

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Sultra Perdana Mobil Utama)

¹Nurma Maulidya H., ²Rahman, ³Munawir Makmur

^{1,2,3} Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Haluoleo
nurmamaulidya2605@gmail.com
Kendari, 93117, Sulawesi Tenggara, Indonesia

Abstract

This research aims to determine the effect of service quality on consumer satisfaction at PT. Sultra Perdana Main Car. The data collection techniques used were observation and questionnaires and secondary data was obtained from previous research journals and books. This research approach uses a quantitative research approach while the sample used was 58 people taken using random sampling technique. The data analysis methods used are validity test, reliability test, simple linear analysis test, T-test, and R2 coefficient of determination test. The results of the research obtained a significance value of $0.000 < 0.05$. Apart from that, based on the table above, it is also known that the calculated T value, namely 6.045, is greater than the T table, namely 2.002, so it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, which states that service quality has a significant effect on customer satisfaction case study at PT. Sultra Perdana Main Car. The coefficient of determination or R Square value is 0.395, this means that the overall influence of variable X on variable Y is 39.5% and the remaining amount (60.5%) is influenced by other variables not included in the research model

Keyword: Brand Image, Buyer's Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sultra Perdana Mobil Utama. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan kuesioner dan data sekunder diperoleh dari jurnal penelitian terdahulu serta buku-buku. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif sedangkan sampel yang digunakan adalah 58 orang yang diambil menggunakan Teknik *random sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis linear sederhana, uji-T, dan uji koefisien determinasi R². Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ selain itu berdasarkan tabel diatas pula di ketahui bahwa nilai T hitung yaitu 6.045 lebih besar dari T tabel yaitu 2.002 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen studi kasus pada PT. Sultra Perdana Mobil Utama. Nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,395 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X secara keseluruhan terhadap variabel Y adalah sebesar 39,5% dan sisanya sebesar (60,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termaksud dalam model penelitian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Sudah menjadi keharusan bagi perusahaan untuk melakukan kualitas Pelayanan yang terbaik agar mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan perbaikan ulang hingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan. Menurut Fandy Tjiptono (2017: 180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh

perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut *Kotler (1997)* menyebutkan kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Sedangkan menurut *Atep Adya Brata (2003: 36)* menyatakan bahwa berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukuran nya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena mereka lah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Menurut *Aria dan Atik (2018:16)* kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik. Konsumen dalam melakukan pembelian melakukan evaluasi terhadap jasa tersebut antara yang diinginkan dengan kinerja yang dirasakan (kualitas pelayanan keseluruhan). Hal ini kemudian menghasilkan suatu sikap berupa kepuasan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan, sikap puas atau tidak puas ini mempengaruhi minat membeli kembali. Minat membeli akhirnya akan mempengaruhi output berupa keputusan membeli kembali produk tersebut.

Persepsi kualitas pelayanan yang tinggi berarti konsumen merasa harapannya terpenuhi sehingga mempunyai persepsi yang positif terhadap jasa tersebut. Menurut *Oliver (2019)* kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan sangat puas. sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya jadi dan informasi pemasar dan sampai. Menurut *Kotler (2016)* kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya.

Di zaman yang modern ini kendaraan roda empat merupakan barang yang sudah menjadi kebutuhan yang mendasar bagi kalangan menengah keatas, bisa di buktikan dengan tingginya angka penjualan mobil dalam beberapa tahun belakangan ini, baik penjualan mobil baru maupun mobil bekas. Dengan jumlah pengguna kendaraan roda empat yang semakin tak terkendali menimbulkan permasalahan yang baru, yaitu tidak selamanya kendaraan yang dipakai itu selalu dalam keadaan baik. Pasti ada waktunya kendaraan mengalami kerusakan dan membutuhkan perbaikan. Maka inilah yang membuat adanya peluang bisnis bagi jasa perbengkelan mobil.

Bisnis otomotif adalah salah satu dari begitu banyak bisnis jasa yang berkembang pesat. Hal ini karena pada dasarnya kendaraan telah menjadi kebutuhan dasar bagi manusia, Sehingga apabila manusia masih bermobilitas maka bisnis otomotif akan terus berkembang. Pertumbuhan bisnis otomotif ini dibarengi dengan semakin banyak perusahaan bengkel yang bermunculan. Menurut *Yoga (2013)*, bengkel merupakan suatu usaha jenis wirausaha kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan perbaikan, baik itu sepeda motor atau mobil. Bengkel mobil diklasifikasikan

berdasarkan dua kriteria, yaitu fasilitas pelayanan dan skala usaha yang dijalankan (Meliputi jumlah tenaga kerja, modal, dan kapasitas kerja).

Apabila pelaku usaha mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya hal ini akan menjadikan keunggulan kompetitif yang dapat dicapai. Demi meningkatkan kualitas jasa yang diberikan untuk memuaskan konsumen secara terus-menerus perusahaan harus mempunyai komitmen manajemen. Kepuasan konsumen menjadi sangat penting karena pada kenyataan yang ada, konsumen yang tidak puas terhadap pelayanan jasa yang didapatkannya cenderung akan mencari penyedia layanan jasa yang lain yang mampu memuaskan kebutuhannya. Maka disimpulkan jika kinerja perusahaan sesuai ekpetasi konsumen, maka konsumen akan merasa puas, jika kinerja perusahaan tidak sesuai ekpetasi konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa. Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting dari sebuah kinerja perusahaan, karena dari kepuasan konsumen dapat memberikan nilai tersendiri atas hasil kinerja perusahaan.

Menurut Lupiyoadi (dalam indrasari 2019), Terdapat beberapa indikator atau atribut di dalam mengukur kualitas pelayanan yaitu:

1. Keandalan (realibility) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari:
2. Daya Tanggap (responsiveness) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas.
3. Jaminan (assurance) adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
4. Empati (empathy) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
5. Bukti fisik (tangibles) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

Menurut Tjiptono (dalam Reza Novyandi Putra 2018) dan Philip Kotler serta Kevin Lane Keller (2016) indikator dari kepuasan konsumen yaitu:

1. Tetap Setia. Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama.
2. Minat berkunjung Kembali, Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait,.
3. Kesediaan merekomendasikan, Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

4. Bersedia membayar lebih. Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan, ketika harga lebih tinggi konsumen cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga.
5. Memberi masukan. Walaupun kepuasan sudah tercapai, konsumen selalu menginginkan yang lebih lagi, maka konsumen akan memberi masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai.

PENELITIAN TERDAHULU

1. Penelitian oleh Bungaran Tambun dan Linda Mariat, dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada (Bengkel Mobil Roda Mas Auto Prima Jalan Gatot Subroto Medan) 2022" Penelitian ini dilakukan di Bengkel mobil Roda Mas Auto Prima 2 Medan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, serta untuk mengetahui kontribusi masing-masing dimensi kualitas pelayanan (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel mobil Roda Mas Auto Prima 2 Medan. P. Setelah dilakukan pengolahan dan analisis data dalam penelitian, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut: (1) Kualitas pelayanan meliputi dimensi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible baik secara parsial maupun secara simultan, berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Roda Mas Auto Prima 2 Medan. (2) Besarnya kontribusi pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) pada kepuasan konsumen adalah sebesar 72,3%. (3). Sedangkan kontribusi masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut: Tangibles 21,8%, Reliability 26,9%, Responsiveness 1,2%, Assurance 21,4%, dan Emphat 40,2%. Dimensi kualitas pelayanan yang paling besar kontribusi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah Emphaty. Dengan nilai kontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 40,2%
2. Penelitian oleh Ambika Shastri H. P. Sutrayoga dan KM. Agus Satria Pramudana "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Paramitha Auto Graha (Pag) Denpasar" 2014 (Universitas Udayana). Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan agar dapat mempertahankan eksistensi perusahaan. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan konsumen dapat tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada bengkel mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar yang beralamat di Jl. Ahmad Yani Utara 999, Denpasar. Jumlah sampel yang digunakan berdasarkan teknik accidental sampling adalah 115 responden, serta menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Dari hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen bengkel mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar.

3. Penelitian oleh Aviva Fuad Shobari “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Pesona Solusi Nata Wisata Tour & Travel (Universitas Pakuan Bogor) 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Pesona Solusi Nata Wisata Tour & Travel yang beralamat di Jl. Kemang Raya Cikaret No. 120 RT 001 RW 010, Harapan Jaya, Cibinong, Bogor, 16914, Jawa Barat, Indonesia. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, dengan menggunakan metode kuesioner, Field Research, dan studi pustaka. Kuesioner yang disebarakan kepada 90 orang responden yaitu pengguna yang memakai jasa Pesona Tour & Travel. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, uji normalitas, uji koefisien regresi dan analisis koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan SPSS 25. Hasil analisis regresi diperoleh persamaan $Y = 0.160 + 0.373X$ dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat, maka kepuasan konsumen akan meningkat, dan hal ini dibuktikan dengan hasil dari uji hipotesisnya. Untuk analisis koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,787 yang artinya bahwa variasi dari variabel independen yaitu kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 78,7% berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya (0,213) 21,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Penelitian oleh Sandy Damara Putra ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta)” (Universitas Muhammadiyah Surakarta) 2015. Tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta. Menganalisis Kualitas Pelayanan (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa di Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Convenience Sampling. Alat analisis yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi (R²), uji F (Uji Ketepatan Model) dan uji t (Uji Hipotesis).
5. Penelitian oleh Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, Haris Hermawan yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan pada PT. Borwita Citra Prima Bondowoso. Jenis Penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen PT. Borwita Citra Prima Bondowoso. Jumlah sampel 100 responden. Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk menguji alat ukur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responsiveness dengan koefisien sebesar 0,003, assurance dengan koefisien sebesar 0,016, tangible dengan koefisien sebesar 0,037, reliability dengan koefisien sebesar 0,040 berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa bahwa 59, 2% kepuasan konsumen dipengaruhi kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 40, 8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

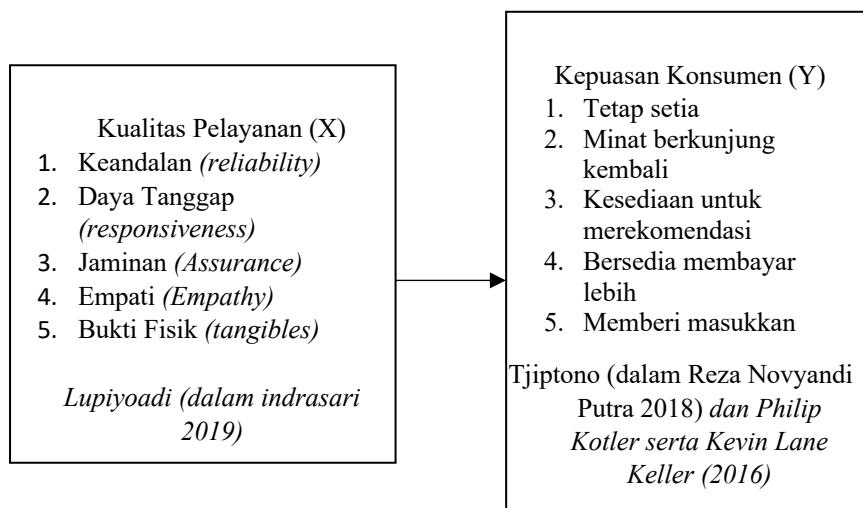
6. Penelitian oleh Dwi Aliyyah Apriyan “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)”(Universitas Brawijaya) 2017. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama maupun parsial serta untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di The Little A Coffee Shop. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati dan variable terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di The Little A Coffee Shop Sidoarjo. Populasi sampel yang digunakan adalah konsumen The Little A Coffee Shop. Teknik pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden. Berdasarkan hasil Uji F pada penelitian ini menunjukkan sig. F $0,000 < 0,05$ yang berarti Kualitas Pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan empati secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap (X3) memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka variabel Daya Tanggap (X3) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen. Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.
7. Penelitian Oleh Ria Setyawati Dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Just 4 Fun Balikpapan. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), dan kepuasan konsumen (X2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan media kuesioner dengan metode linkert. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen dari kafe Just 4 Fun Balikpapan. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan sampel sebanyak 88 konsumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana menggunakan SPSS untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan yang diperoleh sebesar 0,00 menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai arah regresi koefisien positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
8. Penelitian oleh Lu’Lu Ul Maknunah¹, Endang Astuningtyas² dengan judul ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus Dan Pelatihan (Lkp) Citra Jelita Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar” (Universitas Islam Blitar, Indonesia). Lembaga Pelatihan Kursus dan Pelatihan Kerja adalah tempat pelatihan yang sangat sering digunakan masyarakat untuk mengasah atau menambah keahlian dan keterampilan. Untuk memenangkan persaingan pada bidang jasa yang berhubungan dengan kepuasan konsumen

maka usaha yang harus diupayakan oleh perusahaan adalah meningkatkan kualitas dalam melayani konsumen. Penelitian ini memiliki tujuan agar dapat diketahui pengaruhnya antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Citra Jelita Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dan hanya terdapat dua variabel yaitu variabel X yaitu kualitas pelayanan dan variabel Y yaitu kepuasan konsumen. Peneliti menggunakan sampel sejumlah 30 orang yang merupakan konsumen dan peserta didik yang mengikuti LKP Citra Jelita.

9. Penelitian oleh Erza Rizky Achmad yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Vespabox Kota Malang)” Universitas Islam Negeri (Uin) 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research. Sampel dalam penelitian ini adalah 125 responden. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan dokumentasi. Analisis dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa indikator empati (X5) memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka indikator empati (X5) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.

KERANGKA PIKIR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir



METODE

Penelitian ini merupakan penelitian yang berbentuk kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Biasanya, penelitian kuantitatif menggunakan data numerik karena memungkinkan aplikasi yang lebih metodis. Tujuannya adalah memastikan apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Proses pengukuran dengan menggunakan skala likert merupakan tahap yang paling krusial dalam melakukan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:8) menjelaskan bahwa tujuan analisis data kuantitatif/statistik adalah untuk menguji hipotesis tentang populasi atau kelompok tertentu. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen pengguna jasa PT Sultra Perdana

Mobil Utama Kendari, yang dimana pada tahun 2023 saat ini mulai dari Januari hingga Desember mencapai 583 Konsumen kendaraan yang masuk untuk melakukan perbaikan. Random sampling adalah strategi yang dipilih sebagai metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan 58 orang menjadi sampel penelitian.

DEFINISI OPERASIONAL

| No | Variabel | Dimensi | Indikator | | |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------|
| | Kualitas Pelayanan (X) | 1. reability (keandalan) | 1. Kepercayaan karyawan | | |
| | | | 2. memberikan informasi | | |
| | | | 3. memberikan pelayanan | | |
| | | 2. responsiveness (daya tanggap) | 1. ketelitian dan keakuratan | | |
| | | | 2. karyawan cepat tanggap | | |
| | | | 3. karyawan selalu siap | | |
| | | | | 3. assurance (jaminan) | 1. bersikap sopan |
| | | | | | 2. memiliki pengetahuan |
| | | | | | 3. mengerti dan memahami |
| | | | | 4. empathy (empati) | 1. memberikan kemudahan |
| 2. pelayanan tanpa membeda-bedakan | | | | | |
| 3. memberikan perhatian khusus | | | | | |
| | | 5. tangible (bukti fisik) | 1. karyawan selalu ada | | |
| | | | 2. kebersihan dan kenyamanan | | |
| | | | 3. ketersediaan lahan parkir | | |
| 2. | Kepuasan konsumen (Y) | 1. Tetap Setia | 1. bersedia menggunakan jasa terus menerus | | |
| | | | 2. Bersedia kembali bila kualitas jasa di pertahankan | | |
| | | 2. minat berkunjung Kembali | 1. Pelayanan yang memuaskan | | |
| | | | 2. Fasilitas penunjang yang memadai | | |
| | | | 3. Harga sesuai | | |
| | | 3. merekomendasikan Kembali | 1. Menyarankan teman atau keraabat untuk menggunakan jasa perusahaan karena pelayanan yang memuaskan | | |
| | | | 2. Bersedia merekomendasikan karena fasilitas yang memadai | | |
| | | 4. Bersedia membayar lebih | 1. Bersedia membayar lebih untuk kualitas yang lebih tinggi juga. | | |
| | | | 2. Bersedia membayar lebih apabila pelayanan yang didapatkan cukup memuaskan. | | |
| | | | | 5. Memberi masukan | 1. Bersedia memberi masukan jika pelayanan kurang baik |
| 2. bersedia memberi masukan jika hasil pekerjaan karyawan kurang baik. | | | | | |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

| Item | r _{hitung} | r _{tabel} | Keterangan |
|------|---------------------|--------------------|------------|
| X.1 | 0,684 | 0,260 | Valid |
| X.2 | 0,742 | 0,260 | Valid |
| X.3 | 0,748 | 0,260 | Valid |
| X.4 | 0,723 | 0,260 | Valid |
| X.5 | 0,746 | 0,260 | Valid |
| X.6 | 0,739 | 0,260 | Valid |
| X.7 | 0,768 | 0,260 | Valid |
| X.8 | 0,757 | 0,260 | Valid |
| X.9 | 0,760 | 0,260 | Valid |
| X.10 | 0,748 | 0,260 | Valid |
| X.11 | 0,810 | 0,260 | Valid |
| X.12 | 0,689 | 0,260 | Valid |
| X.13 | 0,783 | 0,260 | Valid |
| X.14 | 0,718 | 0,260 | Valid |
| X.15 | 0,642 | 0,260 | Valid |

(Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS 26)

Dengan menggunakan angka-angka ini, kita dapat dengan aman menyimpulkan bahwa setiap kalimat yang menggunakan variabel kualitas pelayanan adalah benar, karena setiap item dalam setiap pernyataan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan r_{tabel} adalah 0,260. Sehingga berdasarkan data tersebut dapat di ketahui bahwa variabel kualitas pelayanan bisa dikatakan valid.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

| Item | r _{hitung} | r _{tabel} | Keterangan |
|------|---------------------|--------------------|------------|
| Y.1 | 0,756 | 0,260 | Valid |
| Y.2 | 0,715 | 0,260 | Valid |
| Y.3 | 0,800 | 0,260 | Valid |
| Y.4 | 0,699 | 0,260 | Valid |
| Y.5 | 0,636 | 0,260 | Valid |
| Y.6 | 0,709 | 0,260 | Valid |
| Y.7 | 0,597 | 0,260 | Valid |
| Y.8 | 0,779 | 0,260 | Valid |
| Y.9 | 0,749 | 0,260 | Valid |
| Y.10 | 0,799 | 0,260 | Valid |
| Y.11 | 0,779 | 0,260 | Valid |

(Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26)

Semua pernyataan yang melibatkan pemilihan variabel pembeli adalah benar berdasarkan data ini, karena semua item pernyataan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, di mana r_{tabel} adalah 0,260. Sehingga dapat di simpulkan bahwa dari sebelas butir pernyataan yang di ujikan pada indikator Kepuasan Konsumen (Y) semuanya dapat dinyatakan valid.



Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbachs Alpha | Alpha | Keterangan |
|--------------------|-----------------|-------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,938 | 0,6 | Reliabel |
| Kepuasan Konsumen | 0,910 | 0,6 | Reliabel |

(Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26)

Kriteria pengujian reliabilitas yaitu, jika nilai koefisien alpa (*Cronbach's Alpha*) > 0,6 maka instrumen dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya dan jika nilai koefisien alpha (*Cronbach's Alpha*) < 0,6 maka instrumen dinyatakan tidak reliabel atau tidak dapat dipercaya. Setelah melakukan penelitian ini, Skor Cronbach Alpha untuk kedua pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel semuanya lebih tinggi dari 0,6. Semua pernyataan yang melibatkan kedua faktor ini dapat dengan aman dianggap benar.

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|--------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Coefficients | | |
| 1 | (Constant) | 17.600 | 3.004 | | 5.858 | .000 |
| | Kualitas Pelayanan | 5.433 | .899 | .628 | 6.045 | .000 |

(Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan nilai. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Berdasarkan *output* regresi diatas, model analisis regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai koefisien regresi linier sederhana untuk hubungan antara kedua variabel adalah $Y = 17.600 + 5.433 X + e$, seperti yang ditunjukkan pada pengujian sebelumnya.

Uji R2

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .628 ^a | .395 | .384 | 3.167 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari penyajian data tersebut, dibuktikan dengan skor koefisien determinasi (R^2) ialah 0,395. Maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 39,5% variabel dependen dapat diuraikan oleh variabel independen, dan sisanya yakni 60,5% ($100\% - 39,5\%$) diterapkan oleh variabel lain.

Uji Parsial (t)

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 17.600 | 3.004 | | 5.858 | .000 |
| | Kualitas Pelayanan | 5.433 | .899 | .628 | 6.045 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26)

Berdasarkan hasil Uji t diatas, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < dari 0,05 selain itu berdasarkan table diatas pula di ketahui bahwa nilai T hitung yaitu 6.045 lebih besar dari t table yaitu 2.002 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen studi kasus pada PT. Sultra Perdana Mobil Utama.

PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil pengujian hipotesis mengartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Kemudian penelitian ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan pada variabel kualitas pelayanan meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*), dan berwujud (*tangibles*), memiliki kontribusi besar terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh *Dzikra Faira Madinah* (2020) dan *Aviva Fuad Shobari* (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan kepada 58 responden konsumen PT. Sultra Perdana Mobil Utama secara umum penelitian ini menunjukan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Sultra Perdana Mobil Utama sudah puas. PT. Sultra Perdana Mobil Utama telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan PT. Sultra Perdana Mobil Utama mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen jasa PT. Sultra Perdana Mobil Utama.

Berdasarkan data primer (kuesioner) yang telah diolah dengan bantuan SPSS versi 26 maka dapat diketahui bahwa hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua nilai r hitung pertanyaan yang diujikan bernilai positif dan lebih besar dari nilai r table (0,260). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa keseluruhan butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini lolos dalam uji validitas dan dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien Alpha dari variabel-variabel yang diteliti menunjukkan hasil yang beragam. Akan tetapi, semua item pertanyaan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) tersebut memiliki nilai koefisien Cronbach Alpha lebih besar dari 0.60.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) PT. Sultra Perdana Mobil Utama, dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan konsumen. Setelah kepuasan konsumen merasa puas dengan jasa yang diterima, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar telah merasa puas, konsumen akan datang Kembali untuk melakukan perbaikan dan konsumen akan bercerita kepada banyak orang bahwa bengkel tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa tersebut. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada konsumen melalui kualitas pelayanan. Karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan.

Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ selain itu berdasarkan tabel diatas pula di ketahui bahwa nilai T hitung yaitu 6.045 lebih besar dari T tabel yaitu 2.002 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen studi kasus pada PT. Sultra Perdana Mobil Utama. Nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,395 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X secara keseluruhan terhadap variabel Y adalah sebesar 39,5% dan sisanya sebesar (60,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termaksud dalam model penelitian.

Sesuai dengan hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,628 yang artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1, nilai R^2 sebesar 0,395 yang berarti bahwa 39,5% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) yang dirasakan konsumen mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. Sultra Perdana Mobil Utama. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Ardi Hidayat (2018) dan Irene Gozali (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan akan berpengaruh signifikan meningkatkan kepuasan konsumen.

Secara bersama sama kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh *Bungaran Tambun dan Linda Mariati*, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada (Bengkel Mobil Roda Mas Auto Prima Jalan Gatot Subroto Medan) 2002” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Sultra Perdana Mobil Utama. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Sultra Perdana Mobil Utama.
2. Nilai R^2 yaitu sebesar 0,395 berarti bahwa kontribusi atau variabilitas variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu variabel kualitas

pelayanan (X) dalam penelitian ini adalah sebesar 39,5% dan sisanya sebesar (60,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termaksud dalam model penelitian.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Sultra Perdana Mobil Utama, maka peneliti memberikan saran untuk dapat meningkatkan layanan PT. Sultra Perdana Mobil Utama agar lebih baik dengan cara sebagai berikut:

1. Sebaiknya PT. Sultra Perdana Mobil Utama untuk memperhatikan fasilitas-fasilitas yang berada di bengkel salah satunya fasilitas kamar mandi (toilet), dikarenakan toilet yang kurang terjangkau akan mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. PT. Sultra Perdana Mobil Utama harus meningkatkan kualitas pelayanan yang telah diterapkan selama ini untuk mempertahankan kepuasan pengguna jasa bengkel, senantiasa melakukan perbaikan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan bagi setiap pengguna jasa PT. Sultra Perdana Mobil Utama.
3. Disarankan dimasa yang akan datang, pihak PT. Sultra Perdana Mobil Utama memperbaiki imej layanan agar lebih inovatif, sehingga mitra bengkel mampu bersaing dengan bengkel yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, E. R. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen: Studi kasus pada VespaBox Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim)*.
- Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (survei pada konsumen The Little a Coffee Shop Sidoarjo) (Doctoral dissertation, Brawijaya University)*.
- Dzikra, F. M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Ud. Sari Motor Di Pekanbaru. Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review, 11(3), 262-267.*
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. Unite State: Pearson Education, Inc.
- Putra, S. D. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta)*. Skripsi. Universitas muhammadiyah surakarta.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia, 9(2), 114-126.*
- Shastri, A., & Pramudana, K. A. S. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University)*.
- Shobari, A. F. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pesona Solusi Nata Wisata Tour & Travel (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan)*.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Tambun, B., & Mariaty, L. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Roda Mas Auto Prima Jalan Gatot Subroto Medan. Jurnal Sains dan Teknologi ISTP, 17(1), 28-42.*



-
- Tjiptono, Fandy dan Candra, Gregious dan Adriana, Dedi. 2008. *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 19(1), 57-63.
- Astuningtyas, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus Dan Pelatihan (Lkp) Citra Jelita Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar *Publiciana*, 14(02), 339-361.
- Putra, R. N. (2018). *Peran Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pada Coffee Shop Mahasiswa Di Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).