

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL MAJU MANDIRI

Putu Denny Prathama Ayub¹
Ni Ketut Seminari²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

E-mail: dennyprathama18@yahoo.com / Tlp. +6281246777506

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

ABSTRAK

Bengkel adalah salah satu usaha yang berada di industri jasa, salah satunya adalah Bengkel Maju Mandiri Pelayanan yang baik diharapkan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen pada Bengkel Maju Mandiri. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Bengkel Maju Mandiri yang berumur 17 tahun ke atas. Jumlah sampel yang di ambil sebanyak 126 responden dengan metode *purposive sampling*. Data yang terkumpul didapat dari kuesioner, wawancara. Regresi linear berganda adalah teknik yang dipaki. Berdasarkan analisis regresi menunjukkan bahwa keseluruhan dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Maju Mandiri.

Kata kunci : Kualitas layanan, bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, *assurance* aminan, kepedulian, dan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Workshop is one of the businesses that are in the service industry, one of which is the Independent Forward Workshop. Service delivery is expected to provide maximum satisfaction to the consumer on Advanced Workshop Maju Mandiri. The aim of the studies to determined whether the dimensions of servqual affect the consumer satisfaction in the Independent Forward Workshop. The population in this study are all consumers at Maju Mandiri Workshop aged 17 years and over. The number of sample as taken by 126 respondents with a purposive samplings method. Data was collect by questionnaires, interviews. Based on regression analysis showed that the overall service quality positive effect on customer satisfaction in Maju Mandiri Workshop. These results indicate that the better quality of service will increase customer satisfaction .

Keywords: Service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and consumer satisfaction.

PENDAHULUAN

Alat transportasi roda empat sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat dari berbagai kalangan. Ini terbukti semakin tingginya angka pembelian mobil

baru maupun bekas yang semakin tidak terkendali hingga menyebabkan permasalahan yang kian rumit. Berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan, menjadikan konsumen lebih selektif dalam memilih jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan dirinya (Butz, 1996). Salah satunya adalah Bengkel, yaitu usaha perjasaaan di mana tujuannya menerima jasa perawatan dan perbaikan kendaraan (Edy, 2001).

Seiring berjalan waktu, kegiatan jasa perbengkelan mengalami kenaikan dan mengakibatkan adanya persaingan. Ferdinand (2011) menyatakan perkembangan intensitas persaingan yang semakin ketat membuat pelaku bisnis menjadi lebih bergairah dalam memberi perhatiannya. Para pebisnis sebaiknya dapat melihat kebutuhan dan keinginan pelayanan lebih baik yang bertujuan untuk memberikan rasa puas ke pelanggan (Mohammad, 2011).

Kunci sukses jasa adalah memberi kepuasan ke pelanggannya. Kepuasan merupakan tercapainya suatu harapan dari seseorang melalui kinerja perusahaan, dimana rasa puas yang ada di konsumen yang dapat menyebarkan masukan bagus tentang layanan dan perusahaan itu serta kesetiaan (Naik *et al.*, 2010). Poin utama kepuasan yaitu dicapai dari memberi layanan optimal pada pelanggannya .

Kualitas layanan merupakan keyakinan seorang akan perbandingan servis antara yang diharapkan dengan yang diterima seorang pelanggan (Munawarroh, 2002 dan Shaikh *et al.*, 2011). Menurut Rod *et al.* (2007) dan Parasuraman *et al* (1988) kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain: bukti fisik, responsif, jaminan, daya tanggap, dan peduli. Hazra *et al.* (2009) mengungkapkan kualitas jasa yang baik akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk

menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. baik buruknya kualitas pelayanan bukan berdasarkan persepsi penyedia layanan tetapi berdasar persepsi konsumen terhadap prosesnya secara menyeluruh (Ravichandran *et al.*,2010).

Bengkel Maju Mandiri merupakan salah satu bengkel yang berada di Jl. Ahmad Yani No. 321, Denpasar, Bali. Selama berjalan usaha ini mengalami keluhan pelayanan dimana konsumen terbanyak terjadi pada variabel bukti fisik, daya tanggap dan jaminan. Melihat hal ini, perusahaan perlu mengevaluasi kekurangan dalam perusahaan, sehingga dapat menentukan langkah tepat untuk mengatasi permasalahan. Lauw (2013), rasa puas diukuri dengan berbagai hal, yaitu ciri khas jasa layanan dari perusahaan itu sendiri.

Oleh sebab itulah, pemberian pelayanan yang maksimal, diharap dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Dwiwinarsih, 2009). Chenet *et al.*, (2010) menambahkan, jika suatu usaha tidak mampu memperhatikan kualitas pelayanan maupun produknya ditawarkan dengan baik oleh perusahaannya, maka perusahaan itu tentunya ditinggalkan oleh pelanggannya. Penelitian sebelumnya yang oleh Dibyantoro (2012) di cv Hapsari Palembang di mana mendapat hasil bahwa kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggannya. Pada industry jasa, seorang berharap dapat pelayanan terbaik, sementara pihak lainnya pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam pemberian jasanya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Maju Mandiri.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Bengkel Maju Mandiri, populasinya adalah seluruh konsumen Bengkel Maju Mandiri. Sampelnya yaitu 125 orang respondent, dipilih dengan purposive sample, kriterianya berumur 17 tahun keatas dan ditamatkan minimum SMP. Objek penelitian ini, mengukur kepuasan pelanggan dengan dimensi dari kualitas pelayanan di Bengkel Maju Mandiri. Sumber dari penelitian ini di dapat secara sekunder maupun primer, dalam pengumpulan datanya dilakukan melalui kuisisioner, wawancara. Pada penelitian ini, dipakai jenis penelitian asosiatif yang mencari hubungan antar variabelnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil sebaran 126 responden ditemukan hasil, Sebagian besar responden yaitu laki-laki sebanyak 117 orang. Sejumlah 48 orang dengan rentan usia 26-35 tahun. Terakhir responden memakai jenis kendaraan Honda Jazz sebanyak 51 orang.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji validitas melihat hasil nilai korelasi antara 0,605 dan 0,922, ada di atas 0,3. Uji reliabilitas memlihtakan nilai seluruh *alpa crunbach* variable penelitian diantara 0,691 hingga 0,879, yang ada diatas 0,6. Berdasarkan hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian dinyatakan valid dan reliable.

Analisis Faktor

Berdasar dari nilai KMO melebihi 0,50 yaitu antara 0,665-0,803, nilai *chi square* sudah sesuai ketentuan diharapkan besar yaitu 83,176-270,214, nilai *eigen value* keseluruhan variabel lebih besar dari 1,000 yaitu 1,966-3,169. Nilai keseluruhan variabel pada nilai varians kumulatif keseluruhan variabel lebih besar dari 60% yaitu 60,599%-70,343%, pada nilai *MSA* lebih besar dari 0,50 yaitu 0,404-0,743. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan hasil seluruh indikator dinyatakan valid.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pada Tabel 1 memberi hasil pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Maju Mandiri dengan memakai regresi linier berganda.

Table 1
Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change	
1	.884 ^a	.781	.772	.47799113	.781	85.421	5	120	.000	1.936

a. Predictors: (Constant), Empati, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Bukti Fisik

b. Dependent Variable: Kepuasan Kons

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas mendapat nilai Asymp. Sig sebesar 0,941 > 0,05. Sehingga data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas diimana mendapat nilai *tolerance*

variabel independence terbesar $0,455 > 0,1$ dan nilai VIF paling besar $2,869 < 10$. Sehingga tidak terdapat gejala multikol. Uji heteroskedastisitas dimana didapat hasil, tingkat signifikan bebas di atas $0,05$ yaitu yang terbesar $0,861$. Sehingga terbebas dari heteros.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Serempak (Uji F)

Uji-F dilakukan agar tahu pengaruh bersama seluruh indikator kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Nilai F sig. $0,000 < 0,05$, menunjukkan terdapat dampak serempak terhadap variabel kepuasan konsumen Bengkel Maju Mandiri. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Agyapong (2011) pada pabrik industri dan Griselda (2007) pada pelanggan restaurant mengemukakan bahwa variable kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggannya.

Hasil Uji Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji-t digunakan melihat pengaruh kepuasan pelanggan secara parsial dari variabel dimensi kualitas pelayanan

1) Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen Bengkel Maju Mandiri.

Nilai t sig. $0,001 < 0,050$, menyatakan variabel buktii fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bengkel Maju Mandiri. Berarti semakin baik fisik nyata maka dapat meningkatkan kepuasan konsumennya. Hasil Penelitian ini mendukung peneliti terdahulu, Atmawati (2004), Yuliarmi (2007) memberi tahu bila *Tangible* terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2) Pengaruh keandalan terhadap kepuasan konsumen Bengkel Maju Mandiri.

Nilai t sig. $0,000 < 0,050$, menyatakan variable keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bengkel Maju Mandiri. Berarti semakin baik pelayanan andalan maka dapat meningkatkan kepuasan konsumennya. Hasil Penelitian ini mendukung penelitu terdahulu oleh Bernadine (2005) yang mana kehandalan (*reliability*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen Bengkel Maju Mandiri.

Nilai t sig. $0,030 < 0,050$, menyatakan variable keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bengkel Maju Mandiri. Hasil Penelitian ini mendukung penelitan terdahulu oleh Arianti (2006) dan Atmawati dan Wahyudin (2004) membuktikan bahwa daya tanggap berpengaruh lurus terhadap kepuasan pelanggan.

4) Pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen Bengkel Maju Mandiri.

Nilai t sig. $0,002 < 0,050$, menyatakan variable jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bengkel Maju Mandiri. Hasil Penelitian ini mendukung penelitan terdahulu oleh Arianti (2006) dan Utama (2003) membuktikan bahwa jaminan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

5) **Pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen Bengkel Maju Mandiri.**

Nilai t sig. $0,025 < 0,050$, menyatakan variable empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bengkel Maju Mandiri. Hasil Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Utama (2003) serta Yuliarmi dan Riyasa (2007) di mana kepedulian ada dampak positif pada kepuasan pelanggan. Semakin baiknya suatu kepedulian) maka kepuasan seseorang tentunya meninggi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil, maka simpulan yang diperoleh :

- 1) Variabel seluruh dimensi dari servqual yaitu, bukti fisik, Keandalan, responsfi, garansi dan pedulian ber-pengaruh positif secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen, ini mempunyai arti kelima indicator itu mempengaruhi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Bengkel Maju Mandiri.
- 2) Variabel seluruh dimensi dari servqual yaitu, bukti fisik, Keandalan, responsfi, garansi dan pedulian berpenaruh positif secara masing-masing terhadap kepuasan konsumen, ini mempunyai arti kelima indicator itu mempengaruhi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Bengkel Maju Mandiri.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas maka dapat diajukan saran seperti di bawah ini:

- 1) Bengkel Maju Mandiri perlu menekankan perhatiannya terhadap variabel daya tanggap (*responsiveness*) dengan cara:
 - a) Karyawan Bengkel Maju Mandiri lebih meningkatkan lagi pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen.
 - b) Karyawan Bengkel Maju Mandiri sebaiknya lebih cepat dalam melayani konsumen.
 - c) Karyawan Bengkel Maju Mandiri sebaiknya selalu murah senyum saat melayani konsumen.

REFERENSI

- Agapong, Gloria. 2011. The Effect of Service Qualities on Customers Satisfaction in the Utilities Industri – A Case of Vodaphone (Ghana). *Internasional Journal of Business and Management*, 6(5), pp: 203-210.
- Arianti, Tendi Harurnan, Iwan R, Adre. 2006. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Univ Widyatama. *Journal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, 7(3), hal: 873-887.
- Atmawati, Rustika dan Wahyuddin, M. 2004. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Matahari Deptstore Solo Grand Mal. *Jurnal Ekonomi SDM*, 5(1), hal: 54-61.
- Bernadine, 2005, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Study: Rumah Makan Pondok Laras Klapa Dwa. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 12 (3).

- Butz, Howard and Goodstein, Leonard D. 1996. Measuring Customer Value: Gaining The Strategic Advantage. *Journal Organizational Dynamics*, 24, pp: 7-27.
- Chenet, P., Dagger, T. S., Sullivan, D.O.. 2011. Service Quality, Trust, Commitment and Service Differentiation in Business Relationships. *Journal Of Services Marketing*, 24(5), pp: 336-346.
- Dibyantoro, Cesimariani, Nani. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv Haspari Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, 2(2), h: 113-131.
- Dwiwinarsih. 2009. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy Di Depok. *Jurnal Ekonomi Management*, 5(1), hal: 31-57.
- Edy, 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Ajisaka Motor Kudus. *Skripsi* . Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Eric Ferdinand, S. 2011. Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi di PT.Pelindo III Cab. Tg. Emas Semarang). *jurnal manajemen, juni 2011*
- Griselda, dan Panjaitan. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Resto Pulo Dwa. *Jurnal Manajemen*, 2(1), hal: 39-63.
- Hazrra, Sandipe Srivasta, K. 2009. Impact of Services Qualiti on Customers Loyalties, Comitment and Trusting in the Indian Bank Sectors. *The IUP Journals of Marketting Manjement*, 3 (4), pp: 74-95.
- Lauw, Jessica dan Yohanes Sondang Kunto. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), h:1-7.
- Mohamad, Arnber Abraham dan Alhamadani, Shiren Yasen Mohamad. 2011. Service Qualiti Perspektif and Customer Satisfation in Comercials Bank Work in Jordan. *Middle Eastern Finance and Economic*, 1(4), pp: 611-720.
- Munawarroh, Munjiati. 2002. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan PadaPerguruan Tinggi Negeri Dan Swasta Yogyakarta. *Jurnal Kualitas Pelayanan Kompak*, 1(4).

- Naic, C.N. Krishna, Gantasala, Prabhakar. 2010. Servis Quality and its Effects on Customers Satisfaction in Retail. *European Journal of Social Science*, 16 (2), p: 230-242.
- Parasuraman, A., Zeithaml, and Berry. 1988. SERVQUAL: A Multiple Items Scale For Measuring Consumers Perception Of Service Qualities. *Journal of Retail*, 64(1), pp: 14-40.
- Ravichandran, Mani, B., Kumar, Prabakaran, S. 2010. Influences of Service Quality on Customers Satisfaction Application of SERVQUAL. *International Journal of Business and Management*, 5(4), pp: 117-124.
- Rod, Michel, Niholas Ashil, Shao, Janet. An examination of the relationship between service quality dimension, overall internet bank services quality and customer satisfaction. *Marketing Intelligence & Planning*, 27(1), pp: 103 – 126.
- Shaik, C dan Naved. 2011. Impacts Of Service Qualities On Customer Satisfaction: Evidence From The Restaurant Industry In Pakistan. *Management & Marketing*, 9(2), pp: 344-355.
- Utama, A. 2003. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan RSUD. Cakra Husada Klaten. *OPSI*, 1(2), hal: 96-100.
- Yuliarini. 2007. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Study Ekonomi*, 12 (1), h: 9-28.