

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI AHASS SUNGAI GUNTUNG (INHIL)**

**(Studi Kasus Pelanggan Bengkel Servis Motor AHASS Honda Mas Sungai Guntung
(INHIL))**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

(S1) Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau



OLEH:

MUHAMMAD RIZAL RIFAI

175210063

PROGRAM STUDI MANAJEMEN(S1)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU 2021/2022




UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kaharudin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax: (0761) 6748834 Pekanbaru 28284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Rizal Rifai
NPM : 175210063
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS
Sungai Guntung (INHIL)

Disahkan Oleh:
Pembimbing


Drs. Asril, MM

Diketahui :

Ketua Program Studi



(Abd.Razak Jer, SE.,M.Si)

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Milik :



(Dr. Eva Sundari, SE.,MM, CRBC)



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

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Rizal Rifai
NPM : 175210063
Program Studi : Manajemen S1
Konsentrasi : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Pembimbing 1 : Drs. Asril, MM.
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL)**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Miik :

No.	Tanggal	Sponsor	Berita acara	Paraf
1.	25-01-2022	X	<ul style="list-style-type: none">• Daftar isi dan tabel tidak digunakan• Data pelanggan• Fasilitas yang tersedia• Belum memakai bab• Metode sampel• Alat analisa	
2.	08-02-2022	X	<ul style="list-style-type: none">• Daftar pustaka diurut sesuai abjad• Buku yang di ambil adalah yang di kutip• Buang uji f	
3.	25-02-2022	X	<ul style="list-style-type: none">• Acc seminar proposai.	
4.	02-06-2022	X	<ul style="list-style-type: none">• Perbaikan kuesioner dan Acc	
5.	16-06-2022	X	<ul style="list-style-type: none">• Abstak satu paragraf tidak perlu ada angka• Tambah uji t• Perbaikan saran dan kesimpulan	
6.	21-06-2022	X	<ul style="list-style-type: none">• Acc ujian seminar hasil.	

Pekanbaru, 22 Agustus 2021

Wakil dekan 1

Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau No: 796/KPTS/FE-UIR/2022, Tanggal 02 Agustus 2022, Maka pada Hari Rabu 03 Agustus 2022 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen Tahun Akademis 2022/2023**.

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Nama | : Muhammad Rizal Rifai |
| 2. NPM | : 175210063 |
| 3. Program Studi | : Manajemen S1 |
| 4. Judul skripsi | : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL). |
| 5. Tanggal ujian | : 03 Agustus 2022 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : Lulus (B) 77 |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua



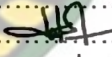
Sekretaris


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan Bidang Akademis


Abd. Razak Jer, SE., M.Si
Ketua Prodi Manajemen


Dosen penguji :

1. Drs. Asril, MM
2. Awliya Afwa, SE., MM
3. Yul Efnita, SE., MM


.....

.....

.....

Notulen

1. Rahmat Setiawan. SE., M.B.A


.....

Pekanbaru, 03 Agustus 2022

Mengetahui

Dekan,




Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Kuasa No : 510/A-UIR/5-FEB/2022


UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647


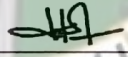
BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Rizal Rifai
NPM : 175210063
Jurusan : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL).
Hari/Tanggal : Rabu 03 Agustus 2022
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Drs. Asril, MM		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Awliya Afwa, SE., MM		
2	Yul Efrita, SE., MM		

Hasil Seminar : *)

1. Lulus (Total Nilai)
2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai 77)
3. Tidak Lulus (Total Nilai)

Mengetahui
An.Dekan


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan I



Pekanbaru, 03 Agustus 2022
Ketua Prodi


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Muhammad Rizal Rifai
NPM : 175210063
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL).
Pembimbing : 1. Drs. Asril, MM
Hari/Tanggal Seminar : Rabu 23 Maret 2022

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

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

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Drs. Asril, MM	Ketua	1. 
2.	Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC	Anggota	2. 
3.	Yul Efnita, SE., MM	Anggota	3. 

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
A.n. Dekan Bidang Akademis


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA



Pekanbaru, 23 Maret 2022
Sekretaris,


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor : 796 / Kpts/FE-UIR/2022
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau dilak sanakan ujian skripsi/oral comprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji.
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.
- Mengingat** : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/III/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

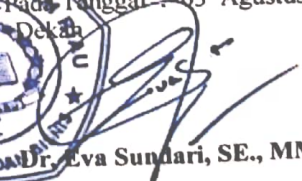
MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:
- N a m a : Muhammad Rizal Rifai
N P M : 175210063
Program Studi : Manajemen S1
Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL).
2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Drs. Asril, MM	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Awliya Afwa, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	Sistematika	Sekretaris
3	Yul Efnita, SE., MM	Lektor, C/c	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Rahmat Setiawan, SE., M.B.A	Non Fungsional C/b	-	Notulen
7			-	Saksi II
8			-	Notulen

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

Ditetapkan di : Pekanbaru
pada Tanggal : 03 Agustus 2022


Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

Tembusan : Disampaikan pada :

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

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 1323/Kpts/FE-UIR/2021
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Membaca** : Surat Penetapan Ketua Program Studi Manajemen tanggal, 2021-11-04 Tentang Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa
- Menimbang** : Bahwa dalam membantu Mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga mendapat hasil yang baik, perlu ditunjuk dosen pembimbing yang akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap Mahasiswa tersebut
- Mengingat** :
1. Undang-Undang Nomor : 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
 2. Undang-Undang Nomor : 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
 3. Peraturan Pemerintah Nomor : 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018
 5. SK. Dewan Pimpinan YLPI Riau Nomor : 106/Kpts. AYLPI/VI/2017 Tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Riau Periode. 2017-2021
 6. Peraturan Universitas Islam Riau Nomor : 001 Tahun 2018 Tentang Ketentuan Akademik Bidang Pendidikan Universitas Islam Riau.
 7. SK. Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing tugas akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Mengangkat Saudara yang tersebut namanya dibawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu :

No.	Nama	Jabatan Fungsional	Keterangan
1.	Drs. Asril, MM.	Lektor	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah :
- N a m a** : Muhammad Rizal Rifai
N P M : 175210063
Jurusan/Jenjang Pendd. : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHAS Sungai Guntung (INHIL)
3. Tugas Pembimbing berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksana bimbingan supaya memperhatikan Usul dan Saran dari Forum Seminar Proposal, kepada Dosen pembimbing diberikan Honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
5. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan kembali.
- Kutipan : disampaikan kepada Ybs untuk dilaksanakan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
 Pada Tanggal: 04 November 2021



Dekan
 Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Kepada Yth. Ketua Program Studi EP, Manajemen dan Akuntansi
2. Arsip File : SK.Dekan Kml Haj

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

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

Pekanbaru, 22 Agustus 2022

Saya yang membuat pernyataan,



(Muhammad Rizal Rifai)

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL)

*(Studi Kasus Pelanggan Bengkel Servis Motor AHASS Honda Mas Sungai
Guntung (INHIL))*

Oleh

Muhammad Rizal Rifai

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan AHASS Sungai Guntung, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL). Kemudian jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 50 responden, dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 22. Dari hasil uji regresi linier sederhana diperoleh persamaan nilai koefisien korelasi menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara variabel dependen (Kualitas Pelayanan) dan independen (Kepuasan Pelanggan) pada AHASS Sungai Guntung. Nilai dari Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan AHASS Sungai Guntung (INHIL) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at AHASS Sungai

Guntung (INHIL)

*(Case Study of AHASS Honda Mas Sungai Guntung Motorcycle Service Workshop
Customers (INHIL))*

By

Muhammad Rizal Rifai

This research was conducted on customers of AHASS Sungai Guntung, while the purpose of this study was to determine the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at AHASS Sungai Guntung (INHIL). Then the number of samples set as many as 50 respondents, in this study using quantitative data analysis using the simple linear regression analysis method using the SPSS Version 22 program. (Quality of Service) and independent (Customer Satisfaction) at AHASS Sungai Guntung. The value of Service Quality has an effect on Customer Satisfaction at AHASS Sungai Guntung (INHIL) while the rest is influenced by other variables not discussed in this study.

Keywords: ServiceQuality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di AHASS Sungai Guntung (INHIL) (*Setudi Kasus Pelanggan Bengkel AHASS Honda Mas Sungai Guntung (INHIL)*)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Riau. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak secara langsung maupun tidak langsung, yang telah membantu tercapainya penelitian ini. Ucapan terimakasih ini terutama ditujukan kepada:

1. Ibu Dr.Eva Sundari,SE,MM,CRBC selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau.
2. Bapak Abdul Razak Jer,SE.,M.Si selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau.
3. Bapak Drs. Asril,MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu serta sabar dalam membimbing dan memotivasi penulis selama penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr.Raja Ria Yusnita,SE.,ME selaku dosen Pembimbing Akademik Yang telah memberikan masukan dan ilmu kepada saya selama menjadi Mahasiswa Manajemen.

5. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau yangtelah memberikan berbagai macam ilmu yang sangat bermanfaat.
6. Bapak Adi Manage CV. Honda Mas Sungai Guntung (INHIL), terimakasih karena telah memberikan izin untuk melakukan penelitian sehingga penulis dapat melakukan penelitian di AHASS CV. Honda Mas Sungai Guntung (INHIL).
7. Seluruh Pelanggan AHASS CV.Honda Mas Sungai Guntung (INHIL) yang bersedia menjadi responden dan meluangkan waktunya untuk menjawab setiap pertanyaan dalam kuesioner yang penulis berikan.
8. Kedua orangtua saya Bapak Sukirno dan Ibu Misiyem yang selalu mencurahkan kasih sayang, senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan serta restunya kepada saya. Skripsi ini saya persembahkan untuk bapak dan mamak yang telah mengisi duniia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya, terimakasih atas semua cinta yang telah bapak dan mamak berikan kepadaku.
9. Mertua saya Bapak Suyetno dan Ibuk Rosdiana yang selalu mencurahkan kasih sayang, senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan serta restunya kepada saya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Saudara penulis Mas Sahit selaku abang dan Kak Sumiyati selaku Kakak Ipar,dan Mas Sidik Peramono S.Pd selaku abang dan kak Anisa Nurohmah S.Pd selaku Kakak ipar,dan Mas Romdoni Yusuf selaku abang

dan kak Yuliana selaku Kakak ipar, dan Mas Ahmad Yusron S.Pd selaku abang dan kak Harina selaku Kakak ipar, Dan kakak Ku Miftahul Khsanah A.Md.Far selaku kakak dan Mas Basir A.Md.Far selaku abang ipar yang selalu mendukung dan mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Teruntuk Istriku Nia Herlina dan Anak Ku Gibran Nur Huda skripsi ini merupakan persembahan istimewa untuk orang yang saya cintai. Terimakasih atas dukungan, kebaikan, perhatian, dan kebijaksanaan.
12. Ucapan terimakasih Penulis kepada *A real friend* Elson Asrofi S.E , terimakasih atas suka dan dukanya dari awal kuliah, penulis sangat menjadikan ini pengalaman yang begitu berharga, serta banyak memberikan bantuan, dorongan serta motivasi sehingga sekripsi ini dapat diselesaikan.
13. Sahabatku Surya Admojo S.Pd, Warsino S.E, Ade Imam Syahputra, Adi Sucipto, Budi Herianto, Ahmad Hafiszulamri S.E, terimakasih atas dukungan serta kekeluargaan yang telah terjalin dengan baik.
14. Teman – teman lokal H manajemen yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas kebersamaannya selama lebih kurang 5 tahun ini.
15. Kepada rekan-rekan serta saudara-saudara yang tidak bisa penulis tuliskan dalam sekripsi ini satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca supaya penulis dapat menyusun penelitian selanjutnya dengan lebih baik lagi. Terima Kasih.



Pekanbaru, 03 Juni 2022

Muhammad Rizal Rifai

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Kualitas Layanan	11
2.1.1 Pengertian Kualitas	11
2.1.2 Pengertian Pelayanan	12
2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2.1.4 Karakteristik Layanan	14
2.1.5 Dimensi Layanan	15
2.1.6 Definisi Operasional Variabel	16
2.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan	18
2.2.1 Kepuasan pelanggan	18
2.2.2 Pengukur kepuasan pelanggan	20
2.2.3 Strategi Kepuasan Pelanggan	22
2.3 Penelitian Terdahulu	25
2.4 Kerangka Pemikiran	26
2.5 Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Lokasi,Objek dan Waktu Penelitian	28
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.1.2 Objek Penelitian.....	28
3.1.3 Waktu Penelitian.....	28
3.2 Operasional Variabel	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel	31
3.4 Skala.....	31
3.5 Jenis dan Sumber data.....	32
3.5.2 Sumber Data	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7 Teknik Analisis Data	34
3.7.1 Analisis Data Kuantitatif	35
3.7.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	35
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	38
4.1 Sejarah singkat PT. AHASS Indonesia.....	38
4.2 Sejarah singkat AHASS (CV. Honda Mas Sungai Guntung INHIL)	40
4.3 Visi dan Misi.....	40
4.3.1 Visi dan Misi PT.AHASS	40
4.3.2 Visi dan Misi PT.AHASS (CV.Honda Mas Sungai Guntung INHIL) .	41
4.4 Struktur Organisasi	42
4.4.1 Struktur Organisasi PT AHASS Pusat.....	42
4.4.2 Struktur Organisasi AHASS 6891 CV Honda Mas Sungai Guntung (INHIL).....	47
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
5.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	50
5.1.1 Jenis Kelamin.....	50
5.1.2 Umur	51

5.1.3Pekerjaan.....	51
5.1.4Pendapatan	52
5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
5.2.1 Uji Validitas	53
5.2.2Uji Reliabilitas	55
5.3Analisis Kuantitatif	55
5.3.1 Analisis Kuantitatif Variabel Kualitas Pelayanan	55
5.3.2Analisis Kuantitatif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	70
5.4Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	75
5.4.1Analisis Regresi Linier Sederhana.....	75
5.4.2Uji Koefisien Korelasi	77
5.4.3Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77
5.5Hipotesis	78
5.6Pembahasan Hasil penelitian	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	81
6.1Kesimpulan	81
6.2Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Komposisi Pegawai dan Karyawan Per Bagian AHASS Honda Mas Sungai Guntung(INHIL).....	4
Tabel 1.2 Data Jumlah Pelanggan AHASS Sungai Guntung Bulan Januari-Desember 2021	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	51
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 5.5 Hasil Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan (X)	53
Tabel 5.6 Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	54
Tabel 5.7 Hasil Pengujian Reliabilitas	55
Tabel 5.8 Hasil Tanggapan Responden Tentang Penampilan Karyawan yang Rapi dan Bersih	56
Tabel 5.9 Hasil Tanggapan Responden Tentang Memiliki Letak Strategis dan Mudah Dijangkau	56
Tabel 5.10 Hasil Tanggapan Responden Tentang Fasilitas Fisik yang Memadai	57
Tabel 5.11 Hasil Tanggapan Responden Mekanik Mampu Memperbaiki Kerusakan	58
Tabel 5.12 Hasil Tanggapan Responden Perubahan Positif Pasca Perbaiki.....	59
Tabel 5.13 Hasil Tanggapan Responden Tentang Mekanik Mempunyai Pengetahuan Luas	59
Tabel 5.14 Hasil Tanggapan Responden Tentang Mekanik yang Cepat tanggap Dalam Menangani Keluhan Pelanggan.....	60
Tabel 5.15 Hasil Tanggapan Responden Tentang Mampu Merespon Persoalan dan Keluhan Pelanggan	61
Tabel 5.16 Hasil Tanggapan Responden Tentang Ketepatan Mengambil Tindakan	61
Tabel 5.17 Hasil Tanggapan Responden Tentang Memberikan Kredibilitas /Kepercayaan Berupa Garansi atas Perbaikan.....	62
Tabel 5.18 Hasil Tanggapan Responden Tentang Jaminan Keamanan dan Kenyamanan	63
Tabel 5.19 Hasil Tanggapan Responden Tentang Karyawan Memiliki Nilai Moral yang Tinggi.....	64
Tabel 5.20 Hasil Tanggapan Responden Tentang Pelayanan yang Adil Tanpa Memandang Status Sosial.....	64

Tabel 5.21 Hasil Tanggapan Responden Tentang Mampu Memenuhi Keinginan Pelanggan	65
Tabel 5.22 Hasil Tanggapan Responden Tentang Pelayanan Ramah Kepada Pelanggan	66
Tabel 5.23 Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan.....	67
Tabel 5.24 Kategori Kriteria Penelitian	69
Tabel 5.25 Hasil Tanggapan Responden Tentang Puas Dengan Pelayanan yang Diberikan	70
Tabel 5.26 Hasil Tanggapan Responden Tentang Pelayanan Sesuai Dengan Harapan Pelanggan	71
Tabel 5.27 Hasil Tanggapan Responden Tentang Menyelesaikan Masalah Untuk Memuaskan Pelanggan	71
Tabel 5.28 Hasil Tanggapan Responden Tentang Kesiapan Untuk Merekomendasikan Kepada Orang Lain	72
Tabel 5.29 Hasil Tanggapan Responden Tentang Penggunaan AHASS di Masa yang Akan Datang.....	73
Tabel 5.30 Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan	73
Tabel 5.31 Kategori Kriteria Penilaian	75
Tabel 5.32 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	76
Tabel 5.33 Hasil Uji Korelasi (r).....	77
Tabel 5.34 Hasil Uji t (Parsial)	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1 Struktur organisasi PT.AHASS Pusat	42
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	47



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan penambahan penduduk yang pesat maka kebutuhan penduduk juga semakin meningkat, terutama pada kebutuhan akan transportasi yang semakin meningkat. Transportasi merupakan salah satu kebutuhan masyarakat untuk menunjang pergerakan menuju suatu tempat. Mode transportasi yang banyak digunakan di masyarakat adalah sepeda motor. Pasar kendaraan bermotor juga semakin berkembang seiring dengan besarnya kebutuhan masyarakat akan sepeda motor. Perkembangan pasar sepeda motor di Indonesia membuat persaingan menjadi semakin sangat ketat dan hal ini akan menjadi kemudahan bagi pihak konsumen dalam memilih sepeda motor yang diinginkan karena semakin banyak pilihan alternatif yang ditawarkan oleh perusahaan dalam menentukan sepeda motor yang akan digunakan dengan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain dari harga jual, pelayanan purna jual yang diberikan, kualitas sepeda motor yang ditawarkan, dan juga lainnya.

Untuk menjaga performa kendaraan, keamanan dan kenyamanan yang maksimal, semua kendaraan pasti membutuhkan perawatan yang rutin. Apabila terjadi kerusakan pemakaian (pemogokan), banyak pengendara sepeda motor yang tidak dapat memperbaiki karena kurangnya pengetahuan tentang kendaraan. Hal ini menjadi peluang bisnis yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis jasa layanan service sepeda motor.

Adanya peluang usaha di bidang jasa layanan servis sepeda motor membuat banyak pengusaha tertarik untuk membuka usaha tersebut. Misalnya, dikawasan Sungai Guntung, Kecamatan Kateman (INHIL), banyak outlet bengkel yang dibuka diberbagai lokasi, termasuk di pusat keramaian. Di Kawasan Sungai Guntung (INHIL) terdapat banyak sekali bengkel yang resmidan non-resmidengan menggunakan berbagai peralatan dan fasilitas yang tersedia, terutama suku cadang mekanik, untuk melayani pelanggan yang membutuhkan. Meningkatnya persaingan antar pengusaha bengkel juga mendorong perusahaan sepeda motor untuk mendirikan jasa layanan service sepeda motor bagi para pengguna kendaraan.

Meningkatkan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang diprioritaskan untuk memenuhi keinginan pelanggan, untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, perusahaan harus menawarkan layanan yang dapat diterima dan dirasakan oleh pelanggan, sesuai dengan harapan pelanggan dan lainnya. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan, semakin puas pelanggan. Kepuasan pelanggan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan terutama meningkatkan loyalitas pelanggan, dan reputasi perusahaan akan semakin positif bagi masyarakat khususnya bagi pelanggan. Oleh karena itu, setiap bisnis harus berusaha memahami harapan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan atau layanan yang diberikan. Menurut Parasuraman, dalam Tjiptono (2006:70), ada 5 aspek penting yang harus diperhatikan dalam kualitas pelayanan, yaitu: bukti fisik (Tangibles), keandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness),garansi (Assurance), empati (Emphaty).

Perusahaan Honda telah mendirikan penyedia layanan dengan nama AHASS. Bengkel AHASS hanya melayani servis (perbaikan) untuk sepeda motor merk Honda. Bengkel AHASS juga menyediakan segala macam sparepart atau biasa dikenal dengan nama suku cadang untuk sepeda motor yang diproduksi oleh Honda sendiri. Diantaranya adalah service yang berhubungan dengan busi, twin tube, coolant, aki, oli MPX dan masih banyak lagi. Hal ini memungkinkan terjaminnya tujuan pelanggan untuk mendapatkan servis sepeda motor mereka di AHASS karena semua yang dipasok adalah merk Honda. Biasanya, pelanggan AHASS yang menggunakan layanan ini memiliki buku perawatan yang dapat mencatat berapa lama pelanggan tidak melakukan servis sepeda motornya.

Setiap pelanggan pada saat membeli suatu produk atau jasa yang ingin mereka dapatkan adalah kepuasan yang maksimal terhadap produk atau jasa yang telah dibelinya, maka perusahaan yang memproduksi produk dan jasa harus meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan yang telah membeli produk dan jasa tersebut merasa puas. AHASS juga mengutamakan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan sepeda motor terbaik kepada pelanggan.

AHASS Honda Mas Sungai Guntung merupakan salah satu bengkel sepeda motor resmi merk Honda atau biasa dikenal dengan AHASS (Astra Honda Authorised Service Station) yang berlokasi strategis di kawasan perkotaan yaitu jalan raya Yos Sudarso, Desa Air Tawar, Sungai Guntung. Kondisi ini menjadikan AHASS Honda Mas Sungai Guntung sebagai bengkel resmi Honda dengan pengguna atau pelanggan yang cukup tingginya dengan rata-rata jumlah pelanggan per hari hingga 5 pelanggan. Ini dapat dibuktikan dari data yang diperoleh dari

AHASS Honda Mas Sungai Guntung dari bulan Agustus 2021 hingga Desember 2021.

Selain itu, setiap bengkel resmi Honda (AHASS) didukung oleh mekanik yang terlatih dan terampil. Mekanik ini telah mengikuti berbagai pelatihan mekanik Level I, II dan III, serta ahli dalam mengelola dan menggunakan peralatan-peralatan dan juga perlengkapan teknis dan administrasi Astra Honda Motor standar. Alhasil, karyawan dapat dengan mudah mengedukasi konsumen tentang cara merawat sepeda motor Honda yang baik dan benar secara rutin agar sepeda motor Honda dapat awet, nyaman dan aman bagi para pengendara.

Didalam melayani dan menangani keluhan-keluhan dari parapelangan AHASS mempunyai pegawai dan karyawan yang siap melayani dengan sepenuh hati, berikut data para pegawai dan karyawan AHASS:

Tabel 1.1
Data Komposisi Pegawai dan Karyawan Per Bagian AHASS Honda Mas Sungai Guntung(INHIL)

NO	Bagian	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Kepala Mekanik	1	-	1
2	Part	1	1	2
3	Resepsionis	-	1	1
4	Kasir	-	1	1

5	Mekanik	3	-	3
6	Asisten Mekanik	2	-	2
Total		7	3	10

Sumber: Bengkel AHASS Honda Mas Sungai Guntung (INHIL)

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, AHASS harus dapat memberikan kepuasan terhadap pelayanannya, pelanggan yang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh AHASS akan cenderung loyal dan terus menggunakan jasa AHASS. Sedangkan konsumen yang kurang puas atau tidak puas cenderung beralih ke perusahaan lain yang sejenis yang dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik. Oleh karena itu, AHASS harus meningkatkan operasionalnya, mulai dari mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, mencapai hal tersebut dengan menyarankan kepada pelanggan untuk mengganti suku cadang sepeda motor bila suku cadang tersebut sudah rusak karena AHASS ingin menghadirkan rasa aman saat pelanggan menggunakan sepeda motor. Memberitahu perawatan cuci motor setelah servis, maupun cuci motor saat setelah melakukan servis di AHASS.

Tabel 1.2
Data Jumlah Pelanggan AHASS Sungai Guntung
Bulan Januari-Desember 2021

Bulan	Jumlah Pelanggan AHASS (Orang)
Januari	109

Februari	117
Maret	94
April	87
Mai	121
Juni	110
Juli	127
Agustus	134
September	124
Oktober	98
November	102
Desember	115
Jumlah Seluruh	1338

Sumber: Bengkel AHASS Honda Mas Sungai Guntung (INHIL)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan AHASS Sungai Guntung (INHIL) cukup banyak. Namun hal tersebut tidak menjamin bahwa pelanggan akan selau loyal pada AHASS Sungai Guntung (INHIL). Akan tetapi AHASS Sungai Guntung (INHIL) tetap melaukan kualitas yang terbaik untuk pelanggan nya salah satunya dari fasilitas yang diberikan oleh AHASS Sungai Guntung (INHIL) adalah penyediaan ruang tunggu yang nyaman, kemudian adanya waifi gratis, televisi, fast charging area, air mineral yang disediakan.

“Tentunya akan memberikan kepuasan pelanggan sambil menunggu kendaraannya di servis oleh mekanik profesional AHASS”.

Berdasarkan latar belakang diatas dan melihat betapa pentingnya kualitas jasa dalam rangka mewujudkan kepuasan pelanggan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sungai Guntung(INHIL)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sungai Guntung(INHIL). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sungai Guntung(INHIL).

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penilitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sejauh manah tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja yang diberikan perusahaan kepada pelanggan AHASS Sungai Guntung(INHIL).
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL).

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi AHASS Sungai Guntung(INHIL)

Dapat dipakai sebagai masukan yang bisa dipertimbangkan oleh AHASS Sungai Guntung(INHIL) guna meningkatkan kualitas dan pelayanan dikemudian hari dan Sehingga diharapkan pelanggan merasa puas dan loyal terhadap produk serta pelayanan di AHASS Sungai Guntung(INHIL).

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti yang mengambil konsentrasi manajemen pemasaran dapat dijadikan sebagai bahan untuk mengetahui bagaimana cara menerapkan kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan, serta menambah wawasan dan pengetahuan peneliti, dan juga sebagai sarana bagi peneliti dalam menerapkan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan pada keadaan yang sebenarnya di lapangan.

3. Bagi Pihak lain

Agar dapat dijadikan sebagai referensi khususnya pada mahasiswa dan pembaca pada umumnya, dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam pengerjaan tugas kuliah mahasiswa khususnya di konsentrasi manajemen pemasaran serta dapat pula dijadikan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini terdiri dari 6 bab yang mana dari masing-masing bab akan dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Adapun ke 6 bab tersebut adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang latar belakang dari masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Menjelaskan tentang segala aspek teori yang berhubungan dengan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang lokasi penelitian, waktu penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan yang terakhir teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis akan memuat sejarah singkat tentang perusahaan yang di jadikan objek dalam penelitian ini yaitu AHASS Sungai Guntung (INHIL).

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dilakukan analisis pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL)

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan akan diberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan bagi AHASS Sungai Guntung (INHIL).



BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Kualitas Layanan

2.1.1 Pengertian Kualitas

Menurut Fandy Tjiptono (2014:268), “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan terbaik yang diharapkan dapat unggul, terkendali atau unggul untuk memenuhi kebutuhan konsumen”.

Menurut Kotler dan Keller (Widiyanti, 2017), “Kualitas didefinisikan sebagai karakteristik umum dan karakteristik barang dan jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan eksplisit atau implisitnya.”

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:11), “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan, dan kemudahan penggunaan secara keseluruhan, serta perbaikan produk, serta atribut produk lainnya.

Menurut Lupiyoadi (2014:63) menyatakan bahwa “Kualitas adalah paduan antara sifat dari karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, jadi pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya”.

Menurut Lupiyoadi (2014:63) menyatakan bahwa “Kualitas adalah jumlah total atribut karakteristik yang menentukan sejauh mana produksi dapat memenuhi

persyaratan kebutuhan pelanggan, oleh karena itu pelanggan menentukan dan menilai sejauh mana karakteristik dan karakteristik tersebut memenuhi. kebutuhan - kebutuhan mereka".

2.1.2 Pengertian Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelayanan adalah usaha untuk membantu mempersiapkan atau mengurus apa yang dibutuhkan orang lain. Pelayanan dapat diartikan sebagai segala bentuk usaha atau kegiatan yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain dengan suatu hubungan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang, barang dan jasa yang diberikan.

Menurut Kotler (2016), jasa pelayanan adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menimbulkan aset apapun. Brata dalam (2001: 138), Loina menganggap bahwa pelayanan adalah proses keseluruhan untuk membentuk citra perusahaan, baik melalui media berita, internal maupun dengan menyampaikan opini perusahaan kepada pimpinan pemerintahan dan pihak lain yang berkepentingan.

Menurut Kasmir dalam (Rahman, 2017) menjelaskan pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang individu atau organisasi untuk mendatangkan kepuasan kepada seorang pelanggan atau pelanggan. Sedangkan menurut Mulyono dalam (Rahman, 2017) berargumen bahwa Pelayanan adalah suatu rasa

(menyenangkan atau tidak menyenangkan) yang diterima oleh penerima pelayanan pada saat menerima pelayanan.

Menurut Tjiptono dalam (Royana, 2013) menjelaskan Service (Layanan) dapat dianggap sebagai suatu sistem yang terdiri dari dua komponen utama, yaitu kegiatan pelayanan yang biasanya tidak terlihat atau tidak diketahui oleh pelanggan (kantor atau di belakang layar) dan penyampaian layanan umumnya terlihat atau diketahui pelanggan (sering disebut sebagai front atau back office)

2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat pelayanan yang berhubungan dengan kepuasan terhadap harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Artinya suatu jasa dikatakan bermutu tinggi apabila perusahaan atau organisasi tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (services) sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan/penggunanya.

Kata "kualitas" memiliki banyak definisi dan arti karena orang akan berbeda menafsirkannya dengan maksud secara berbeda pula, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau, kesesuaian untuk digunakan dalam perbaikan terus-menerus, atau kesesuaian dengan persyaratan. terus menerus, bebas dari kerusakan atau cacat, memenuhi kebutuhan pelanggan, melakukan apapun yang membuatmu bahagia. (Tjiptono,2004:2).

2.1.4 Karakteristik Layanan

Menurut Tjiptono (2012) menemukan bahwa layanan memiliki empat karakteristik unik yang membedakannya dari produk yang memengaruhi strategi untuk mengelola dan memasarkannya. Berikut ini 4 karakteristik layanan yaitu:

1. Intangibility

Jasa bersifat intangible artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

2. Variability

Layanan bersifat sangat variable atau heterogen karena merupakan non-standardized artinya bentuk, kualitas dan jenisnya sangat beraneka ragam tergantung pada siapa, kapan, dan dimana layanan tersebut dihasilkan.

3. Inseparability

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

4. Perishability

Jasa atau layanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu mendatang, dijual kembali atau dikembalikan.

2.1.5 Dimensi Layanan

Ada lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zethalm dan Berry dalam Tjiptono yang dijelaskan sebagai berikut:.

1. Tangibels

Merupakan bukti nyata dari kemampuan perusahaan untuk mengeluarkan yang terbaik bagi pelanggannya. Baik penampilan luar gedung, fasilitas, peralatan dan teknologi pendukung, maupun penampilan luar staf..

2. Reliability

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang memenuhi harapan konsumen dalam hal kecepatan, ketepatan waktu, bebas dari kesalahan, keramahan, dll.

3. Responsiveness

Responsiveness adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.

4. Assurance

Assurance adalah jaminan yang bersumber dari kesopanan karyawan, dari komunikasi yang baik dan dari pengetahuan yang diperoleh, untuk dapat memperoleh kepercayaan dari pelanggan.

5. Empathy

Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengungkap keinginan konsumen secara tepat dan spesifik.

2.1.6 Definisi Operasional Variabel

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan Ahass Sungai Guntung untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan diukur menggunakan indikator :

1. Reliabilitas (Kehandalan)

Indikator reliabilitas sebagai berikut:

- a. Ketepatan waktu pelayanan (selesai servis sepeda motor dengan tepat waktu).
- b. Pelayanan yang diberikan karyawan sesuai dengan harapan pelanggan tanpa membuat kesalahan.
- c. Keakuratan penanganan, pengadministrasian, dan catatan oleh Ahass.

2. Daya Tanggap

Indikator daya tanggap sebagai berikut:

- a. Tanggap dalam menangani keluhan, kritik dan saran pelanggan.
- b. Cepat dalam menanggapi pelanggan yang membutuhkan bantuan.

- c. Kejelasan Informasi penyampaian jasa, seperti memberikan informasi tentang kejelasan prosedur pelayanan jasa.
- d. Karyawan bersedia untuk memberikan layanan dengan cepat.

3. Jaminan

Indikator jaminan sebagai berikut:

- a. Kemampuan karyawan Ahas Sungai Guntung dalam mengelola pelayanan jasa.
- b. Perasaan aman pelanggan selama berhubungan dengan karyawan Ahas Sungai Guntung.
- c. Karyawan Ahas Sungai Guntung yang ramah dan sabar.

4. Empati

Indikator empati sebagai berikut:

- a. Karyawan Ahas Sungai Guntung memberikan perhatian personal pada pelanggan tanpa membedakan status sosial.
- b. Karyawan Ahas Sungai Guntung berkomunikasi dengan baik dan sungguh-sungguh dalam memberikan pelayanan.
- c. Pembinaan hubungan yang baik antara konsumen dengan karyawan.
- d. Keramahan yang diberikan karyawan ketika bicara pada konsumen.

5. Bukti Fisik

Indikator bukti fisik sebagai berikut:

- a. Ahas Sungai Guntung memiliki fasilitas peralatan reparasi lengkap (tols Honda).

- b. Tersedia fasilitas wifi area, toilet, penataan ruang tunggu yang bersih dan nyaman.
- c. Ahas Sungai Guntung memiliki Peralatan teknologi yang memadai.

2.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan

2.2.1 Kepuasan pelanggan

Menurut Levelock dan Wright (2005:102), kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesukaan. Kata puas berasal dari bahasa latin “satisfied”, cukup baik dan lengkap, sedangkan “facio” berarti melakukan atau melakukan. Dengan demikian, kepuasan dapat dipahami sebagai upaya untuk mencapai sesuatu (Tjiptono dan Chandra 2005: 195).

Kepuasan konsumen ditentukan oleh kinerja dari manfaat produk dibandingkan dengan nilai yang memenuhi harapan konsumen. Perusahaan terkenal sudah memiliki cara untuk membuat pelanggan senang. Konsumen yang puas akan melakukan pembelian ulang dan memberitahukan kepada orang lain tentang pengalaman yang mereka rasakan setelah menggunakan produk tersebut. Kunci bisnis terletak pada kesesuaian harapan konsumen dengan kinerja bisnis

Menurut Kotler sebagaimana dikutip oleh Tjiptono (2005: 366), mengukur kepuasan pelanggan ada empat cara yang dapat diterapkan yaitu:

- a. Sistem Keluhan dan Saran, Perusahaan memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, ulasan, pendapat dan keluhan melalui media berupa kotak saran, website dan lembar komentar.

- b. Survei Kepuasan Pelanggan, Perusahaan akan menerima umpan balik pelanggan dan umpan balik langsung memberikan sinyal positif bahwa perusahaan memperhatikan pelanggan tersebut. Survei biasanya dilakukan melalui surat, email, dan wawancara tatap muka..
- c. Ghost Shopping, perusahaan mempekerjakan beberapa karyawan yang bertindak sebagai pelanggan potensial dan pesaing layanan kami. Berdasarkan pengalaman itu, Ghost Shopping diminta untuk melaporkan wawasan penting tentang kekuatan dan kelemahan layanannya dibandingkan para pesaingnya..
- d. Lost Customer Analysis, Perusahaan perlu menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau beralih pemasok untuk memahami mengapa hal ini terjadi dan mengambil tindakan perbaikan lebih lanjut.

Menurut Kotler dan Lee (2007: 195-199), ada beberapa manfaat kepuasan pelanggan diantaranya yaitu:

- a. Kepuasan dapat meningkatkan pendapatan, kepuasan pelanggan akan berdampak pada pendapatan masyarakat, memilih di mana mereka ingin menerima produk, program, dan layanan baru.
- b. Kepuasan dapat mendukung kebutuhan pendanaan di masa depan, tingkat kepuasan akan diperhitungkan ketika mengalokasikan pendanaan di masa depan. Perusahaan mengukur kepuasan pelanggan dari program yang akan mencari cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

- c. Kepuasan dapat meningkatkan efisiensi operasional, pelanggan menghargai manfaat dari peningkatan efisiensi operasional, seperti antrian yang lebih pendek dan waktu tunggu yang minimal.
- d. Kepuasan dapat meningkatkan ukuran kinerja, yang didukung oleh beberapa tujuan yang paling dapat diterapkan untuk kepuasan pelanggan. Tujuannya agar konsumen mudah merasakan kepuasan setelah menggunakan suatu produk.

2.2.2 Pengukur kepuasan pelanggan

Melacak dan mengukur kepuasan pelanggan telah menjadi penting untuk setiap bisnis. Memang, langkah-langkah ini dapat memberikan umpan balik dan informasi untuk mengembangkan dan menerapkan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam Tjiptono (1997), ada empat model untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi atau bisnis harus memberikan banyak kesempatan bagi pelanggan mereka untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Materi yang dapat digunakan dapat berupa kotak saran yang letaknya strategis (mudah diakses), lembar komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, dll..

2. Pembeli Bayangan (Ghost Shopping)

Salah satu cara untuk mendapatkan rasa kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk bertindak sebagai calon pelanggan atau pembeli produk perusahaan atau pesaing, dan kemudian mereka melaporkan

temuan mereka tentang kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk atau jasa.

3. Analisis Konsumen Beralih (Lost Customer Analysis)

Perusahaan harus menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau mengganti pemasok untuk memahami mengapa hal ini terjadi dan untuk kebijakan perbaikan lebih lanjut. Tidak hanya meninggalkan wawancara penting, tetapi melacak tingkat pengabaian pelanggan juga penting, karena peningkatan churn pelanggan menunjukkan ketidakmampuan perusahaan untuk memuaskan pelanggannya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Menurut Mc Neal dan Lamb of Tjiptono, (1997), perusahaan melakukan survei melalui formulir, surat, telepon atau wawancara pribadi sehingga perusahaan menerima jawaban dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan memperhatikan untuk para pelanggannya.

Menurut Tjiptono (1997), metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Directly Reportec Satisfaction

Ukur kepuasan pelanggan secara langsung dengan menanyakan langsung kepada responden tentang tingkat kepuasan pelanggannya.

2. Derived Dissatisfaction

Dengan mengajukan pertanyaan kepada responden tentang apa yang mereka harapkan dari atribut tertentu dan bagaimana perasaan mereka.

2 Problem Analysis

Dalam hal ini, responden diminta untuk menuliskan permasalahan yang mereka hadapi terkait dengan produk perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan yang mereka sarankan.

4. Importance Performance Rating

Responden diminta untuk mengurutkan unsur-unsur yang berbeda dari tawaran menurut kepentingan masing-masing faktor dan kinerja perusahaan di setiap faktor.

2.2.3 Strategi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen baik di bidang keuangan maupun sumber daya manusia. Menurut Schnaars dari Tjiptono (1997), ada beberapa strategi yang dapat dikombinasikan untuk mencapai dan meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Relationship Marketing

Strategi di mana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual sedang berlangsung dan tidak berakhir setelah melakukan penjualan selesai. Dengan kata lain, kami terus membangun kemitraan dengan pelanggan kami, dan kami dapat mengharapkan bisnis yang berulang (repeat business).

2. Superior Customer Service

Perusahaan ingin menawarkan layanan yang lebih baik dari pesaingnya. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kapasitas staf, dan upaya terus menerus untuk menciptakan layanan prima yang dapat menguntungkan dalam bentuk pertumbuhan yang cepat dan keuntungan yang besar.

3. Unconditional Guarantees/Extraordinary Guarantees

Garansi khusus atau garansi yang ditujukan untuk mengurangi resiko/kerugian pelanggan sebelum dan sesudah pembelian jasa, sekaligus memungkinkan perusahaan yang bersangkutan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan mencapai loyalitas pelanggan. Garansi ini diberikan dalam dua bentuk:

a. Garansi Internal

Adalah jaminan yang diberikan oleh layanan atau bagian kepada pelanggan internalnya. Jaminan ini dilandasi oleh komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, tepat waktu, akurat, jujur dan tulus.

b. Garansi Eksternal

Merupakan jaminan perusahaan kepada pelanggan eksternalnya. Ini tentang layanan premium, jadi perusahaan benar-benar harus mematuhi, jika tidak maka akan menjadi bumerang bagi perusahaan tersebut.

4. Penanganan Keluhan yang Efektif

Menangani keluhan berpotensi mengubah pelanggan yang tidak senang menjadi pelanggan yang puas (atau bahkan pelanggan jangka panjang). Ada empat aspek penting dalam penanganan keluhan, yaitu::

1. Empati terhadap pelanggan yang marah;
2. Kecepatan dalam penanganan keluhan;
3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan/keluhan;

4. Kemudahan konsumen menghubungi perusahaan.

Selain itu, keterlibatan manajemen senior dalam menangani keluhan pelanggan juga dapat berdampak positif. Memang, pelanggan lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki kekuatan untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan untuk memecahkan masalah mereka. Oleh karena itu pelanggan merasa bahwa perusahaan sangat memperhatikan setiap permasalahan pelanggan dan selalu berusaha untuk memperbaiki kekurangannya.

5. Peningkatan Kinerja Perusahaan

Meliputi pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara terus menerus, komunikasi, keterampilan penjualan, pemberian pelatihan dan pendidikan terkait hubungan masyarakat kepada manajer dan karyawan, penggabungan elemen kepuasan kepemimpinan pelanggan ke dalam sistem evaluasi kinerja karyawan, hal ini akan mencakup berbagai inisiatif, termasuk penguatan karyawan, pemberdayaan dalam menjalankan tugasnya.

6. Menerapkan Quality Function Deployment (QFD)

Strategi ini adalah proses yang menjawab kebutuhan pelanggan kami. QFD mencoba menemukan apa yang dihasilkan pelanggan di antara produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Hal ini dilakukan dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk sesegera mungkin. Oleh karena itu, dengan QFD, perusahaan dapat memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan jawaban inovatif atas kebutuhan tersebut, meningkatkan proses, dan mencapai efektivitas yang maksimal. Strategi-strategi ini sangat penting bagi perusahaan dan dalam jangka panjang tidak hanya manfaat ekonomi tetapi juga manfaat sosial akan membawa manfaat yang besar bagi perusahaan itu sendiri.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti(th)	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
Nurul Abidin (2015) Universitas Muhammadiyah Surakarta	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus Pada Bengkel Servis Motor AHASS Honda Universitas Muhammadiyah Surakarta)	Uji regresi linier berganda, Uji t, Uji f, dan koefisien determinasi R Square.	Hasil pengujian terhadap Hipotesis menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan.
Deny Setiawan (2018) Perogram Studi Manajemen, STIE Kusuma Negara	Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi Kasus AHASS Kenari Motor)	Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, Konsioner. Data akan di analisis dengan metode deskriptif kuantitatif.	Berdasarkan data analisis setastistik, indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan variabel nya bersifat reliabel .Pada pengujina asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinier, heterokedtisitas,dan autokorelasi.
Syaifullah (2018) Universitas Wiraraja	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Waktu Tunggu dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Anugrah Jaya Kabupaten Sumenep.	Uji asumsi klasik dan regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan, waktu dan harga secara persial maupun simultan berpengaruh seknifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel AHASS Anugrah Jaya Kabupaten

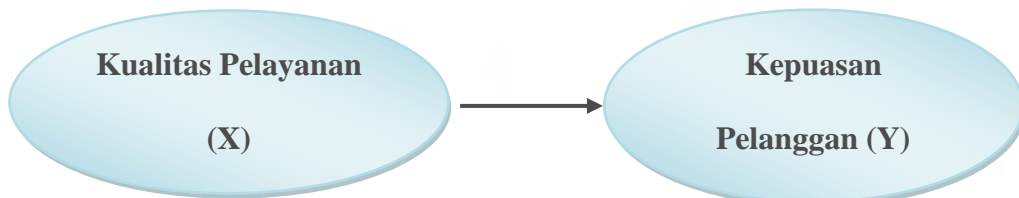
			Sumenep.
Sudibyo Budi Utomo (2019) STIE STMY Majalengka	Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh Kabupaten Marjalengka.	Uji deskriptif analisis.	Hasil penelitian ini menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel AHASS Gumilang Motor Rajagaluh.
Sutrisno Djaja (2018) Universitas Jember	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.	Uji validitas, uji reliabilitas, analisis regrsi linier sederhana, analisis varian garis regresi, efektifitas garis regresi, uji f dan standart error of estimate.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengsruh seknifikan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.

Sumber : Jurnal-Jurnal yang Terkait

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan telaah pustaka dan penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran dapat dibuat sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara dari pihak peneliti atas rumusan masalah yang diteliti, Hal ini sesuai dengan yang disebutkan oleh Sugiyono (2003:70) bahwa “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan”. Berdasarkan rumusan masalah dan kajian teori yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti membuat hipotesis penelitiannya sebagai berikut :

“Bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL)”.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi,Objek dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian tentang Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL) adalah di jalan Yos Sudarso Kecamatan Kateman Kabupaten Indragiri Hilir, lebih tepatnya di daerah Sungai Guntung .

3.1.2 Objek Penelitian

Adapun objek dari penelitian ini adalah para pelanggan AHASS Sungai Guntung (INHIL).

3.1.3 Waktu Penelitian

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini ialah dalam rentang waktu bulan September sampai Desember tahun 2021. Waktu bisa saja bersifat tentative karena bisa saja berubah sewaktu-waktu.

3.2 Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan adalah sesuatu tingkatan layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. (Rahman, 2017)	Bukti fisik	<ul style="list-style-type: none"> • Penampilan karyawan • Letak strategis • Fasilitas fisik 	Skala Ordinal
	Kendalan	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaikan kerusakan • Perubahan positif • Berpengetahuan luas 	
	Daya tanggap	<ul style="list-style-type: none"> • Cepat tanggap • Merespon keluhan • Pemberian informasi 	
	Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> • Kredibilitas • Keamanan • Sopan santun 	
	Empati	<ul style="list-style-type: none"> • Keadilan layanan • Pemenuhan keinginan pelanggan • Pelayanan yang ramah 	
Kepuasan pelanggan adalah keadaan	Kepuasan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan memuaskan 	

emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan. (Levelok dan Wright,2005)	pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan sesuai harapan • Permasalahan terselesaikan • Kesediaan merekomen dasikan • Minat penggunaan ulang 	Sekala Ordinal
---	-----------	---	----------------

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2005:90), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”. Sedangkan menurut Anwar Sanusi (2011:87) “Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan.”.Adapun yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan AHASS Sungai Guntung (INHIL), maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebuah bagian yang dipakai untuk mewakili suatu populasi, hal ini sesuai dengan pendapat menurut Anwar Sanusi (2011:87) yang mengatakan “Bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih disebut sampel”. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Sugiyono (2005:91) yang mengatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Pada Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus 10 atau 20 kali variabel bebas (Joseph F. Hair, 1998), sehingga akan diperoleh hasil sebagai berikut.:

$10 \times 5 (\text{jumlah indikator}) = 50 \dots \dots \dots (3)$ Jadi, berdasarkan perhitungan di atas di peroleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 50 responden.

Metode penetapan sampel dari penelitian ini adalah dengan menggunakan Metode Sensus atau Sampling jenuh, dimana semua populasi digunakan sebagai sampel dan hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Sugiyono (2005:96).

3.4 Skala

Menurut Sugiyono (2005:105) “Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif”. Setelah skala pengukuran dibuat akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas Instrumen yaitu :

1. Uji Validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2005:141) menyatakan bahwa “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. *Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.* Meteran yang valid ”

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2005:141) juga menyatakan bahwa “Instrumen yang reliabel adalah Instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrument yang tidak reliabel/konsisten”.

Dengan menggunakan instrument yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

3.5 Jenis dan Sumber data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yaitu :

a. Data Primer

Menurut Anwar Sanusi (2011:104) “Data primer adalah data yang pertama kali dicatat oleh dan dikumpulkan oleh peneliti”.

b. Data Sekunder

Menurut Anwar Sanusi (2011:104) menyatakan bahwa “Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain”.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder.

1. Sumber Data Primer yaitu data diperoleh secara langsung oleh objek penelitian yaitu pelanggan yang menggunakan jasa AHASS Sungai Guntung (INHIL)
2. Sumber Data Sekunder yaitu data-data berupa catatan, jurnal dan literature yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini yang dikumpulkan melalui internet.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Survei atau cara survei. Menurut Anwar Sanusi (2011:105) mengatakan bahwa “cara survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik baik dalam

bentuk lisan maupun secara tertulis”. Berkaitan dengan cara survei, cara survei terbagi atas dua cara yaitu :

a) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2005:162) menyatakan bahwa “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.”

b) Wawancara

Menurut Sugiyono (2005:157) menyatakan bahwa “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti , dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari respondennya sedikit/kecil.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik statistik deskriptif. Menurut Anwar Sanusi (2011:115) “Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi”. Begitu juga dengan pendapat dari Sugiyono (2005:169) yang menyatakan bahwa “Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

3.7.1 Analisis Data Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah metode analisis yang menggunakan nilai numerik yang dapat dihitung atau diukur. Analisis kuantitatif bertujuan untuk menggunakan alat analisis statistik untuk memperkirakan secara angka pasti seberapa besarnya dampak perubahan pada satu atau lebih peristiwa lainnya. Dalam mengumpulkan data dalam bentuk pengisian kuesioner diukur dengan lima poin. Adapun skor yang diberikan pada setiap jawaban responden, adalah:

- a. Sangat Setuju(SS) dengan bobot 5
- b. Setuju (S) diberi bobot 4
- c. Ragu-Ragu (RR) diberi bobot 3
- d. Tidak Setuju (TR) diberi bobot 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1

3.7.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Metode regresi linier dimaksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependen*). Metode ini juga bisa digunakan sebagai peramalan, sehingga dapat diperkirakan antara baik dan buruknya suatu variabel X terhadap variabel Y, begitu sebaliknya.

$$Y=a+bX+e$$

Dimana :

$Y = \text{Kepuasan pelanggan}$

$a = \text{harga } Y \text{ bila } X = 0 \text{ (harga konstan)}$

$b = \text{angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen. Bila } b (+) \text{ maka naik dan bila } (-) \text{ maka terjadi penurunan}$

$X = \text{variabel bebas (kualitas pelayanan)}$

$e = \text{eror atau sisa}$

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen.

Kriteria yang digunakan adalah:

$$1) H_0 : b_1 = 0$$

Artinya, tidak ada pengaruh signifikan secara parsial terhadap masing-masing variabel bebas..

$$2) H_a : b_1 > 0$$

Artinya, masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial. Kriteria tes adalah sebagai berikut:

- a) Taraf Signifikan ($\alpha = 0,05$)
- b) Distribusi t dengan derajat kebebasan (n)
- c) Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- d) Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi (R^2) adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Maka digunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik karena Adjusted R^2 dapat naik turun apabila satu variabel independen di tambahkan ke dalam model.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah singkat PT. AHASS Indonesia

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan pionir dalam industri sepeda motor di Indonesia. Didirikan pada 11 Juni 1971 sebagai PT Federal Motor pada awalnya, mayoritas saham dimiliki oleh PT Astra International. Saat itu PT Federal Motor hanya merakit, sedangkan komponennya didatangkan dari Jepang dalam bentuk CKD (Complete Knock Down).

Sepeda motor pertama yang diproduksi oleh Honda adalah yang komersial, yakni S 90 Z dengan mesin 4 tak 90 cc. Volume produksi untuk tahun pertama dalam setahun hanya 1500 unit, tetapi melejit menjadi sekitar 30.000 unit pada tahun 1999 dan terus meningkat hingga saat ini. Sepeda motor terus berkembang dan menjadi salah satu alat transportasi utama di Indonesia.

Kebijakan pemerintah terhadap positioning suku cadang otomotif mendorong PT Federal Motor untuk memproduksi berbagai suku cadang sepeda motor Honda pada tahun 2001 secara nasional melalui sejumlah anak perusahaan, antara lain PT Honda Federal (1974) yang mengkhususkan diri dalam pembuatan suku cadang dasar sepeda motor Honda seperti rangka, velg, pipa knalpot, dll, PT Showa Manufacturing Indonesia (1979) mengkhususkan diri dalam pembuatan peredam kejut, PT Honda Astra Engine Manufacturing (1984) mengkhususkan diri dalam pembuatan mesin mesin kendaraan dan PT Federal Izumi Mfg. (1990) mengkhususkan diri dalam produksi piston. Seiring dengan perubahan kondisi

ekonomi dan pertumbuhan pasar sepeda motor, terjadi perubahan struktur kepemilikan dari pabrikan sepeda motor Honda ini. Pada tahun 2000, PT Federal Motor dan beberapa anak perusahaannya bergabung menjadi PT Astra Honda Motor, dengan 50% saham dimiliki oleh PT Astra International Tbk dan Honda Motor Co. Jepang memiliki 50%. Saat ini PT Astra Honda Motor memiliki 3 pabrik perakitan, pabrik pertama berlokasi di Sunter, Jakarta Utara, dan juga merupakan kantor pusat. Pabrik kedua berlokasi di Pegangsaan Dua, Kelapa Gading, dan pabrik ketiga berlokasi di MM 2100, Cikarang Barat, Bekasi. Pabrik ketiga ini merupakan pabrik perakitan terbaru yang telah beroperasi sejak tahun 2005. Dengan semua fasilitas tersebut, PT Astra Honda Motor saat ini memiliki kapasitas produksi 4,2 juta sepeda motor per tahun, memenuhi permintaan pasar sepeda motor di Indonesia yang terus berkembang. Salah satu pencapaian paling membanggakan dari PT Astra Honda Motor adalah produksi 35 juta unit pada tahun 2012. Ini merupakan pencapaian pertama yang diraih industri sepeda motor Indonesia bahkan di tingkat ASEAN. Untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan sepeda motor Honda, PT Astra Honda Motor saat ini didukung oleh 1.800 showroom penjualan, 3.600 AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) dan 7.400 toko suku cadang, siap melayani jutaan orang. . Pengguna sepeda motor Honda di seluruh Indonesia. Industri sepeda motor saat ini merupakan industri besar di Indonesia. Saat ini, ada sekitar 18.000 karyawan di PT Astra Honda Motor, serta ratusan karyawannya.

4.2 Sejarah singkat AHASS (CV. Honda Mas Sungai Guntung INHIL)

Awalnya, bengkel khusus sepeda motor HONDA bernama AHASS (AstraHonda Authorized Service Station) berdiri pada tahun 2008, tepatnya pada tanggal 11 April 2008, bernama Tri In One beralamat di Jln. Yos Sudarso-Sungai Guntung, Tri In One adalah untuk pembelian sepeda motor dengan cash atau kredit, Setelah itu didirikanlah service center dan penjualan suku cadang sepeda motor Honda yang diberi nama CV. Honda Mas, CV. Honda Mas bertujuan untuk bertemu dan melayani pengguna sepeda motor Honda di wilayahnya, berupa perawatan dan pembelian perlengkapan sepeda motor merek Honda.

4.3 Visi dan Misi

PT Astra Honda Motor, perusahaan yang menjalankan fungsi produksi, penjualan, dan layanan purna jual secara komprehensif demi kepuasan pelanggan, serta memiliki visi dan misi PT AHASS sebagai berikut:

4.3.1 Visi dan Misi PT.AHASS

Visi

Memimpin pangsa pasar sepeda motor di Indonesia dengan merealisasikan impian pelanggan, menciptakan kegembiraan dan berkontribusi terhadap masyarakat Indonesia.

Misi

Menciptakan solusi mobilitas bagi masyarakat Indonesia dengan produk dan layanan terbaik.

4.3.2 Visi dan Misi PT.AHASS (CV.Honda Mas Sungai Guntung INHIL)

Visi

Memimpin pangsa pasar sepeda motor di indonesia dengan merealisasikan impian pelanggan, menciptakan kegembiraan dan berkontribusi terhadap masyarakat indonesia.

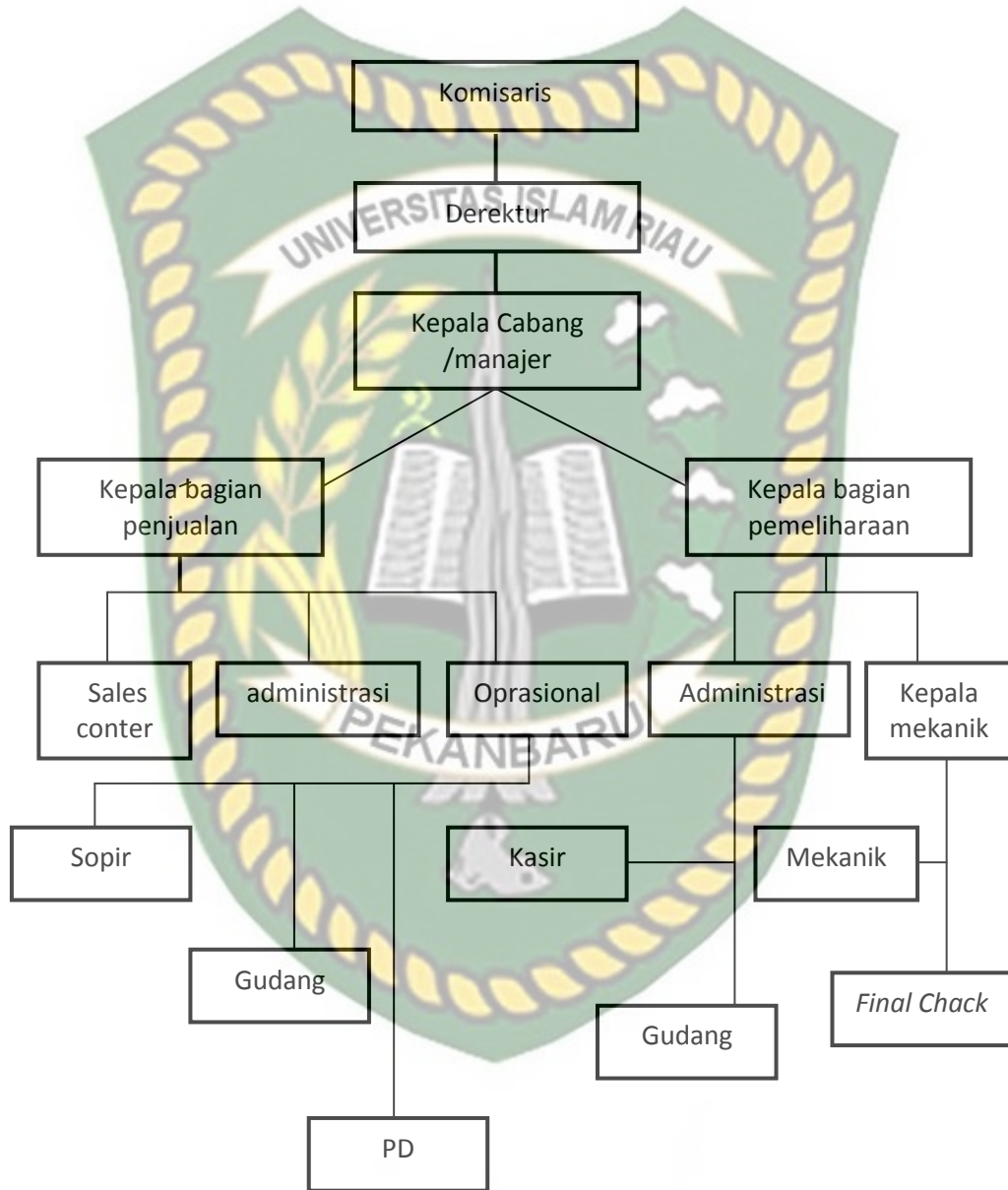
Misi

Menciptakan solusi mobilitas bagi masyarakat indonesia dengan produk dan layanan terbaik.



4.4 Struktur Organisasi

4.4.1 Struktur Organisasi PT AHASS Pusat



Gambar 4.1
Struktur organisasi PT.AHASS Pusat

(Sumber : <http://strukturpusat.com>)

Wewenang Dan Tanggung Jawab Karyawan PT.AHASSetiap karyawan PT.AHASS memiliki hak dan kewajiban sesuai dengan fungsinya. Hal ini diperlukan agar setiap karyawan mengetahui apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan PT.AHASS. Di bawah ini adalah hak dan tanggung jawab posisi staf PT.AHASS sebagai berikut.

a. Komisaris

Bertanggung jawab untuk merumuskan aturan mengenai persyaratan seleksi mekanik, proses seleksi staf penjualan dan pemeliharaan, bertanggung jawab untuk memelihara izin usaha Komisaris Direktur Manajer Cabang/Direktur Sales Department Bertanggung jawab atas Administrasi dan Pemeliharaan Sales Counter Operations Manager Operator Mekanik Gudang Final Check Kasir Gudang PD 11 disediakan oleh Astra International, melaporkan kinerja penjualan ke Astra International, mendukung pelaksanaan program jaringan sepeda motor Honda lainnya.

b. Direktur

Bertanggung jawab atas kegiatan penjualan yang terjadi, membantu Branch Manager dalam mengawasi pelaksanaan kegiatan penjualan dan pemeliharaan, membantu komisaris dalam merencanakan pengembangan PT. Lancar Sukses Mandiri sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengkoordinasikan pekerjaan, membuat perencanaan dengan manajer cabang untuk mencapai target yang ditetapkan, menerima laporan permintaan penjualan dan pembelian dari manajer cabang dan

melakukan review dengan komisaris, menyampaikan laporan evaluasi kepada komisaris setiap akhir bulan bersama manajer cabang.

c. Kepala Cabang (Manajer)

Bertanggung jawab membantu direktur dalam merencanakan, mengkoordinasikan rencana kerja, membuat laporan evaluasi, memantau pelaksanaan kegiatan penjualan dan pemeliharaan, dan bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan untuk setiap departemen penjualan dan pemeliharaan, laporan permintaan dan penjualan untuk manajer cabang dan dealer utama, bertanggung jawab untuk menentukan permintaan jumlah sepeda motor dalam stok, bertanggung jawab atas manajemen arus kas perusahaan.

d. Kepala Penjualan

Bertanggung jawab atas kegiatan penjualan kepada kepala cabang, menghasilkan laporan evaluasi secara berkala, mengawasi konter penjualan, manajemen administrasi, dan kepala operasional serta membantu kepala cabang dalam melakukan tinjauan evaluasi.

e. Sales Counter

Bertanggung jawab atas kegiatan pelayanan penjualan, akuntansi penjualan, memberikan laporan evaluasi penjualan kepada manajer penjualan, dan juga bertanggung jawab dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan perusahaan

f. Administrasi Bagian Penjualan

Bertanggung jawab atas segala bentuk administrasi penjualan, dan pelaporan rutin kepada Manajer Penjualan.

g. Kepala Operasional

Bertanggung jawab untuk mengawasi driver, gudang dan pre-delivery (PD), bertanggung jawab untuk melapor ke manajer penjualan, bertanggung jawab atas pengiriman dan penerimaan barang.

h. Supir

Bertanggung jawab atas pengiriman ke pelanggan, bertanggung jawab untuk memberikan laporan kepada Manajer Operasi dan berkoordinasi dengan konter penjualan.

i. Gudang Bagian Penjualan

Bertanggung jawab untuk mengatur jumlah sepeda motor di gudang, bertanggung jawab atas permintaan sepeda motor bila diperlukan, melaporkan persediaan kepada Manajer Operasional secara berkala.

j. Pre Delivery(PD)

Bertanggung jawab untuk mempersiapkan sepeda motor sebelum pengiriman, termasuk kelengkapan dan kelayakan sepeda motor, melakukan perawatan rutin kendaraan yang ada di stok, melaporkan operasi kepada kepala operasi.

k. Kepala Bagian Pemeliharaan

Bertanggung jawab atas kegiatan pemeliharaan (perbaikan), secara berkala melapor kepada manajer cabang, supervisor departemen administrasi dan kepala departemen mekanik.

l. Kepala Administrasi Pemeliharaan

Bertanggung jawab untuk menyiapkan laporan administrasi pemeliharaan untuk manajer pemeliharaan, memantau dan mengevaluasi kasir dan gudang, merencanakan dan mengalokasikan persediaan suku cadang dalam stok.

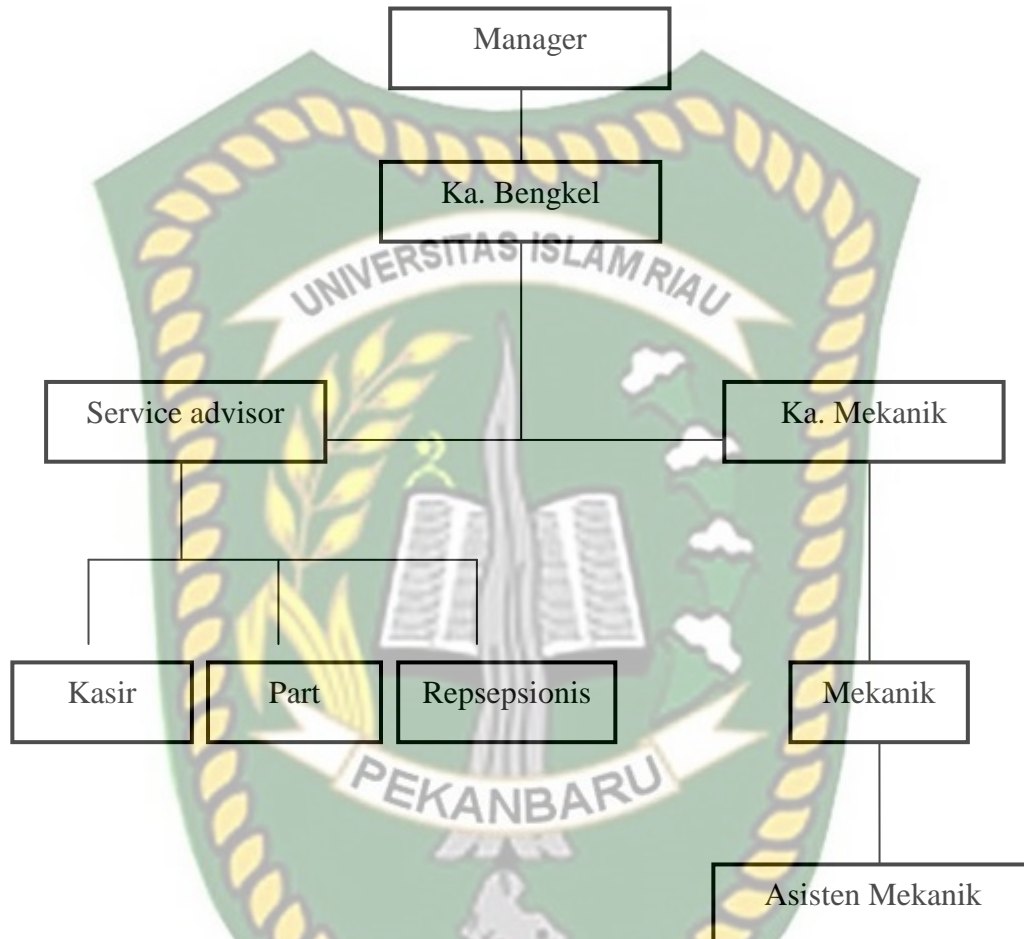
m. Kasir

Bertanggung jawab untuk membuat laporan pemeliharaan untuk manajer pemeliharaan dan untuk membuat faktur / tanda terima untuk setiap pemeliharaan.



4.4.2 Struktur Organisasi AHASS 6891 CV Honda Mas Sungai Guntung

(INHIL)



Gambar 4.2
Struktur Organisasi

(Sumber : CV. Honda Mas)

1) Manager

Manajer yang bertanggung jawab untuk mengintegrasikan variabel yang berbeda (karakteristik, budaya, pendidikan, dll.) ke dalam tujuan organisasi bersama menggunakan mekanisme adaptif.

2) Kepala Bengkel

Bertanggung jawab atas kecukupan di bengkel atau di departemen operasional bengkel, seperti menerima laporan harian yang diberikan oleh FD (Penerimaan) atau kasir. Dan memberikan kembali laporan perawatan dan laporan suku cadang kepada kepala cabang.

3) SA (Service Advisor)

Ditugaskan ke bagian pelayanan konsumen, yang akan menjawab dan mencatat keinginan konsumen terhadap sepeda motornya yang mengalami masalah mekanik, kemudian memberitahukan kepada mekanik untuk diperbaiki..

4) KM (Kepala Mekanik)

Bertanggung jawab untuk memverifikasi pekerjaan Mekanik dan mengawasi pengoperasian Mekanik dan mengarahkan Mekanik jika mengalami kesulitan dalam pekerjaan.

5) Kasir

Bertanggung jawab menerima uang atas pembelian alat-alat motor servicemotor honda.

6) Administrasi / Resepsionis

Bertanggung jawab atas segala bentuk administrasi penjualan, bertanggung jawab atas pelaporan rutin kepada Manajer Penjualan.

7) Spare part

Tugas Administrator Spare Part adalah bertanggung jawab penuh atas ketersediaan suku cadang.

Kriteria

- a. Mengetahui dan mengerti Spare Part kendaraan merk honda.
- b. Mempunyai pengalaman yang cukup dalam bidang otomotif.
- c. Berkemampuan manajemen dan dapat mengurus administrasi.
- d. Bisa mengoperasikan komputer.
- e. Jujur, disiplin, dan bertanggung jawab.

8) Mekanik

Bertugas memperbaiki sepeda motor Honda milik konsumen, setelah selesai pekerjaan dilaporkan ke master mekanik.

9) Asisten Mekanik

Bertugas menyiapkan kebutuhan mekanik dalam memperbaiki sepeda motor.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Didalam bab ini akan membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL) secara keseluruhan yang dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 50 responden.

5.1.1 Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki – laki	38	76
Perempuan	12	24
Jumlah	50	100

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 5.1 diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah laki-laki sebanyak 38 orang dengan persentase (76%) dan perempuan sebanyak 12 orang dengan persentase (24%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan servis motor pada bengkel AHASS adalah laki-laki dengan berjumlah 38 orang dari keseluruhan jumlah responden yaitu 50 sisahnya adalah perempuan, dan jenis motor yang di servis mayoritas berjenis metic.

5.1.2 Umur

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.2
Karakteristik Responden Berdas arkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
≤ 25	10	20
26 – 35	21	42
36 – 47	11	22
≥ 48	8	16
Jumlah	50	100

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 5.2 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berumur 26– 35 tahun yaitu sebanyak 21 orang dengan persentase (42%), kemudian umur 36 – 47 sebanyak 11 orang dengan persentase (22%), kemudian umur ≤ 25 sebanyak 10 orang dengan persentase (20%), dan umur ≥ 48 sebanyak 8 orang dengan persentase (16%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan AHASS yang melakukan servis motor adalah berumur 26-35 tahun.

5.1.3 Pekerjaan

Deskripsi kaarakteristik responden berdasarkan masa kerja dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	3	6
Wiraswasta	11	22
Pegawai Negri	7	14
Karyawan	21	42

Lainnya	8	16
Jumlah	50	100

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 5.3 (Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan), menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan merupakan yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 21 orang atau 42%, responden yang memiliki pekerjaan pelajar/mahasiswa yang paling sedikit menjadi responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 3 orang atau 6%. Dapat disimpulkan bahwa pelanggan Ahas Sungai Guntung yang melakukan servis motor mayoritas berkerja sebagai karyawan karna daerah Sungai Guntung tersebut kebanyakan penduduk nya sebagai karyawan pabrik.

5.1.4 Pendapatan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat di lihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
≤ Rp 2.000.000	4	8
Rp 2.100.000–Rp 4.000.000	13	26
Rp 4.100.000–Rp 6.000.000	18	36
≥ Rp 6.000.000	15	30
Jumlah	50	100

Sumber, Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 5.4 (Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan), menunjukkan bahwa responden yang berpendapatan Rp 4.100.000–Rp 6.000.000

merupakan yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 18 orang atau 30%, reponden yang berpendapatan \leq Rp 2.000.000 berjumlah 4 orang atau 8%. Maka dapat disimpulkan mayoritas pelanggan servis motor Ahas tersebut yang mempunyai pendapatan Rp 4 – Rp 6 juta.

5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

5.2.1 Uji Validitas

Uji Validasi dilakukan dengan menggunakan instrument masing-masing item penelitian, yaitu pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam angket. Semakin valid pernyataan tersebut, berarti semakin akurat survei kuesioner yang akan digunakan. Maka untuk itu terlebih dahulu ditentukan nilai r tabel dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 r \text{ tabel} &= df : (n-2) \\
 &= 5\% : (50-2) \\
 &= (0,05) : 48 \\
 &= 0,284
 \end{aligned}$$

Hasil pengujian validitas untuk variabel kualitas pelayanan sebagai berikut :

Tabel 5.5
Hasil Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan (X)

Variabel	Intem Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Kualitas Pelayanan</i> (X)	Intem. 1	0,741	0,284	Valid
	Intem. 2	0,850	0,284	Valid
	Intem. 3	0,925	0,284	Valid

Intem. 4	0,931	0,284	Valid
Intem. 5	0,952	0,284	Valid
Intem. 6	0,874	0,284	Valid
Intem. 7	0,850	0,284	Valid
Intem. 8	0,925	0,284	Valid
Intem. 9	0,931	0,284	Valid
Intem. 10	0,952	0,284	Valid
Intem. 11	0,874	0,284	Valid
Intem. 12	0,925	0,284	Valid
Intem. 13	0,931	0,284	Valid
Intem. 14	0,952	0,284	Valid
Intem. 15	0,874	0,284	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 5.5 dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner dalam variabel kualitas pelayanan memiliki r hitung lebih besar dari pada r tabel sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya

Tabel 5.6
Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Item.1	0,847	0,288	Valid
	Item.2	0,864	0,288	Valid
	Item.3	0,809	0,288	Valid
	Item.4	0,854	0,288	Valid
	Item.5	0,795	0,288	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 5.6 di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel kepuasan pelanggan memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran kestabilan dimensi variabel dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan terkait dengan susunan pernyataan yang disusun dalam bentuk angket. Reliabilitas struktur variabel dikatakan baik apabila nilai cronbach's alpha diatas 0,60.. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas untuk kedua variabel yang diteliti dan membandingkannya dengan nilai Alpha Kritis :

Tabel 5.7
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Batas Bawah	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,983	0,600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,890	0,600	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 5.7 diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *alphacronbac's* lebih besar daripada 0,600 maka dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa instrumen penelitian (kuesioner) dapat dipercaya dan diandalkan (*reliabel*).

5.3 Analisis Kuantitatif

5.3.1 Analisis Kuantitatif Variabel Kualitas Pelayanan

Berikut ini ini hasil tanggapan responden berdasarkan tiap indikator dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.8
Hasil Tanggapan Responden Tentang Penampilan Karyawan yang Rapi dan Bersih

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	24	120	48,0
2	Setuju	22	88	44,0
3	Ragu-Ragu	4	12	8,0
4	Tidak Setuju	–	–	–
5	Sangat Tidak Setuju	–	–	–
Total		50	220	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.8 diatas dapat diketahui hasil tanggapan responde di AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan responden dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 24 orang dengan tingkat persentasi (48,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden dengan menjawab setuju sebanyak 22 orang dengan tingkat persentase (44,0%), dan sebanyak 4 orang dengan tingkat persentase (8,0%) menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dalam tamggapan responden dominan menjawab sangat setuju yang artinya responden sangat setuju dengan penampilan karyawan yang rapi dan bersih, namun hal tersebut disesuaikan juga dengan pekerjaan dan aktifitas karyawan dalam mengerjakan tugas nya.

Tabel 5.9
Hasil Tanggapan Responden Tentang Memiliki Letak Strategis dan Mudah Dijangkau

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	31	155	62,0
2	Setuju	15	60	30,0
3	Ragu-Ragu	4	12	8,0
4	Tidak Setuju	–	–	–
5	Sangat Tidak Setuju	–	–	–

Total	50	227	100
--------------	-----------	------------	------------

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel 5.9 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan responden dengan frekuensi tertinggi yaitu 31 orang dengan tingkat persentase (62,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden yang menyatakan setuju 15 orang dengan persentase (30,0%), dan sebanyak 4 dengan tingkat persentase (8,0%) menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan tanggapan responden sangat setuju dengan memiliki letak setrategi dan mudah dijangkau. Hal ini menggambarkan bahwa AHASS memiliki letak yang setrategi sehingga mudah dijangkau oleh pelanggan.

Tabel 5.10
Hasil Tanggapan Responden Tentang Fasilitas Fisik yang Memadai

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	29	145	58,0
2	Setuju	14	56	28,0
3	Ragu-Ragu	7	21	14,0
4	Tidak Setuju	–	–	–
5	Sangat Tidak Setuju	–	–	–
Total		50	222	100

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel 5.10 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan responden dengan frekuensi tertinggi yaitu 29 orang dengan tingkat persentase (58,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden yang menyatakan setuju 14 orang dengan persentase (28,0%), dan sebanyak 7 dengan tingkat

persentase (14,0%) menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan tanggapan responden sangat setuju dengan fasilitas fisik yang memadai. Hal ini menggambarkan bahwa AHASS memiliki fasilitas fisik yang memadai sesuai yang diharapkan oleh pelanggan yang bisa membuat pelanggan nyaman seperti adanya ruang tunggu, waifi gratis, televisi, fast charging area, air mineral yang disediakan.

Tabel 5.11
Hasil Tanggapan Responden Mekanik Mampu Memperbaiki Kerusakan

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	30	150	60,0
2	Setuju	13	52	26,0
3	Ragu-Ragu	7	21	14,0
4	Tidak Setuju	—	—	—
5	Sangat Tidak Setuju	—	—	—
Total		50	223	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.11 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan ferkuensi tertinggi yaitu 30 orang dengan tingkat persentase (60,0%) yang menyataka sangat setuju, kemudian tanggapan responden setuju sebanyak 13 orang dengan tingkat persentase (26,0%), dan 7 orang dengan tingkat persentase (14,0%) yang menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden dominan menjaab sangat setuju, yang artinya mekanik mampu memperbaiki sesuai kerusakan yang terjadi pada kendaraan yang dikeluhkan pelanggan.

Tabel 5.12
Hasil Tanggapan Responden Perubahan Positif Pasca Perbaiki

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	35	175	70,0
2	Setuju	8	32	16,0
3	Ragu-Ragu	7	21	14,0
4	Tidak Setuju	–	–	–
5	Sangat Tidak Setuju	–	–	–
Total		50	228	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.12 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dalam ferkuensi tertinggi yaitu sebanyak 35 orang dengan tingkat persentase (70,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden yang menyatakan setuju sebanyak 8 orang dengan tingkat persentase (16,0%) , dan 7 orang dengan persentase sebanyak (14,0%) menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden dominan menjawab sangat setuju, artinya perubahan positif pasca perbaikan yang dapat ditangani oleh mekanik dengan kinerja yang baik sehingga membuat pelanggan AHASS Sungai Guntung sangat puas.

Tabel 5.13
Hasil Tanggapan Responden Tentang Mekanik Mempunyai Pengetahuan Luas

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	34	170	62,0
2	Setuju	9	36	18,0
3	Ragu-Ragu	7	21	8,0
4	Tidak Setuju	–	–	–
5	Sangat Tidak Setuju	–	–	–
Total		50	227	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.13 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden ASASS Saungai Guntung diperoleh tanggapan dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 34 orang dengan tingkat persentase (62,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden yang menyatakan setuju sebanyak 9 orang dengan tingkat persentase (18,0%), dan 7 orang dengan tingkat pesentase (8,0%) menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan nya dari tanggapan responden dominan menjawab sangat setuju, yang artinya mekanik Ahass memang mempunyai pengetahuan yang luas sehingga segala kerusakan dapat ditangani dengan baik.

Tabel 5.14
Hasil Tanggapan Responden Tentang Mekanik yang Cepat tanggap Dalam Menangani Keluhan Pelanggan

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	31	155	62,0
2	Setuju	15	60	30,0
3	Ragu-Ragu	4	12	8,0
4	Tidak Setuju	–	–	–
5	Sangat Tidak Setuju	–	–	–
Total		50	227	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.14 diatas dapat dilihatbahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 31 orang dengan tingkat persentase (62,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden yang menyatakan setuju sebanyak 15 orang dengan tingkat persentase (30,0%), dan 4 orang dengan tingkat persentase (8,0%) menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan

responden dominan menjawab sangat setuju, yang artinya pelanggan sangat puas dengan kinerja mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan.

Tabel 5.15
Hasil Tanggapan Responden Tentang Mampu Merespon Persoalan dan Keluhan Pelanggan

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	29	145	58,0
2	Setuju	14	56	28,0
3	Ragu-Ragu	7	21	14,0
4	Tidak Setuju	–	–	–
5	Sangat Tidak Setuju	–	–	–
Total		50	222	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.15 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 29 orang dengan tingkat persentase (58,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden setuju sebanyak 14 orang dengan tingkat persentase (28,0%), dan 7 orang dengan tingkat persentase (14,0%) menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan nya dari tanggapan responden dominan menjawab sangat setuju, yang artinya bahwa pihak Ahass mampu merespon persoalan yang di keluhan oleh pelanggan dengat sangat baik.

Tabel 5.16
Hasil Tanggapan Responden Tentang Ketepatan Mengambil Tindakan

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	30	150	60,0
2	Setuju	13	52	26,0
3	Ragu-Ragu	7	21	14,0
4	Tidak Setuju	–	–	–
5	Sangat Tidak Setuju	–	–	–

Total	50	223	100
--------------	-----------	------------	------------

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.16 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 30 orang dengan tingkat persentase (60,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden setuju sebanyak 13 orang dengan tingkat persentase (26,0%), dan 7 orang dengan tingkat persentase (14,0%) yang menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden dominan menjawab sangat setuju, ini artinya responden sangat setuju tentang pihak AHASS ketepatannya dalam mengambil tindakan yang di inginkan oleh pelanggan.

Tabel 5.17
Hasil Tanggapan Responden Tentang Memberikan Kredibilitas /Kepercayaan Berupa Garansi atas Perbaikan

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	35	175	70,0
2	Setuju	8	32	16,0
3	Ragu-Ragu	7	21	14,0
4	Tidak Setuju	—	—	—
5	Sangat Tidak Setuju	—	—	—
Total		50	228	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.17 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 35 orang dengan tingkat persentase (70,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden setuju sebanyak 8 orang dengan tingkat persentase (16,0%), dan 7 orang dengan tingkat persentase

(14,0%) yang menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden dominan menjawab sangat setuju, ini artinya responden sangat setuju dengan pihak Ahass yang memberikan kredibilitas/kepercayaan berupa garansi atas perbaikan, hal tersebut membuat pelanggan semakin yakin atas pelayanan dan kinerja yang sangat baik.

Tabel 5.18

Hasil Tanggapan Responden Tentang Jaminan Keamanan dan Kenyamanan

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	34	170	68,0
2	Setuju	9	36	18,0
3	Ragu-Ragu	7	21	14,0
4	Tidak Setuju	—	—	—
5	Sangat Tidak Setuju	—	—	—
Total		50	227	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.18, diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 34 orang dengan tingkat persentase (68,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden yang menyatakan setuju sebanyak 9 orang dengan tingkat persentase (18,0%), dan 7 orang dengan tingkat persentase (14,0%) menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden dominan menyatakan sangat setuju, yang artinya bahwa responden sangat puas/sangat setuju tentang adanya jaminan keamanan dan kenyamanan yang diberikan oleh pihak Ahass.

Tabel 5.19
Hasil Tanggapan Responden Tentang Karyawan Memiliki Nilai Moral yang Tinggi

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	29	145	58,0
2	Setuju	14	56	28,0
3	Ragu-Ragu	7	21	14,0
4	Tidak Setuju	–	–	–
5	Sangat Tidak Setuju	–	–	–
Total		50	222	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.19 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 29 orang dengan tingkat persentase (58,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden yang menyatakan setuju sebanyak 14 orang dengan tingkat persentasi (28,0%), dan 7 orang dengan tingkat persentase (14,0%) yang menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden dominan menyatakan sangat setuju, artinya bahwa responden sangat setuju atas karyawan Ahass yang memiliki nilai moral yang tinggi dalam melayani pelanggan sehingga membuat pelanggan merasa puas atas pelayanan tersebut.

Tabel 5.20
Hasil Tanggapan Responden Tentang Pelayanan yang Adil Tanpa Memandang Status Sosial

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	30	150	60,0
2	Setuju	13	52	26,0
3	Ragu-Ragu	7	21	14,0
4	Tidak Setuju	–	–	–
5	Sangat Tidak Setuju	–	–	–
Total		50	223	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.20 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 30 orang dengan tingkat persentase (60,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan reasponden yang menyatakan setuju sebanyak 13 orang dengan tingkat persentasi (26,0%), dan 7 orang dengan tingkat persentase (14,0%) yang menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden dominan menyatakan sangat setuju, artinya bahwa responden sangat setuju oleh pihak Ahasss memberikan pelayanan yang adil tanpa memandang setatus sosial. Ini dapat dibuktikan dari pelanggan mana yang terlebih dulu datang ke Ahasss untuk menanyakan keluhan dan melakukan perbaikan.

Tabel 5.21
Hasil Tanggapan Responden Tentang Mampu Memenuhi Keinginan Pelanggan

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	35	175	70,0
2	Setuju	8	32	16,0
3	Ragu-Ragu	7	21	14,0
4	Tidak Setuju	–	–	–
5	Sangat Tidak Setuju	–	–	–
Total		50	228	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.21 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 35 orang dengan tingkat persentase (70,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan reasponden yang menyatakan setuju sebanyak 8 orang dengan tingkat persentasi (16,0%), dan 7 orang dengan tingkat persentase (14,0%) yang menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari

tanggapan responden dominan menyatakan sangat setuju, yang artinya bahwa responden sangat setuju oleh pihak Ahass yang mampu memenuhi keinginan pelanggan, dalam arti memenuhi segala keinginan yang dikeluhkan oleh pelanggan mengenai gejala dan kerusakan yang terjadi pada kendaraan bermotornya.

Tabel 5.22
Hasil Tanggapan Responden Tentang Pelayanan Ramah Kepada Pelanggan

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase %
1	Sangat Setuju	34	170	68,0
2	Setuju	9	36	18,0
3	Ragu-Ragu	7	21	14,0
4	Tidak Setuju	—	—	—
5	Sangat Tidak Setuju	—	—	—
Total		50	227	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.20 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 34 orang dengan tingkat persentase (68,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan reasponden yang menyatakan setuju sebanyak 9 orang dengan tingkat persentasi (18,0%), dan 7 orang dengan tingkat persentase (14,0%) yang menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden dominan menyatakan sangat setuju, yang artinya bahwa responden sangat setuju oleh pihak Ahass yang memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan.

Tabel 5.23
Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X)	Tanggapan Responden					Total Sekor
		SS	TS	RR	S	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Penapilan karyawan yang rapi dan bersih	24	22	4	-	-	50
	Bobot Sekor	120	88	12	-	-	220
2	Memiliki letak strategis dan mudah dijangkau	31	15	4	-	-	50
	Bobot Sekor	155	60	12	-	-	227
3	Fasilitas fisik yang memadai	29	14	7	-	-	50
	Bobot Sekor	145	56	21	-	-	222
4	Mekanik mampu memperbaiki kerusakan	30	13	7	-	-	50
	Bobot Sekor	150	52	21	-	-	223
5	Perubahan positif pasca perbaikan	35	8	7	-	-	50
	Bobot Sekor	175	32	21	-	-	228
6	Mekanik mempunyai pengetahuan luas	34	9	7	-	-	50
	Bobot Sekor	170	36	21	-	-	227
7	Mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	31	15	4	-	-	50
	Bobot Sekor	155	60	12	-	-	227
8	Mampu merespon persoalan dan keluhan pelanggan	29	14	7	-	-	50
	Bobot Sekor	145	56	21	-	-	222
	Ketepatan mengambil	30	13	7	-	-	50

9	tindakan						
	Bobot Sekor	150	52	21	-	-	223
10	Memberikan kredibilitas/kepercayaan berupa garansi atas perbaikan	35	8	7	-	-	50
	Bobot Sekor	175	32	21	-	-	228
11	Jaminan keamanan dan kenyamanan	34	9	7	-	-	50
	Bobot Sekor	170	36	21	-	-	227
12	Karyawan memiliki nilai moral yang tinggi	29	14	7	-	-	50
	Bobot Sekor	145	56	21	-	-	222
13	Pelayanan yang adil tanpa memandang setatus sosial	30	13	7	-	-	50
	Bobot Sekor	150	52	21	-	-	223
14	Mampu memenuhi keinginan pelanggan	35	8	7	-	-	50
	Bobot Sekor	175	32	21	-	-	228
15	Pelayanan ramah kepada pelanggan	34	9	7	-	-	50
	Bobot Sekor	170	36	21	-	-	227
Total Sekor							3374
Sekor Tertinggi 15 x 5 x 50							3750
Sekor Terendah 15 x 1 x 50							750
Kriteria Penilaian							Baik

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.23 diatas dapat dilihat perolehan skor tertinggi adalah 228 dimana dari sekor tersebut terdapat pada poin 5, 10, dan 14 , dan perolehan sekor terendah adalah 220 pada poin penampilan karyawan hal ini dipengaruhi oleh kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan karyawan karna posisi kerja pada perbaikan kendaraan, faktor yang mempengaruhi adalah keadaan pekerjaannya, dan

dari hasil keseluruhan skor untuk tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan diperoleh skor 3374, sehingga kriteria jawaban responden adalah **Sangat Baik** yaitu berada pada interval 3750 dan 3150. Berikut ini kriteria penelitian dari rekapitulasi hasil penelitian:

Range : Skor Maksimal – Skor Minimal

$$: \frac{3750 - 750}{5}$$

: 600

Tabel 5.24
Kategori Kriteria Penelitian

No	Range Nilai	Kriteria Penilaian
1	3150–3750	Sangat Baik
2	2550–3150	Baik
3	1950–2550	Cukup
4	1350–1950	Tidak Baik
5	750–1350	Sangat Tidak Baik

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.24 diatas diketahui bahwa tingkat katagori mengenai kualitas pelayanan pada katagori **Sangat Baik** dikarnakan total skor 3374. Untuk indikator skor tertinggi berada pada indikator yaitu perubahan positif pasca perbaikan, memberikan kredibilitas/kepercayaan berupa garansi atas perbaikan , dan mampu memenuhi keinginan pelanggan dengan skor sebanyak 228, dan yang paling rendah berada pada indikator penamilan karyawan yang rapi dan bersih dengan skor sebanyak 220.

5.3.2 Analisis Kuantitatif Variabel Kepuasan Pelanggan

Berikut ini hasil tanggapan responden berdasarkan tiap indikator dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.25
Hasil Tanggapan Responden Tentang Puas Dengan Pelayanan yang Diberikan

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	30	150	60,0
2	Setuju	19	76	38,0
3	Ragu-Ragu	1	3	2,0
4	Tidak Setuju	-	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jawaban		50	229	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.25 diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan tingkat frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 30 orang dengan tingkat persentase (60,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden yang menyatakan setuju sebanyak 19 orang dengan tingkat persentase (38,0%), dan 1 orang dengan tingkat persentase (2,0%) yang menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden adalah dominan lebih menyatakan sangat setuju, yang artinya bahwa responden sangat setuju/sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak AHASS.

Tabel 5.26
Hasil Tanggapan Responden Tentang Pelayanan Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	30	150	60,0
2	Setuju	19	76	38,0
3	Ragu-Ragu	1	3	2,0
4	Tidak Setuju	-	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah		50	229	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.26 diatas dapat dilihat hasil tanggapan responden di AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan tingkat frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 30 orang dengan tingkat persentase (60,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 19 orang dengan tingkat persentase (38,0%), dan 1 orang dengan tingkat persentase (2,0%) yang menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden lebih dominan menyatakan sangat setuju, artinya responden sangat setuju pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan.

Tabel 5.27
Hasil Tanggapan Responden Tentang Menyelesaikan Masalah Untuk Memuaskan Pelanggan

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	35	175	70,0
2	Setuju	13	52	26,0
3	Ragu-Ragu	2	6	4,0
4	Tidak Setuju	-	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah		50	233	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.27 diatas dapat dilihat hasil tanggapan responden di AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan dengan tingkat frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 35 orang dengan tingkat persentase (70,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 13 orang dengan tingkat persentase (26,0%), dan 2 orang dengan tingkat persentase (4,0%) yang menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden lebih dominan menyataka sangat setuju, yang artinya AHASS dapat menyelesaikan masalah untuk memuaskan pelanggan.

Tabel 5.28
Hasil Tanggapan Responden Tentang Kesiediaan Untuk Merekomendasikan Kepada Orang Lain

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	31	155	62,0
2	Setuju	17	68	34,0
3	Ragu-Ragu	2	6	4,0
4	Tidak setuju	-	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah		50	229	100

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.28 diatas dapat dilihat hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung diperoleh tanggapan resonden dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 31 orang dengan tingkat persentase (62,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian tanggapan responden yang menyatakan setuju sebanyak 17 orang dengan tingkat persentase (34,0%), dan 2 orang dengan tingkat persentase (4,0%) yang menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden diatas dominan menyatakan sangat setuju, yang artinya responden bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Tabel 5.29
Hasil Tanggapan Responden Tentang Penggunaan AHASS di Masa yang Akan Datang

No	Jawaban Alternatif	Frekuensi	Bobot	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	27	135	54,0
2	Setuju	21	84	42,0
3	Ragu-Ragu	2	6	4,0
4	Tidak Setuju	-	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-	-
Jumlah		50	225	100

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.29 di atas dapat dilihat hasil tanggapan responden AHASS Sungai Guntung yang diperoleh tanggapan responden dengan frekuensi tertinggi yaitu sebanyak 27 orang dengan tingkat persentase (54,0%) yang menyatakan sangat setuju, kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 21 orang dengan tingkat persentase (42,0%), dan 2 orang dengan tingkat persentase (4,0%) menyatakan ragu-ragu. Kesimpulan dari tanggapan responden lebih dominan menyatakan sering, yang artinya responden akan terus menggunakan jasa AHASS di masa yang akan datang.

Tabel 5.30
Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	Tanggapan Responden					Total Sekor
		SS	S	RR	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Puas dengan pelayanan yang diberikan	30	19	1	-	-	50
	Bobot Sekor	150	76	3	-	-	229
	Pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan	30	19	1	-	-	50

2	Bobot Sekor	150	76	3	–	–	229
3	Menyelesaikan permasalahan untuk memuaskan pelanggan	35	13	2	–	–	50
	Bobot Sekor	175	52	6	–	–	233
4	Kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain	31	17	2	–	–	50
	Bobot Sekor	155	68	6	–	–	229
5	Penggunaan AHASS dimasa yang akan datang	27	21	2	–	–	50
	Bobot Sekor	135	84	6	–	–	225
Total Sekor							1145
Sekor Tertinggi 5 x 5 x 50							1250
Sekor Terendah 5 x 1 x 50							250
Kriteria Penilaian							Sangat Baik

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.30 diatas dapat dilihat skor tertinggi berada poin menyelesaikan permasalahan untuk memuaskan pelanggan dengan total sekor 233, dan untuk penggunaan Ahass dimasa yang akan datang menjadi sekor terendah yaitu 225 hal ini disebabkan adanya perubahan tempat tinggal yang akan mendatang. Keseluruhan sekor pada total keseluruhan dari tanggapan jawaban responden mengenai kepuasan pelanggan diperoleh skor 1145, sehingga kriteria jawaban responden adalah **Sangat Baik** yaitu berada pada interval 1050 sampai 1250. Berikut ini kriteria penilaian dari rekapitulasi hasil penelitian:

$$\text{Range} : \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{5}$$

$$: \frac{1250 - 250}{5}$$

$$: 200$$

Tabel 5.31
Kategori Kriteria Penilaian

No	Range Nilai	Kriteria Penilaian
1	1050– 1250	Sangat Baik
2	850 – 1050	Baik
3	650 – 850	Cukup
4	450 – 650	Tidak Baik
5	250 – 450	Sangat Tidak Baik

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5.31 diatas diketahui bahwa tingkat kategori mengenai kepuasan pelanggan pada kategori **Sangat Baik** dikarenakan total skor 1145. Untuk indikator skor tertinggi berada pada indikator yaitu menyelesaikan permasalahan untuk memuaskan pelanggan dengan skor sebanyak 233, dan yang paling rendah berada pada indikator penggunaan AHASS dimasa yang akan datang dengan skor sebanyak 225.

5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

5.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Penggunaan regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian yang dianalisis dalam

SPSS versi 22 menunjukkan hasil uji regresi linier sederhana pada tabel berikut ini.

Tabel 5.32
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11,192	1,634		6,849	,000
	TOTAL_X	,173	,024	,722	7,236	,000

Sumber : Data Olahan SPSS 2022

Berdasarkan pada tabel 5.32 diatas maka dapat diketahui nilai konstan (a) sebesar 11,192 sedangkan nilai Total X (b / koefisien regresi) sebesar 0,173 sehingga persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut ini:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,192 + 0,173X$$

Persamaan regresi diatas memiliki arti yaitu:

- a. Nilai konstanta sebesar 11,192 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 11,192
- b. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,173 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Kualitas Pelayanan, maka nilai Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0,173. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan adalah positif.

5.4.2 Uji Koefisien Korelasi

Berdasarkan koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengukur keratan hubungan antara dua variabel yaitu variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan di AHASS Sungai Guntung (INHIL). Untuk lebih jelasnya maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.33
Hasil Uji Korelasi (r)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.522	.512	1,623

Sumber: Data Olahan SPSS 2022

Dari hasil analisis korelasi diatas diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,722 atau 72,2%. Nilai koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel dependen (Kualitas Pelayanan) dan independen (Kepuasan Pelanggan) pada AHASS Sungai Guntung (INHIL).

5.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 5 di atas dapat kita lihat nilai koefisien determinasi berdasarkan nilai R Square dari analisis regresi di atas, nilai yang ditentukan adalah 0,522 atau 52,2%. Nilai koefisien determinasi menunjukkan kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan hubungan kedua variabel tersebut kuat. Sedangkan sisanya sebesar 47,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas lebih lanjut dalam penelitian ini.

5.5 Hipotesis

5.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individu terhadap variabel dependen.

Tabel 5.34
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,192	1,634		6,849	,000
	TOTAL_X	,173	,024	,722	7,236	,000

Sumber : Data Olahan SPSS 2022

Data tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 7,236 dengan signifikan 0,000 dengan diperoleh nilai t_{tabel} pada taraf signifikan 5% (2-tailed) dengan persamaan $n-k-1 : \alpha/2 = 50-1-1 : 0,05/2 = 48 : 0,025 = 2,010$.

Dimana n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel bebas dan 1 adalah konstan.

Dengan demikian diketahui bahwa $t_{hitung} (7,236) > t_{tabel} (2,010)$ dan $sig (0,000) < 0,05$.

5.6 Pembahasan Hasil penelitian

AHASS Cv .Honda Mas Sungai Guntng (INHIL) adalah Bengkel motor jenis Honda yang terletak di Sungai Guntung Kecamatan Kateman di dirikan pada tahun 2008. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil variabel Kualitas Pelayanan diduga memberi pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dimana hasil

analisis regresi linier sederhana menunjukkan adanya pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil penelitian yaitu Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan AHASS Sungai Guntung, hal tersebut dapat dipastikan dengan melihat hasil uji t (parsial) dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat yang signifikan. Hubungan keeratan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada katregori kuat, hal ini dapat dipastikan dengan melihat nilai korelasi (r) memperoleh nilai sebesar 0,722 atau 72,2%. Dan kontribusi yang diberikan untuk variab Kepuasan Pelanggan sebesar 0,522 atau sebesar 52,2% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Dari seluruh hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan lima indikator antara lain kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena dengan memberikan kualitas layanan itu akan menciptakan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu seperti dalam jurnal Nur Abidin , Sudibyو Budi Utomo, Sutrisno Djaja, yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Oleh karena itu, hipotesis bahwa kualitas pelayanan dengan dimensi seperti kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ahass Sungai Guntung motor dapat diterima.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mengatasi permasalahan perusahaan Ahas Sungai Guntung, perusahaan harus menerapkan teori kualitas pelayanan dan indikatornya.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, pada pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu kualitas layanan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan, semakin tinggi kualitas layanan maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.
- Berdasarkan hipotesis atau (uji t) dapat diketahui bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yang artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

6.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan kepada pelanggan Ahass untuk indikator bukti fisik pada penampilan karyawan menjadi nilai terendah, dalam hal ini Ahass Sungai Guntung harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan tercapai, khususnya penampilan karyawan harus lebih ditingkatkan, karna kualitas pelayanan yang baik berdampak kepada kepuasan pelanggan dalam meningkatkan minat pelanggan untuk selalu servis di Ahass Sungai Guntung (INHIL).

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan indikator kualitas pelayanan selain kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik yang tentunya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena masih terdapat indikator atau variabel kualitas layanan lainnya di luar penelitian ini yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Deny Setiawan, & Rony Ika Setiawati. (2018). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Servis Di AHASS Kenari Motor*. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENETARAN), Vol 3 No.1, hlm.93-107.
- Edi Mulyanto. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Ajsaka Motor Kudus*. Sekripsi Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Heni Armaniah, Amas Sari Marthanit, Faif Yusuf. (2019), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel AHASS Honda Tangerang*, Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, Vol. 2, No. 2.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler, & Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: PT Indeks
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation Global Edition (6th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Lee, Nancy. 2007. *Pemasaran di Sektor Publik Panduan Praktis untuk Meningkatkan Kinerja Pemerintah*. Jakarta: Indeks.
- Lovelock, Christopher H dan Wright, Lauren K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. "Manajemen Pemasaran Jasa". Jakarta : Salemba Empat.
- Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja, Joko Widodo. (2018), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di AHASS Sumber Jaya*

Maha Sakti Kecamatan Rogojamping Kabupaten Banyuwangi, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 12, No. 1, 1907-9990.

- Nurul Abidin. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Servis Motor AHASS Honda Universitas Muhammadiyah Surakarta. Skripsi Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- Sanusi, Anwar. 2019. *METODE PENELITIAN BISNIS Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat
- Sanusi, Anwar. 2019. *METODE PENELITIAN BISNIS Dan contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: Selmba Empat.
- Slamet, Achmad, Mutiara Ayu. (2015), *Analisis Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan Astra Motor Slawi Kabupaten Tegal*, Management Analysis Jurnal 4(4). Universitas Negri Semarang. Indonesia.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sudibyo Budi Utomo, & Iwan Rismanto., (2019), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel AHASS Gemilang Motor Rajagaluh Kabupaten Majalengka*. Jurnal Syntax Idea, Vol.1 No.6.
- Tjiptono, Fandy. 1996. "Manajemen Jasa". Yogyakarta: Andy Offset.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Konteporer*.

Yogyakarta: Penerbit Liberty.

Tjiptono, Fandy & Gregorius Candra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi 2.

Yogyakarta: CV Andi Offset.

