan pelanggan jauh lebih baik sehingga memudahkan pendekatan oleh pelanggan. Lalu kurangnya memahami terhadap kebutuhan pelanggan menjadi catatan

tersendiri kepada perusahaan agar kedepannya jauh mementingkan kebutuhan pelanggan sehingga pelayanan yang diberikan akan jauh lebih baik untuk kedepannya.

hasil wawancara saya dengan mekanik tersebut peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada bengkel PT.Kurnia Putra Mandiri masih dikategorikan cukup baik.

### 3. Keandalan

Yakni konsisten dari penampilan dan keandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan

berikut ini merupakan tabel tanggapan pelanggan di PT. Kurnia Putra Mandiri dari 88 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai keandalan analisis kualitas pelayanan pada PT. Kurnia Putra Mandiri

**Tabel V.7: Tanggapan Responden Untuk Indikator Keandalan Pada PT Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru**

| No               | Keandalan  | Pengukuran Variabel |             |             | Jumlah     |
|------------------|--|---------------------|-------------|-------------|------------|
|                  |  | Baik                | Cukup Baik  | Kurang Baik |            |
| 1.               | Kemampuan perusahaan untuk cepat mengatasi keluhan | 40<br>(45%)         | 39<br>(44%) | 9<br>11%)   | 88         |
| 2                | Kecepatan dalam service efisiensi pelayanan        | 30<br>(34%)         | 58<br>(66%) | 0<br>(0%)   | 88         |
| 3                | Hasil yang memuaskan                               | 42<br>(48%)         | 43<br>(49%) | 3<br>(3%)   | 88         |
| <b>Jumlah</b>    |  | <b>112</b>          | <b>140</b>  | <b>12</b>   | <b>264</b> |
| <b>Rata-Rata</b> |  | <b>37</b>           | <b>47</b>   | <b>4</b>    | <b>88</b>  |

|                   |            |            |           |             |
|-------------------|------------|------------|-----------|-------------|
| <b>Persentase</b> | <b>42%</b> | <b>53%</b> | <b>5%</b> | <b>100%</b> |
|-------------------|------------|------------|-----------|-------------|

*Sumber : Data Olahan, 2021*

Berdasarkan tabel V.7 diatas dapat diketahui tanggapan dari pelanggan PT.Kurnia Putra Mandiri mengenai keandalan terhadap kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri yang berjumlah 88 orang, sebanyak (42%) menyatakan baik dengan rata-rata 37 responden, sebanyak (53%) menyatakan cukup baik dengan rata-rata 47 responden, sebanyak (5%) menyatakan kurang baik dengan rata-rata 4 responden, dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keandalan terhadap kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru dikategorikan cukup baik dengan persentase (53%).

Penilaian dari sub indikator pertama yaitu kemampuan perusahaan untuk cepat mengatasi keluhan dapat dilihat bahwa 40 orang responden atau sama dengan 45% menyatakan baik artinya bahwa pihak bengkel PT Kurnia Putra Mandirisudah memberikan kemampuan perusahaan untuk cepat mengatasi keluhan pelanggan meskipun dari segi persentasi cenderung kurang memuaskan namun ini bisa menjadikan motivasi tersendiri bagi perusahaan agar meningkatkan dalam segi keandalan mengatasi keluhan terhadap pelanggan, sedangkan 39 orang responden atau sama dengan 44% dikarenakan pihak perusahaan masih kurang sigap dan cekatan dalam menangani keluhan para pelanggan dan ini menjadi catatan tersendiri bagi perusahaan agar lebih memperbaiki disegi kecepatan dalam keluhan dari pelanggan .sedangkan yang menjawab kurang baik ada 9 orang atau sama dengan 11% , dengan begitu pihak perusahaan masih harus mempercepat dalam segi keluhan terhadap pelanggan

dan jangan pernah merasa cepat puas.

Kemudian untuk item kedua penilaian sub indikator kecepatan dan efisiensi pelayanan dapat dilihat bahwa 30 responden atau sama dengan 34% menyatakan baik artinya bahwa pihak bengkel PT Kurnia Putra Mandiri sudah memberikan pelayanan yang sangat cepat dalam pengerjaan service kendaraan sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama untuk menunggu dengan begitu pelanggan merasa puas dengan kinerja karyawan, kemudian 58 orang responden atau sama dengan 66% memberikan jawaban cukup baik, dengan hasil ini masih jadi catatan tersendiri bagi perusahaan agar menjaga performa para mekanik agar memiliki kecepatan dalam pengerjaan motor pelanggan, selanjutnya untuk responden yang menjawab kurang baik ada tidak ada.

Untuk item ketiga penilaian sub indikator hasil yang memuaskan dapat dilihat bahwa 42 orang responden atau sama dengan 48% menyatakan baik artinya pihak perusahaan telah memberikan hasil perawatan sepeda motor dengan sangat baik sehingga pelanggan merasa sangat puas dengan janji yang diberikan, kemudian 43 responden atau sama dengan 49% memberikan jawaban cukup baik, dikarenakan perusahaan tidak memberikan hasil yang dijanjikan diawal sehingga terjadinya kerusakan kembali terhadap kendaraan yang telah diservice, dan 3 responden menjawab kurang baik dikarenakan pelanggan masih ingin berharap lebih dengan hasil yang telah dikerjakan sehingga timbulnya rasa kurang puas.

Hal ini berdasarkan hasil observasi peneliti pada indikator keandalan terlihat sudah memberikan kepuasan terhadap pelanggan hanya saja untuk kedepannya karyawan harus lebih cepat dalam pengerjaan motor yang diservice

agar pelanggan tidak menunggu waktu lama, serta hasil pengerjaan yang sudah cukup baik sehingga butuh konsistensi agar semua pengerjaan memberi kepuasan tersendiri bagi pelanggan yang melakukan perawatan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Crisno Aji sebagai mekanik PT.Kurnia Putra Mandiri Imam Munandar kota Pekanbaru pada tanggal 22 maret 2021 menyatakan bahwa :

*“kalo dari mekanik sendiri sih kita mengikuti SOP yang sudah ada cara perbaikan sesuai dengan yang diajarkan oleh teknikal reading,dengan begitu segala keluhan yang disampaikan oleh pelanggan bisa dikerjakan dengan baik. Untuk kecepatan dalam pelayanan kita harus memberikan pelayanan sesuai dengan yang kita janjikan sehingga memberikan nilai positif bagi pelanggan yang datang”*

Dari hasil wawancara diatas mengenai keandalan dapat dipahami bahwa semua yang dilakukan oleh perusahaan sudah sesuai SOP hanya saja masih kurangnya sumber daya manusia yang cekatan dalam menangani keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, oleh sebab itu perlu adanya latihan dalam kecepatan melakukan pekerjaan sehingga kualitas pelayanan yang diberikan menjadi lebih baik dari segi hasil serta waktu yang dipergunakan tidak begitu lama, dengan begitu pelanggan yang menunggu jadi puas atas kinerja yang diberikan perusahaan.

Wawancara yang peneliti lakukan terhadap mekanik tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan pihak bengkel PT.Kurnia Putra Mandiri berupa Keandalan masih dalam kategori cukup baik.

#### **4. Daya Tanggap**

Yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah

dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

berikut ini merupakan tabel tanggapan pelanggan di PT. Kurnia Putra Mandiri dari 88 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai daya tanggap analisis kualitas pelayanan pada PT. Kurnia Putra Mandiri

**Tabel V.8: Tanggapan Responden Untuk Indikator Daya Tanggap Pada PT Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru**

| No         | Item pertanyaan   | Jawaban responden |             |             | Jumlah       |
|------------|---|-------------------|-------------|-------------|--------------|
|            |   | Baik              | Cukup baik  | Kurang baik |              |
| 1          | Kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah | 38<br>(43%)       | 48<br>(55%) | 2<br>(2%)   | 88<br>100%   |
| 2          | Kejelasan informasi penyampaian jasa                              | 45<br>(51%)       | 43<br>(49%) | 0<br>(0%)   | 88<br>(100%) |
| Jumlah     |   | 83                | 91          | 2           | 176          |
| Rata-rata  |   | 41,5              | 45,5        | 1           | 88           |
| Persentase |   | (47%)             | (52%)       | (1%)        | 100%         |

Sumber : Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel V.8 diatas dapat diketahui tanggapan dari pelanggan PT.Kurnia Putra Mandiri mengenai day tanggap terhadap kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri yang berjumlah 88 orang, sebanyak (47%) menyatakan baik dengan rata-rata 41,5 responden, sebanyak (52%) menyatakan cukup baik dengan rata-rata 45,5 responden, sebanyak (1%) menyatakan kurang baik dengan rata-rata 1 responden, dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa daya tanggap terhadap kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri

kota Pekanbaru dikategorikan cukup baik dengan persentase (52%).

Untuk item penilaian pertama yaitu kecepatan dalam menangani keluhan dapat dilihat bahwa 38 orang responden atau sama dengan 43% menyatakan baik artinya perusahaan sudah memberikan kesigapan dan kecepatan dalam menyelesaikan setiap masalah, 48 orang atau 55% mengatakan cukup baik dikarenakan masih kurangnya kesigapan karyawan terhadap permasalahan yang dihadapi dan 2 orang mengatakan kurang baik dikarenakan karyawan masih sangat lambat dalam segi kesigapan dan kecepatan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

Selanjutnya untuk item kedua penilaian sub indikator kejelasan informasi penyampaian jasa dapat dilihat bahwa 45 orang atau 51% Mengatakan baik artinya pelanggan sangat puas terhadap para karyawan maupun mekanik yang telah memberikan informasi penyampaian jasa dengan sangat jelas dan mudah untuk dipahami., 43 orang atau 49% mengatakan cukup baik dikarenakan kurangnya edukasi kepada karyawan atau mekanik dalam penyampaian dan kejelasan dari pelanggan terhadap informasi yang diberikan, dan untuk pelanggan yang mengatakan kurang baik ada 2 orang.

Hal ini berdasarkan hasil observasi peneliti pada indikator daya tanggap terlihat sudah memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan persentasi 70.5% dan dikategorikan baik adapun hal-hal yang harus diperhatikan penyampaian informasi yang harus lebih jelas dan mudah dipahami sehingga memberi kesan lebih dari pelanggan ,serta mempunyai wawasan dalam berbicara agar apa yang disampaikan ke pelanggan bisa diterima dengan baik.



Berdasarkan hasil wawancara dengan Crisno Aji sebagai mekanik PT.Kurnia Putra Mandiri Imam Munandar kota Pekanbaru pada tanggal 22 maret 2021 menyatakan bahwa :

*“untuk kecepatan dalam penanganan keluhan kita selalu memprioritaskan apa saja keluhan yang disampaikan oleh pelanggan agar menjadi acuan kerja supaya tidak ada kesalahan dalam penanganan yang dilakukan oleh pelanggan, lalu kami ada diajarkan cara berkomunikasi kepada pelanggan agar apa yang kami sampaikan itu bisa diterima dengan baik oleh pelanggan”*

Dari pemaparan wawancara diatas kesigapan dan kecepatan masih perlu menjadi perhatian karena sangat penting bagi pelayanan perusahaan oleh karena itu setiap pemberian informasi kerusakan harus disampaikan dengan benar agar semua informasi yang disampaikan tidak mempengaruhi kualitas dalam pelayanan diberikan perusahaan.

wawancara peneliti dengan mekanik tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel berupa Daya T dalam ketegori cukup baik.

##### **5. Jaminan (*assurance*)**

Yaitu apabila pembeli tidak puas atau jika barang atau jasa tidak sesuai dengan diperjanjikan dalam masa tertentu maka penjual setuju untuk memperbaiki dengan mengganti item atau bagian yang rusak.

berikut ini merupakan tabel tanggapan pelanggan di PT. Kurnia Putra Mandiri dari 88 orang responden yang mengisi kuesioner mengenai jaminan analisis kualitas pelayanan pada PT. Kurnia Putra Mandiri

**Tabel V.9: Tanggapan Responden Untuk Indikator Jaminan Pada PT Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru**

| No         | Item pertanyaan                    | Jawaban responden |             |             | Jumlah       |
|------------|------------------------------------|-------------------|-------------|-------------|--------------|
|            |                                    | Baik              | Cukup baik  | Kurang baik |              |
| 1          | Kepercayaan konsumen pada karyawan | 50<br>(57%)       | 31<br>(35%) | 7<br>(8%)   | 88<br>100%   |
| 2          | Rasa aman yang diberikan           | 34<br>(39%)       | 54<br>(61%) | (0%)        | 88<br>(100%) |
| Jumlah     |                                    | 84                | 85          | 7           | 176          |
| Rata-rata  |                                    | 42                | 42,5        | 3,5         | 88           |
| Persentase |                                    | (48%)             | (48%)       | (4%)        | 100%         |

Sumber : Data Olahan, 2021

Dari tabel V.9 diatas dapat diketahui tanggapan dari pelanggan PT.Kurnia Putra Mandiri mengenai jaminan terhadap kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri yang berjumlah 88 orang, sebanyak (48%) menyatakan baik dengan rata-rata 84 responden, sebanyak (48%) menyatakan cukup baik dengan rata-rata 85 responden, sebanyak (4%) menyatakan kurang baik dengan rata-rata 3,5 responden, dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keandalan terhadap kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri kota Pekanbaru dikategorikan cukup baik dengan persentase (53%).

Untuk item penilaian pertama yaitu kepercayaan konsumen pada karyawan dapat dilihat bahwa 50 orang responden atau sama dengan 57% menyatakan baik artinya pelanggan merasa puas atas kepercayaan yang telah diberikan kepada karyawan untuk menyelesaikan kendaraan yang dititipkan, dan 31 orang memberikan jawaban cukup baik atau sama dengan 35% dikarenakan pelanggan masih kurang percaya apa yang telah di kerjakan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel, dan untuk responden yang menjawab kurang baik

ada 7 orang atau sama dengan 8% dikarenakan rasa percaya yang telah hilang atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel.

Kemudian untuk item kedua penilaian sub indikator rasa aman yang diberikan dapat dilihat bahwa 34 orang atau sama dengan 39% menjawab sangat baik, artinya pelanggan merasa nyaman dan puas atas pelayanan yang diberikan pihak bengkel sehingga ingin datang kembali, dan untuk yang memberikan jawaban cukup baik ada 54 orang atau sama dengan 61% dikarenakan masih adanya rasa kurang nyaman dengan hasil kendaraan yang telah diservice sehingga perusahaan harus memberikan hasil yang sesuai dengan yang dijanjikan, dan untuk reponden yang menjawab kurang baik tidak ada.

Hal ini berdasarkan observasi peneliti pada indicator jaminan terlihat dari segi kepercayaan dan rasa nyaman sudah memberikan kepuasan terhadap pelanggan, dan untuk kedepannya pihak PT.Kurnia Putra Mandiri memiliki penguasaan kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan oleh pelanggan, mempertahankan kepercayaan pelanggan agar ada rasa nyaman diberikan sehingga timbulnya rasa loyalitas terhadap pelanggan untuk datang kembali. Memberikan kepastian berupa garansi service motor itu dalam satu minggu atau 500 km sedangkan service berat dalam satu bulan 1000 km jadi kalau misalnya terjadi keluhan boleh datang kembali tanpa dipungut biaya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Crisno Aji sebagai mekanik PT.Kurnia Putra Mandiri Imam Munandar kota Pekanbaru pada tanggal 22 maret 2021 menyatakan bahwa :

*“kalo untuk jaminan itu tergantung pengerjaannya juga sih, service rutin itu kita pasti ada garansinya selama 7 hari sedangkan untuk bongkar mesin selama*

*sebulan atau 1000 km dan untuk motor baru itu kita punya garansi resmi dari Honda itu sendiri berupa service gratis selama 5 bulan kedepan dengan syarat membawa buku gratis service , untuk motor baru kita berikan service gratis berupa ganti oli, kelistrikan,PGM FI,engine dan itu sudah masuk semua”*

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa semua yang dilakukan perusahaan sudah sesuai dengan SOP AHASS, namun perlu adanya promo-promo service yang mana dengan promo tersebut menaikan jumlah pelanggan sehingga pelanggan merasa aman ketika melakukan pergantian sparepart maupun service.

Berdasarkan hasil wawancara saya terhadap mekanik tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada bengkel PT.Kurnia Putra Mandiri dikategorikan cukup baik.

**Tabel V.10: Rekapitulasi Hasil Akhir Tanggapan Responden Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Dengan Masing-Masing Pembahasan Indikator.**

| No                | Kualitas Pelayanan | Pengukuran Variabel |               |             | Jumlah      |
|-------------------|--------------------|---------------------|---------------|-------------|-------------|
|                   |                    | Baik                | Cukup Baik    | Kurang Baik |             |
| 1.                | Bukti Fisik        | 50<br>(57%)         | 31<br>(35%)   | 7<br>(8%)   | 88          |
| 2.                | Empati             | 33<br>(37%)         | 49<br>(56%)   | 6<br>(7%)   | 88          |
| 3.                | Keandalan          | 37<br>(42%)         | 47<br>(53%)   | 4<br>(5%)   | 88          |
| 4.                | Daya Tanggap       | 41,5<br>(47%)       | 45,5<br>(52%) | 1<br>(1%)   | 88          |
| 5.                | Jaminan            | 42<br>(48%)         | 42,5<br>(48%) | 3,5<br>(4%) | 88          |
| <b>Jumlah</b>     |                    | <b>203,5</b>        | <b>215</b>    | <b>21,5</b> | <b>440</b>  |
| <b>Rata-Rata</b>  |                    | <b>41</b>           | <b>43</b>     | <b>4</b>    | <b>88</b>   |
| <b>Persentase</b> |                    | <b>46,5%</b>        | <b>49%</b>    | <b>4,5%</b> | <b>100%</b> |

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021.

Dari tabel V.10 diatas dapat dilihat dari setiap indikator responden PT.Kurnia Putra Mandiri pada indikator pertama mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*) yang menjawab baik sebanyak 50 responden atau sama dengan 57%, untuk responden yang menjawab cukup baik sebanyak 31 responden atau sama dengan 35% dan untuk responden yang menjawab kurang baik sebanyak 7 responden atau sama dengan 8%.

Untuk indikator kedua mengenai Empati (*Empathy*) yang menjawab baik sebanyak 33 responden atau sama dengan 37%, untuk responden yang menjawab cukup baik sebanyak 49 responden atau sama dengan 56% dan untuk responden yang menjawab kurang baik sebanyak 6 responden atau sama dengan 7%.

Kemudian indikator ketiga mengenai Keandalan (*Realiability*) yang menjawab baik sebanyak 37 responden atau sama dengan 42%, untuk responden yang menjawab cukup baik sebanyak 47 responden atau sama dengan 53% dan untuk yang menjawab kurang baik sebanyak 4 responden atau sama dengan 5%.

Selanjutnya indikator keempat mengenai Daya Tanggap (*Responsiviness*) yang menjawab baik sebanyak 41,5 responden atau sama dengan 47%, untuk responden yang menjawab cukup baik sebanyak 45,5 responden atau sama dengan 52% dan untuk responden yang menjawab kurang baik sebanyak 1 responden atau sama dengan 1%.

Terakhir indikator kelima mengenai Jaminan (*Assurance*) yang menjawab baik sebanyak 42 responden atau sama dengan 48%, untuk responden yang menjawab cukup baik sebanyak 42,5 responden atau sama dengan 48% dan untuk responden yang menjawab kurang baik sebanyak 3,5 responden atau sama dengan

4%.

Berdasarkan table V.10 dapat diketahui rekapitulasi tanggapan responden pada konsumen mengenai Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Imam Munandar Kota Pekanbaru berjumlah 88 responden. Responden sebanyak (46,5%) menyatakan baik dengan rata-rata 41 responden, sebanyak (49%) menyatakan cukup baik dengan rata-rata 43 responden dan sebanyak (4,5%) menyatakan kurang baik dengan rata-rata 4 responden.

Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Pada PT.Kurnia Putra Mandiri Imam Munandar Kota Pekanbaru yang ditentukan oleh lima indikator yaitu bukti langsung, empati, keandalan, daya tanggap, jaminan dapat dikatakan cukup baik dengan hasil rekapitulasi 49% dan berada pada kategori cukup baik

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

- 1) Dari kelima indikator kualitas pelayanan, indikator yang memberikan kepuasan terhadap pelanggan adalah Bukti Langsung (*Tangibles*) dengan persentase kinerja kualitas pelayanan sebesar 57%, sedangkan persentase paling rendah ada pada indikator Empati (*Empathy*) yang hanya mendapatkan persentase 33%
- 2) Kurangnya persentase kepuasan pelanggan yang diharapkan maka menjadi catatan tersendiri bagi perusahaan agar lebih meningkatkan hasil kerja serta pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan. Dari hasil data yang dihasilkan responden yang memberikan jawaban baik ada 46,5 % dengan rata-rata 41 responden, dan untuk responden yang memberikan jawaban cukup baik ada di angka 49% atau sama dengan rata-rata 43 responden dan yang memberikan jawaban kurang baik ada di angka 4,5% atau dengan rata-rata 4% . Dengan hasil ini maka kualitas pelayanan pada PT.Kurnia Putra Mandiri dikategorikan cukup baik dengan persentase 43%.

#### B. SARAN

Setelah dilakukan penelitian oleh peneliti pada PT.Kurnia Putra Mandiri Imam Munandar kota Pekanbaru, maka peneliti memberikan saran pada perusahaan yaitu :

- 1) Bagi karyawan PT.Kurnia Putra mandiri agar bisa memberikan pelayanan dengan baik. Sehingga bisa meningkatkan pelayanan yang diberikan seperti kecepatan dalam melakukan perawatan dengan hasil yang memuaskan, sehingga timbulnya rasa loyalitas terhadap pelanggan untuk datang kembali dan perlunya edukasi berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan yang datang.
- 2) Bagi perusahaan agar menambah fasilitas kenyamanan seperti area *no smoking* yang dikhususkan diruangan berAC, serta mempekerjakan seorang petugas parkir agar kendaraan tertata dengan rapi.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan subjek penelitian dapat diperluas variabel-variabel lainnya yang bisa mempengaruhi keputusan pelanggan sehingga hasil bisa lebih bervariasi.



## Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dwight, W. (2006). *Pengantar Studi Adminiatrasi*. Jakarta: Akasara Baru.
- Fandy, T. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyumedia.
- Fayol, H. (2010). *Managemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Indeks.
- Hasibuan. (2016). *Managemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi dan, H. (2006). *Managemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riva'i. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sampara, L. (2000). *Managemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Stie Lan Press.
- Siagian, S. (2015). *Managemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2003). *Metodelogi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zulkifli. (2005). *Pengantar Ilmu Administrasi dan Managemen*. Pekanbaru: Uir Press.