

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perubahan dan perkembangan zaman telah membawa kita pada kemajuan teknologi yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari gaya hidup masyarakat yang selalu dimanjakan oleh teknologi muktahir salah satunya adalah teknologi otomotif. Sekarang sudah banyak sekali usaha yang bergerak di bidang perbaikan/*service* mobil pada perkembangan usaha ritel yang ada di kota Palembang. Usaha ritel atau eceran dapat di pahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang-barang *sparepart* secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi kendaraannya sendiri. Konsumen adalah orang yang menggunakan produk layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Hal ini yang menjadikan Toko Gemilang Motor berusaha meningkatkan kualitas akan pelayanan dalam memperbaiki/*service* kendaraan yang lebih baik dan juga supaya dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang memakai produk layanan dari suatu perusahaan tersebut.

Kepuasan konsumen sangat berarti bagi kelangsungan usaha suatu perusahaan. Dikarenakan perusahaan yang memiliki layanan terbaik akan dapat memaksimalkan keuntungan perusahaan (Gilbert dkk, 2004). Jika konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan maka ia cenderung akan kembali menggunakan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan

tersebut. Konsumen akan puas apabila harapan/keinginan sesuai dengan apa yang dibutuhkan terpenuhi. Membangun kepuasan pelanggan tentu memerlukan proses yang panjang, salah satunya melalui kualitas pelayanan yang ramah, cepat, dan nyaman, dimana semakin baiknya kualitas layanan yang di berikan suatu perusahaan terhadap konsumen, maka akan membuat pelanggan tersebut menjadi loyal.

Toko Gemilang Motor adalah usaha perseorangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa servis, khususnya untuk mobil. Toko Gemilang Motor berdiri pada tanggal 19 Maret 2004 yang didirikan oleh Ibu Mega dan suaminya, sampai sekarang ini yang beralamat di Jalan Kenten Sukamaju No 175 C Palembang (depan Indogrosir). Kebanyakan para supir *truck* (mobil pengangkut barang) yang menggunakan jasa dari Gemilang Motor ini. Namun, terkadang ada juga mobil pribadi yang memperbaiki mobilnya disana. Lokasi yang sangat strategis yaitu di pinggir jalan yang dilalui oleh truk ekspedisi (pengangkutan barang). Selain melayani jasa penggantian ban, *painting*, penggantian baut roda, penggantian *bearing*, dan pengecekan berkala toko Gemilang Motor juga menjual *sparepart* dan keperluan untuk truk lainnya.

Aktivitas operasional yang dimulai sebelum membuka toko adalah persiapan alat-alat untuk aktivitas operasionalnya, seperti kompresor, dongkrak, *tools* dan kunci lainnya. Kemudian pegawai akan menambahkan persediaan yang baru masuk dan menatanya di dalam rak yang telah tersedia. Selanjutnya adalah membuka bengkel dengan waktu operasi dari hari Senin

sampai Minggu mulai pukul 08.15 WIB sampai dengan jam 17.00 WIB, kecuali hari Minggu yang hanya sampai pukul 12.00 WIB.

Kegiatan toko setiap hari adalah melayani setiap kebutuhan pelanggan yang datang. Ketika pelanggan datang, pegawai akan menyambut dan menanyakan apa yang diperlukan atau dibutuhkan oleh pelanggan. Setelah tahu apa yang dibutuhkan dan diperlukan oleh pelanggan, pegawai akan memberi tahu tindakan apa yang akan dilakukan oleh pihak toko kepada kendaraan milik pelanggan. Apabila pelanggan telah sepakat, maka pegawai akan segera mengerjakan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan tersebut. Setelah semuanya selesai dikerjakan, maka pelanggan harus membayar setiap biaya yang dibutuhkan selama pengerjaan, baik biaya servis maupun biaya untuk membayar *sparepart* yang diganti. Kasir kemudian akan menyimpan uang yang telah diterima dari pelanggan tersebut kedalam laci, lalu memberikan uang kembalian apabila diperlukan.

Aktivitas sebelum menutup toko adalah memasukkan kembali alat-alat yang dipakai dalam kegiatannya, seperti kompresor, dongkrak, *tools* dan kunci lainnya ke dalam toko. Jika pelanggan datang saat waktu tutup toko, maka pegawai akan memberitahukan pada pelanggan bahwa toko sudah tutup dan menyarankan untuk kembali keesokan harinya.

Waktu yang dibutuhkan dalam pengerjaan adalah tergantung tingkat kesulitan, jika hanya ganti oli waktu yang diperlukan sekitar 15-20 menit. Tapi jika servis bisa membutuhkan waktu yang lama dan kalau tidak selesai

atau tidak sempat maka akan diinapkan. Jika konsumen tidak mau maka konsumen akan membawa kendaraannya ketempat lain.

Karyawan yang dipekerjakan di Gemilang Motor adalah karyawan yang telah ahli atau telah lama bekerja di bidangnya masing-masing seperti dibagian perbengkelan, tetapi dikarenakan *human error* maka terkadang terjadi sedikit kesalahan.

Semua pekerjaan atau *service* yang dilakukan oleh toko Gemilang Motor akan diberikan garansi jika memang terjadi masalah dari pihak Gemilang Motor, seperti contoh karyawan menservis kendaraan dan terjadi kebocoran oli setelah diservis dan dibawa pulang. Maka pihak Gemilang Motor akan menservis kembali tanpa memungut biaya.

Dalam dunia perbisnisan, sebuah perusahaan tentu tidak akan selalu berjalan lancar, terutama jika adanya pesaing yang berada di bidang yang sama. Banyak terjadinya masalah untuk menuju keberhasilan atau kesuksesan, hal itu juga dialami oleh toko Gemilang Motor. Toko Gemilang Motor memperkerjakan karyawan yang sudah ahli dan memiliki pengalaman kerja dibidang perbengkelan. Penurunan penjualan toko Gemilang Motor diakibatkan oleh jumlah karyawan yang terbatas sehingga jumlah truk pelanggan yang dapat dilayani menjadi terbatas. Dimana sedikitnya jumlah karyawan yang tidak sebanding dengan banyaknya pelanggan yang ingin melakukan servis, sehingga kebanyakan konsumen pergi ke toko lain untuk melakukan servis. Permisalan dalam sehari, terdapat 2 pegawai yang bertugas untuk memperbaiki truk yang rusak berat dan 3 pegawai bertugas

memperbaiki truk dengan rusak ringan. Apabila dalam sehari terdapat 3 truk rusak berat (perbaikan 1-3 hari per truk) dan 7 truk rusak ringan (15 menit-2 jam per truk) yang masuk ke dalam Toko Gemilang Motor dengan kondisi pegawai terbatas (lima orang) akan membuat konsumen yang akan menserviskan atau memperbaiki truknya harus menunggu penyelesaian truk sebelumnya. Kekurangan pegawai pada Toko Gemilang Motor inilah yang membuat konsumen beralih ke toko pesaing karena Toko Gemilang Motor yang memiliki sistem untuk memperbaiki truk konsumen yang terlebih dahulu masuk membuat konsumen yang baru akan menserviskan truknya harus menunggu atau mengantri untuk dapat diservis truknya oleh pegawai Toko Gemilang Motor. Beralihnya konsumen ke toko pesaing inilah yang mempengaruhi penjualan Toko Gemilang Motor.

Sehingga dampak yang terjadi salah satunya adalah penurunan penjualan Toko Gemilang Motor tahun 2014 dan 2015 yang dikarenakan adanya toko pesaing (Alam Motor) yang menawarkan pelayanan lebih baik dari segi *service*, alat perbengkelan yang lengkap dan jumlah karyawan yang lebih banyak. Sehingga membuat para konsumen/pelanggan dari Toko Gemilang Motor beralih ke toko pesaing (Alam Motor). Hal ini diperkuat dengan adanya data-data sebagai berikut:

Tabel 1.1

Data Penjualan Toko Gemilang Motor dan Alam Motor (Rupiah)

Tahun	Penjualan Gemilang Motor	Penjualan Alam Motor
2011	129.000.000	112.000.000
2012	136.500.000	119.000.000

2013	142.700.000	124.000.000
2014	130.000.000	129.000.000
2015	126.800.000	135.000.000

Sumber : Penjualan Toko Gemilang Motor dan Alam Motor Tahun 2011-2015

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2011-2013 penjualan Toko Gemilang Motor mengalami kenaikan penjualan dan pada tahun 2014 dan 2015 penjualan Toko Gemilang Motor mengalami penurunan. Tahun 2014 merupakan tahun dimana penjualan Toko Gemilang Motor mengalami penurunan yang sangat besar. Hal ini dikarenakan jumlah pelanggan yang menservis truknya berkurang. Sedangkan Alam Motor mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Ini menunjukkan penurunan penjualan di Toko Gemilang Motor diakibatkan konsumen berpindah ke toko pesaing salah satunya Alam Motor.

Tabel 1.2
Perbandingan Toko Gemilang Motor dan Alam Motor

Perbandingan	Nama Perusahaan	
	Gemilang Motor	Alam Motor
Bentuk	1 Ruko dengan luas halaman	Kios dengan luas halaman 20M
Ruangan	30M x 40M	x 35M
Jenis Produk	Menjual berbagai <i>sparepart</i> kendaraan seperti Pir, Oli, Baut, <i>Brake Fluid</i> , Minyak Powerstaring, <i>Oil Filter</i> , Bohel, <i>Fuel Filter</i> , <i>Hi-Temp Grease</i> dan Gardan	Sedangkan Alam Motor menjual berbagai <i>sparepart</i> kendaraan seperti Pir, Oli, Baut, <i>Oil Filter</i> , Vanbelt, <i>Halogen Headlamp</i> , Kaca Stop Lamp, Sekring, Dinamo Cas, Dinamo Stater, <i>Brake Fluid</i> , Minyak Powerstaring, Bohel, dan Gardan

Komunikasi	Karyawan hanya melakukan	Tidak melakukan komunikasi
Pemasaran	dengan membagi-bagikan brosur ke pengguna kendaraan	pemasaran

Sumber : Pemilik Toko Gemilang Motor dan Alam Motor

Penurunan penjualan yang diakibatkan keterbatasan pegawai inilah yang membuat Toko Gemilang Motor harus meningkatkan kualitas layanannya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kepuasan pelanggan dari segi kualitas layanan di Toko Gemilang Motor. Faktor yang menentukan keberhasilan bisnis dibidang pelayanan jasa *sparepart* kendaraan bukan hanya dari produk yang lengkap dan harga yang terjangkau adapun hal yang perlu di perhatikan juga yaitu mengenai hal dalam pemilihan lokasi yang strategis untuk bisnis yang dijalankan serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar konsumen merasa puas. Toko Gemilang Motor memiliki karyawan lebih sedikit daripada Alam Motor sehingga apabila terjadi penumpukan kendaraan di toko Gemilang Motor, karyawan tidak bisa menangani semuanya, yang akhirnya membuat konsumen yang ingin memperbaiki/*service* kendaraannya tidak mau menunggu dan memilih tempat yang lain untuk melakukan *service*.

Menurut Armistead et. al. (2011) layanan adalah kegiatan yang diarahkan untuk memastikan bahwa produk ditangani atau diperbaiki untuk memperoleh kemampuan maksimal, sedangkan dukungan adalah derajat dan perluasan layanan kepada pelanggan yang terlihat dari tersedianya petunjuk dan pelatihan.

Terdapat lima dimensi kualitas layanan yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas jasa menurut Valerie Zeithaml, A. Parasuraman, dan Leonard Berry (2013), yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Menurut Parasuraman et al., (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:182), bukti fisik (*Tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Dengan kata lain *tangible* merupakan suatu *service* yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan, karena *tangible* yang baik, maka harapan responden menjadi lebih tinggi. Dimensi *tangible* dalam suatu bengkel dapat diukur dengan penampilan karyawan yang rapi dan bersih, kelengkapan peralatan bengkel, kebersihan bengkel, letak strategis bengkel serta fasilitas fisik yang memadai.

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan terpercaya (Parasuraman et al., dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:182), dimensi ini sering dipersepsikan paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa. Ada dua aspek dari dimensi ini. Pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada

error. Dimensi *reliability* pada suatu bengkel dapat diukur dengan penilaian pelanggan terhadap kemampuan para mekanik, kecepatan mekanik dalam menyelesaikan pekerjaan atau dalam menangani keluhan pelanggan, serta ketepatan informasi yang dapat diberikan bengkel kepada pelanggan.

Menurut Parasuraman et al., (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:183), daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Dimensi *responsiveness* suatu bengkel dapat diukur dengan mekanik yang cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan tentang permasalahan atau kerusakan yang terjadi serta kecepatan dan ketepatan mengambil tindakan sesuai permintaan pelanggan.

Menurut Parasuraman et al., (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:183), jaminan (*assurance*), adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dimensi *assurance* suatu bengkel dapat diukur dengan memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang jelas, memberikan kredibilitas/kepercayaan berupa garansi atas perbaikan, jaminan keamanan dan kenyamanan, keterampilan dalam memberikan pelayanan, karyawan memiliki nilai moral yang tinggi.

Menurut Parasuraman et al., (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:184), empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginannya. Dengan kata lain *empathy* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Dimensi *empathy* suatu bengkel dapat diukur dengan perhatian karyawan yang sungguh-sungguh kepada pelanggan, sikap karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan pelayanan kepada pelanggan tanpa memandang status sosial.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penentu dalam memenangkan strategi pemasaran dan diyakini cara yang tepat dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Kepuasan menurut Kotler (2002:42) adalah sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Menurut Kotler (2004) harapan pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman pembelian sebelumnya, nasihat teman dan kolega, dan serta janji informasi dari pemasaran pesaingnya.

Menurut Lupiyoadi (2010) faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Kualitas memberikan motivasi kepada pelanggan untuk melakukan ikatan terhadap perusahaan. Sehingga setiap perusahaan jasa harus merencanakan, mengorganisasikan,

mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas agar dapat memuaskan pelanggannya.

Penelitian terdahulu Aryani dan Rosinta (2010) menunjukkan hasil kelima dimensi pembentukan kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Terdapatnya pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Indri dan Nyoman (2011) membuat kesimpulan bahwa lima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel jaminan memiliki pengaruh dominan diantara variabel lainnya. Shastri dan Agus (2014) menunjukkan secara simultan, variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar. Secara parsial terdapat hubungan dan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar.

Berdasarkan uraian pada latar belakang ini. Maka perlu dilakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Servis Truk di Toko Gemilang Motor Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

“Bagaimana kualitas layanan (*reliability, responsiveness, tangible, assurance, dan empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan servis truk di Toko Gemilang Motor Palembang?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas layanan (*reliability, responsiveness, tangible, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan pelanggan servis truk di Toko Gemilang Motor Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis

Memberikan sumbangsih intelektual kepada para peneliti yang membahas bahasan serupa, sumber referensi maupun wawasan keilmuan yang dapat mendukung kegiatan perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

a. Akademisi

Sebagai referensi untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya dibidang kualitas pelayanan jasa.

b. Toko Gemilang Motor Palembang

Sebagai sumber masukan dan informasi agar pemilik usaha dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, memperbaiki kekurangan yang ada serta mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa kini dan dimasa datang. Sebagai alat pertimbangan dalam perencanaan, aktivitas, kebijakan pemasaran, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih baik di masa yang akan datang.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus. Rahardjo dan Gudnanto (2011) studi kasus adalah suatu metode untuk memahami individu yang dilakukan secara *integrative* dan komprehensif agar diperoleh pemahaman yang mendalam tentang individu tersebut beserta masalah yang dihadapinya dengan tujuan masalahnya dapat terselesaikan dan memperoleh perkembangan diri yang baik. Dalam hal ini yaitu kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan servis truk di toko Gemilang Motor Palembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Survei merupakan proses pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dalam sebuah wawancara yang terstruktur dengan baik, dengan atau tanpa seorang pewawancara (Cooper, 2006:285).

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2010), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan atau masyarakat Toko Gemilang Motor Palembang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang terdiri dari atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Rumus untuk mencari sampel (Djarwanto dan Subagyo, 2000:159) yaitu:

$$n = \frac{1}{4} Z^2$$

Keterangan :

n = sampel

α = 0,10 maka Z = 1,96

E = Tingkat kesalahan, dalam penelitian ini E ditetapkan sebesar 10% sehingga n yang dihasilkan yaitu:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, minimal sampel yang dapat diambil adalah 96,04 jika dibulatkan menjadi minimal 96. Menurut Sugiyono (2010: 129) menyatakan ukuran sampel yang layak dalam

penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Oleh karena itu peneliti menetapkan untuk mengambil sampel sebesar 100 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan teknik sampling non-probabilitas yaitu *purposive sampling*. *Non-probabilitas sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010). Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik yang bertujuan untuk memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data responden yang sesuai dengan kriteria sampel (Sugiyono, 2010). Adapun kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu:

- a. Responden yang berdomisili di Palembang.
- b. Responden yang berusia minimal 30 tahun, dikarenakan pemikirannya telah matang
- c. Responden telah melakukan servis ≥ 3 kali.

4. Jenis Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari :

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2010). Teknik pengumpulan data dalam

penelitian ini adalah dengan teknik survei, dimana dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber tidak langsung yang memberikan data kepada pengumpul data lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2010). Mencakup data historis penjualan selama tiga tahun terakhir, sejarah berdirinya perusahaan dan struktur organisasi perusahaan. Jadi, jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban responden atas kuesioner yang diberikan kepada para konsumen yang melakukan servis truk di Toko Gemilang Motor Palembang.

5. Metode Pengumpulan Data dan Pengambilan Sampel

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner, dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden yaitu konsumen yang melakukan servis truk di Toko Gemilang Motor Palembang, jalan Pangeran Ayin No.175C di depan Indogrosir Palembang, dengan menetapkan kriteria dan skor pada kuisisioner yang disebarkan.

Sebelum penelitian langsung dilakukan, peneliti terlebih dahulu melakukan *pre-test*, di mana peneliti akan menyebarkan kuesioner sebanyak

30 buah untuk mengecek pernyataan yang *valid* atau tidak. Setelah itu peneliti akan melanjutkan dengan menyebarkan sisa kuesioner sebesar 70 buah, sehingga jumlah semua kuesioner yang disebarkan yaitu 100 buah.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala ini berinterasi 1-5 dengan pilihan jawaban sebagai berikut :

- (1) Sangat Tidak Setuju (STS)
- (2) Tidak Setuju (TS)
- (3) Netral (N)
- (4) Setuju (S)
- (5) Sangat Setuju (SS)

Pemberian skor untuk masing-masing jawaban dalam kuesioner adalah sebagai berikut :

1. Pilihan pertama, memiliki nilai skor 1 (satu)
2. Pilihan kedua, memiliki nilai skor 2 (dua)
3. Pilihan ketiga, memiliki nilai skor 3 (tiga)
4. Pilihan keempat, memiliki nilai skor 4 (empat)
5. Pilihan kelima, memiliki nilai skor 5 (lima)

6. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ada 2 yaitu variabel terikat (variabel *dependen*) dan variabel bebas (variabel *independen*).

a. Variabel Terikat (Variabel *Dependen* atau Variabel Y)

Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan merupakan tanggapan pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30).

b. Variabel Bebas (Variabel *Independen* atau Variabel X)

Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu kualitas layanan (Parasuraman et al., dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006):

a) *Tangible*

Meliputi penampilan fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan. Adapun indikator-indikator dalam faktor bukti fisik yaitu:

- a) Fasilitas fisik
- b) Kelengkapan dan kualitas
- c) Desain Interior

b) *Reliability*

Untuk mengukur kemampuan produk dan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Adapun indikator kehandalan yaitu:

- a) Kenyamanan ruangan
- b) Kecepatan pelayanan
- c) Kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan

c) *Responsiveness*

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

Adapun indikator dalam faktor daya tanggap yaitu:

- a) Ketersediaan memberikan informasi
- b) Kesigapan pegawai dalam menangani pelanggan
- c) Pelayanan terhadap pengaduan pelanggan

d) *Assurance*

Untuk mengukur pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Adapun indikator faktor jaminan yaitu:

- a) Keamanan dan kenyamanan peralatan
- b) Keterampilan pegawai menangani gangguan peralatan
- c) Keramahan dan kesopanan pegawai kepada pelanggan

e) *Empathy*

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Adapun indikator dalam faktor empati yaitu:

- a) Kemampuan pegawai berkomunikasi dengan pelanggan
- b) Sifat simpatik dari pegawai
- c) Pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan

7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengujian yang akan dilakukan menggunakan bantuan dari SPSS 16. Uji yang dilakukan sebagai berikut:

a. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen (Arikunto, 2006:144). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Pengujian dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Dimana arti * dan ** pada hasil pengujian validitas yaitu tingkat korelasi signifikannya. Bintang satu (*) berarti korelasi signifikan pada tingkat 0.05 dan bintang dua (**) berarti korelasi signifikan pada tingkat 0.01.

b. Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006:154). Pada penelitian ini untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan rumus alpha α , karena instrumen dalam penelitian ini berbentuk angket atau daftar pertanyaan yang

skornya merupakan rentangan antara 1-5 dan uji validitas menggunakan item total, dimana untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian maka menggunakan rumus alpha.

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Syarifuddin, 2007:3). Indikator pengukuran reliabilitas menurut Sekaran (2006:312), membagi tingkatan reliabilitas sebagai berikut :

Jika alpha atau r hitung:

1. 0,8-1,0 = Reliabilitas baik
2. 0,6-0,799 = Reliabilitas diterima
3. kurang dari 0,6 = Reliabilitas kurang baik

8. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengukur ketepatan model dalam setiap variabel, model regresi yang baik bisa dikatakan tidak terjadinya masalah dalam pengujian model regresi. Ada pun beberapa macam pengujian asumsi klasik yang terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Adapun

kriteria uji jika probabilitas signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal (Ghozali, 2006).

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka ini adalah indikasi adanya multikolinieritas. Multikolinieritas juga dapat dilihat dari *tolerance value* atau nilai *variance inflation factor* (VIF), jika *tolerance value* dibawah 0,10 atau nilai VIF diatas 10 maka terjadi problem Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu model memiliki kesamaan varian dari satu pengamat ke pengamat lainnya. Menurut Ghozali Imam (2006:139), Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menilai nilai signifikansi pada uji glejser, apabila nilai signifikansi (Sig) $> \alpha = 0,05$ maka model dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas.

9. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu suatu metode yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependen* (Y). Seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen dihitung dengan menggunakan persamaan garis regresi berganda berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = *Constanta*

b = Koefisien regresi

X₁ = *Tangible*

X₂ = *Reliability*

X₃ = *Responsiveness*

X₄ = *Assurance*

X₅ = *Emphaty*

e = *Standard error*

10. Uji Goodness of Fit

Goodness of Fit adalah penilaian ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktualnya. Dapat diukur dari nilai koefisien determinasi (R²), nilai statistik F dan nilai statistik t. Disebut signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H₀

ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistic berada dalam daerah dimana H_0 diterima (Ghozali, 2006).

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) berguna untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

b. Uji F

Uji F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F pada tabel. Jika F hitung lebih besar dari F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Ghozali, 2006).

c. Uji t

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh 1 variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi independen. Cara menguji uji t yaitu dengan membandingkan

nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Jika nilai statistik t perhitungan lebih tinggi dari nilai t tabel, maka hipotesis alternatif yang menyatakan variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen diterima (Ghozali, 2006).

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan karya ilmiah penelitian ini terdiri dari lima bab, masing-masing terdiri dari beberapa sub bab. Untuk mempermudah pembaca dalam mengetahui isi skripsi ini maka dapat disusun menjadi sistematika skripsi sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar pembahasan dalam skripsi ini, yang berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan tentang teori yang digunakan sebagai dasar pembahasan penelitian ini. Secara garis besar landasan teori ini membahas tentang kualitas, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang sejarah berdirinya Toko Gemilang Motor Palembang, visi misi dan tujuan, produk-produk yang dijual, struktur organisasi dan uraian tugas masing-masing karyawan, serta aktifitas perusahaan.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas mengenai analisis dan penelitian yang telah dilakukan melalui kuesioner. Pengujian validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda dan uji *goodness of fit* yang terdiri dari uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akhirnya peneliti mencoba menarik beberapa kesimpulan dan mengemukakan saran-saran.