

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. CAKRA MOBILINDO MATARAM

Oleh:

Tama Krisnahadi

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Nusa Tenggara Barat

Abstrak: PT. Cakra Mobilindo merupakan salah satu dealer sekaligus bengkel resmi mobil suzuki yang memiliki lokasi strategis di Kota Mataram. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh variabel kualitas jasa (bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty) secara simultan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (2) mengetahui pengaruh variabel kualitas jasa, bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty) secara parsial terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik. Penelitian ini menggunakan pendekatan cross-sectional. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada PT. Cakra Mobilindo sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan terutama dari segi keandalan dan empati

Kata Kunci: Kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, sebuah perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya.

Perusahaan harus senantiasa berusaha mewujudkan harapan pelanggan semaksimal mungkin sehingga pelanggan tidak hanya merasa puas, tetapi sangat puas. Kotler (2002), menjelaskan bahwa pelanggan yang hanya merasa puas akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapatkan tawaran yang lebih baik. Pelanggan yang amat puas lebih sukar mengubah pilihannya karena kepuasan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya melainkan juga kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Menurut Parasuraman, dalam Tjiptono (2006) terdapat lima aspek penting yang harus diperhatikan dalam kualitas pelayanan jasa, yaitu:

1. Bukti fisik (*Tangibles*).
2. Keandalan (*Reliability*).
3. Daya tanggap (*Responsiveness*).
4. Jaminan (*Assurance*).
5. Empati (*Empathy*).

Dengan kondisi perekonomian belakangan ini yang kurang cerah dan tingkat persaingan antar bengkel sendiri yang semakin ketat mendorong sebuah usaha bengkel untuk berlomba-lomba meningkatkan kualitas jasanya sebagai usaha untuk memenangkan persaingan bisnis.

PT. Cakra Mobilindo merupakan salah satu bengkel resmi kendaraan bermotor khususnya mobil merek suzuki. Adapun dasar dari pemilihan PT. Cakra Mobilindo sebagai objek penelitian ini karena pertimbangan kondisi perusahaan yang memerlukan kritik dan saran untuk memotifasi karyawan khususnya bidang jasa perawatan dan perbaikan mobil untuk mencapai kepuasan pelanggannya. Dengan aspek dasar pelayanan yang diberikan oleh karyawan pada PT. Cakra Mobilindo diharapkan konsumen akan merasa puas.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik yaitu suatu metode yang tujuannya untuk memecahkan masalah pada saat ini dengan mengumpulkan data, menganalisa data dan menarik kesimpulan. Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya observasi, wawancara, kuesioner, studi kepustakaan, populasi dan Sampel.

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* yang berarti bahwa semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Menurut Sugiono (2007) *accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berupa angka-angka yang besarnya dapat diukur dan mampu memberikan gambaran tentang objek yang akan diteliti dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2007). Data yang dimaksud adalah data jumlah pelanggan yang melakukan *service* pada PT. Cakra Mobilindo. Data kualitatif yaitu data yang berbentuk kata, kalimat maupun tanggapan responden terhadap pelayanan PT. Cakra Mobilindo.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari sumbernya, diambil dan dicatat untuk pertama kalinya berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden. Menurut Sugiyono (2007) variabel adalah suatu nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu untuk dipelajari atau ditarik kesimpulannya. Di dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

- 1) Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X) menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan.
- 2) Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y).

Pada penelitian ini pengukurannya menggunakan skala Likert. Dimana skala Likert menurut Singarimbun (1989) Adalah ukuran gabungan yang didasarkan pada suatu cara yang lebih sistematis untuk memberikan skor pada indeks skala likert. Dalam penelitian ini terdiri dari lima jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat antara lain:

- a. Jawaban sangat setuju dengan skor 5
- b. Jawaban setuju dengan skor 4
- c. Jawaban ragu-ragu dengan skor 3
- d. Jawaban tidak setuju dengan skor 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju dengan skor 1

a. Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur untuk mengukur apa yang diukur. Dengan menggunakan *Product Moment*, Item pertanyaan dapat dikatakan valid jika lebih besar dari 0.30 (Singarimbun, 1989) Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r_{xy} = Korelasi

N = Banyaknya sampel

X = Skor dari item X

Y = Skor dari item Y

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Singarimbun, 1989). Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menguji skor antar item dengan menggunakan rumus alpha.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Sugiono (2007) instrumen dapat dikatakan andal (reliabel) bilamana memiliki koefisien keandalan (reliabilitas) sebesar 0,6 atau lebih, bila alpha kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik.

Agar dapat diperoleh nilai perkiraan yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi, maka dalam pelaksanaan analisis data harus memenuhi beberapa asumsi klasik sebagai berikut:

a) Uji Multikolinieritas.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*variance inflation factor*).

b) Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas merupakan uji ekonometri yang digunakan untuk menguji suatu data apakah terjadi korelasi antar variabel rambang atau pengganggu dari variabel bebasnya. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi *Rank Spearman* yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti nonheteroskedastisitas atau homokedastisitas.

3. Uji Normalitas.

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependent, variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. (Arikuntoro, 2006). Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* $\geq$

0,05, maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

b. Prosedur Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan:

1. Analisis Regresi Linier Berganda.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mencari bentuk secara simultan dan parsial antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Menurut Sugiyono (2007) persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi Bukti Fisik

b_2 = Koefisien regresi Keandalan

b_3 = Koefisien regresi Daya Tanggap

b_4 = Koefisien regresi Jaminan

b_5 = Koefisien regresi Empathy

X1 = Bukti Fisik

X2 = Keandalan

X3 = Daya Tanggap

X4 = Jaminan

X5 = Empathy

e = Error atau sisa (residual)

2. Pengujian koefisien persamaan regresi.

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan bermakna atau tidak maka digunakan perhitungan uji statistik, sbb:

a) Uji F.

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat F digunakan rumus Sugiyono (2007) menyebutkan rumus uji F sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) - (n - K - 1)}$$

Keterangan:

F_{hitung} = rasio

K = jumlah variabel bebas

R = koefisien regresi

n = banyaknya data

Dengan hipotesis:

$F_n > F_t$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

$F_n < F_t$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Nilai kritis yaitu nilai yang didapat dari tabel distribusi F dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% dimana $F_{tab} = F(a : K-1, K(n-1))$

b) Uji T.

Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas jasa yang terdiri atas bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empathy (X5) secara terpisah (parsial) terhadap kepuasan konsumen (Y) maka digunakan uji t (Sugiyono, 2007).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Dimana :}$$

r = Korelasi produk moment

n = Jumlah responden

t = Uji hipotesis

Dengan hipotesis:

$t_n > t_t$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

$t_n < t_t$ maka diterima H_0 dan H_a ditolak

Nilai kritis yaitu nilai yang didapat dari tabel distribusi F dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% dimana $F_{tab} = F(a : K-1, K(n-1))$

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data tentang distribusi variabel kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) serta variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X)

Variabel Bukti Fisik (X1)

Variabel bukti fisik (X1) terdiri dari empat item yaitu penggunaan peralatan mutakhir atau terbaru dalam memberikan pelayanan (X1_1), fasilitas fisik (ruang tunggu, toilet) yang nyaman dan bersih (X1_2), karyawan berpenampilan rapi selama bertugas (X1_3), keselarasan fasilitas fisik bengkel dengan jenis jasa yang diberikan (X1_4).

Tabel 1: Distribusi Frekuensi Item Variabel Bukti Fisik

Item	SB		B		C		KB		TB		Rata rata
	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
X1_1	5	17%	18	60%	6	20%	0	0%	1	3%	3.87
X1_2	5	17%	14	47%	8	27%	3	10%	0	0%	3.70
X1_3	8	27%	11	37%	9	30%	2	7%	0	0%	3.83
X1_4	6	20%	15	50%	7	23%	2	7%	0	0%	3.83
X1_5	7	23%	14	47%	8	27%	1	3%	0	0%	3.90

Tabel 1 menunjukkan distribusi responden berdasarkan jawaban pada masing-masing item pernyataan untuk variabel bukti fisik. Untuk pernyataan 1 (X1_1), hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 30 responden sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 18 responden

(60%). Untuk item pernyataan 2 (X1_2) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 14 responden (47%). Untuk item pernyataan 3 (X1_3) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 11 responden (37%). Untuk item pernyataan 4 (X1_4) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 15 responden (50%). Dan item pernyataan 5 (X1_5) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 14 responden (47%).

Tabel di atas juga menunjukkan bahwa rata-rata tertinggi dari 5 (lima) item pertanyaan untuk variabel bukti fisik adalah 3,90 untuk item pertanyaan (X1_5). Hal ini mendeskripsikan tanggapan responden terhadap item pertanyaan (X1_5) mendekati kategori baik. Untuk item pertanyaan (X1_1), (X2_2), (X2_3) dan (X2_4) dengan nilai rata-rata beturut-turut 3,87; 3,70; 3,83; dan 3,83 mengindikasikan tanggapan responden mendekati kategori baik.

2. Variabel Keandalan (X2)

Variabel keandalan (X2) terdiri dari lima item, yaitu karyawan menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang dijanjikan (X2_1), karyawan memperhatikan saat pelanggan menyampaikan keluhannya (X2_2), keandalan karyawan dalam mengerjakan pelayanan jasa dari awal sampai akhir (X2_3), penggunaan sistem pencatatan yang akurat (pencatatan data pelanggan dalam komputer) (X2_4).

Tabel 2: Distribusi Frekuensi Item Variabel Keandalan

Item	SB		B		C		KB		TB		Rata rata
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
X2_1	4	13%	15	50%	11	37%	0	0%	0	0%	3,77
X2_2	6	20%	12	40%	11	37%	1	3%	0	0%	3,73
X2_3	6	20%	11	37%	8	27%	5	17%	0	0%	3,60
X2_4	5	17%	11	37%	9	30%	5	17%	0	0%	3,47
X2_5	5	17%	12	40%	11	37%	2	7%	0	0%	3,63

Tabel 2 menunjukkan distribusi responden berdasarkan jawaban pada masing-masing item pernyataan untuk variabel keandalan. Untuk pernyataan 1 (X2_1), hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 30 responden sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 15 responden (50%). Untuk item pernyataan 2 (X2_2) sebagian besar responden menjawab cukup yakni sebanyak 12 responden (40%). Untuk item pernyataan 3 (X2_3) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 11 responden (37%). Untuk item pernyataan 4 (X2_4) sebagian besar responden menjawab cukup yakni sebanyak 11 responden (37%). Dan item pernyataan 5 (X2_5) sebagian besar responden menjawab cukup yakni sebanyak 12 responden (40%).

3. Variabel Daya Tanggap (X3)

Variabel daya tanggap (X3) terdiri dari empat item, yaitu giliran servis sesuai dengan nomor antrian (X3_1), kesediaan karyawan dalam memberikan pelayanan jasa dengan cepat (X3_2), kesediaan karyawan dalam membantu atau menangani keluhan pelanggan (X3_3), kesediaan karyawan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan (X3_4).

Tabel 3: Distribusi Frekuensi Item Daya Tanggap

Item	SB		B		C		KB		TB		Rata rata
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
X3_1	5	17%	18	60%	7	23%	0	0%	0	0%	3,93
X3_2	6	20%	13	43%	11	37%	0	0%	0	0%	3,83
X3_3	8	27%	14	47%	7	23%	1	3%	0	0%	3,97
X3_4	8	27%	11	37%	11	37%	0	0%	0	0%	3,90
X3_5	6	20%	18	60%	5	17%	1	3%	0	0%	3,97

Tabel 3 di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan jawaban pada masing-masing item pernyataan untuk variabel daya tanggap. Untuk pernyataan 1 (X3_1), hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 30 responden sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 18 responden (60%). Untuk item pernyataan 2 (X3_2) sebagian besar responden menjawab cukup yakni sebanyak 13 responden (43%). Untuk item pernyataan 3 (X3_3) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 14 responden (47%). Untuk item pernyataan 4 (X3_4) sebagian besar responden menjawab cukup dan baik masing-masing sebanyak 11 responden (37%). Dan item pernyataan 5 (X3_5) sebagian besar responden menjawab cukup yakni sebanyak 18 responden (60%).

4. Variabel Jaminan (X4)

Variabel jaminan (X4) terdiri dari empat item, yaitu karyawan yang jujur dan dapat dipercaya (X4_1), perasaan aman selama pelanggan berurusan dengan karyawan (X4_2), sikap karyawan yang ramah dan sopan saat memberikan pelayanan jasa (X4_3), karyawan berpengetahuan luas sehingga mampu menangani permasalahan pelanggan (X4_4).

Tabel 4: Distribusi Frekuensi Item Variabel Jaminan

Item	SB		B		C		KB		TB		Rata rata
	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
X4_1	5	17%	21	70%	4	13%	0	0%	0	0%	4,03
X4_2	3	10%	18	60%	8	27%	1	3%	0	0%	3,77
X4_3	6	20%	15	50%	8	27%	1	3%	0	0%	3,87
X4_4	8	27%	13	43%	10	33%	0	0%	0	0%	3,87
X4_5	4	13%	13	43%	12	40%	1	3%	0	0%	3,67

Tabel 4 di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan jawaban pada masing-

masing item pernyataan untuk variabel jaminan. Untuk pernyataan 1 (X4_1), hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 30 responden sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 21 responden (70%). Untuk item pernyataan 2 (X4_2) sebagian besar responden menjawab cukup yakni sebanyak 18 responden (60%). Untuk item pernyataan 3 (X4_3) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 15 responden (50%). Untuk item pernyataan 4 (X4_4) sebagian besar responden menjawab cukup dan baik masing sebanyak 12 responden (40%). Dan item pernyataan 5 (X4_5) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 13 responden (43%).

5. Variabel Empati (X5)

Variabel empati (X5) terdiri dari empat item, yaitu perusahaan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan (X5_1), kesungguhan perusahaan dalam memperhatikan kepentingan-kepentingan pelanggan (X5_2), kephahaman karyawan akan kebutuhan-kebutuhan pelanggan (X5_3), karyawan memberikan pelayanan secara merata tanpa memandang status (X5_4).

Tabel 5: Distribusi Frekuensi Item Variabel Empati

Item	SB		B		C		KB		TB		Rata rata
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
X5_1	6	20%	17	57%	7	23%	0	0%	0	0%	3.97
X5_2	4	13%	14	47%	12	40%	0	0%	0	0%	3.73
X5_3	6	20%	13	43%	11	37%	0	0%	0	0%	3.77
X5_4	5	17%	17	57%	7	23%	1	3%	0	0%	3.87
X5_5	9	30%	13	43%	8	27%	0	0%	0	0%	4.03

Tabel 5 di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan jawaban pada masing-masing item pernyataan untuk variabel empati. Untuk pernyataan 1 (X5_1), hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 30 responden sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 17 responden (57%). Untuk item pernyataan 2 (X5_2) sebagian besar responden menjawab cukup yakni sebanyak 14 responden (47%). Untuk item pernyataan 3 (X5_3) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 13 responden (43%). Untuk item pernyataan 4 (X5_4) sebagian besar responden menjawab cukup dan baik masing sebanyak 17 responden (57%). Dan item pernyataan 5 (X5_5) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 13 responden (43%).

6. Variabel Terikat (Y)

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel kepuasan pelanggan (Y) terdiri dari lima item, yaitu kualitas pelayanan pada PT. Cakra Mobilindo sesuai dengan harapan pelanggan dan keinginan pelanggan.

Tabel 6: Distribusi Frekuensi Item Variabel Kepuasan Pelanggan

Item	SB		B		C		KB		TB		Rata rata
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Y_1	4	13%	18	60%	7	23%	1	3%	0	0%	3.83
Y_2	7	23%	17	57%	6	20%	0	0%	0	0%	4.03
Y_3	5	17%	14	47%	11	37%	0	0%	0	0%	3.80
Y_4	7	23%	17	57%	6	20%	0	0%	0	0%	4.03
Y_5	8	27%	14	47%	8	27%	0	0%	0	0%	4.00

Tabel 6 di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan jawaban pada masing-masing item pernyataan untuk variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Untuk pernyataan 1 (Y1_1), hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 30 responden sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 18 responden (60%). Untuk item pernyataan 2 (Y2_2) sebagian besar responden menjawab cukup yakni sebanyak 17 responden (57%). Untuk item pernyataan 3 (Y3_3) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 14 responden (47%). Untuk item pernyataan 4 (Y4_4) sebagian besar responden menjawab baik sebanyak 17 responden (57%). Dan item pernyataan 5 (Y5_5) sebagian besar responden menjawab baik yakni sebanyak 14 responden (47%).

b. Uji Validitas

Untuk perhitungan validitas dan reliabilitas instrumen item masing-masing variabel pada penelitian yang dilakukan menggunakan SPSS 21 for windows. Item pernyataan dianggap valid jika nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r-tabel. Berdasarkan tabel distribusi r pada α : 0,05 dan df (n-2): 28 adalah sebesar 0,423. Rekapitulasi hasil uji validitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 7. Rekapitulasi Uji Validitas Item Pernyataan

Variabel	Item Pernyataan	r-hitung	Keputusan	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	X1_1	0.597	Valid	r-hit > r-tab
	X1_2	0.663	Valid	r-hit > r-tab
	X1_3	0.633	Valid	r-hit > r-tab
	X1_4	0.705	Valid	r-hit > r-tab
	X1_5	0.601	Valid	r-hit > r-tab
Keandalan (X2)	X2_1	0.674	Valid	r-hit > r-tab
	X2_2	0.571	Valid	r-hit > r-tab
	X2_3	0.590	Valid	r-hit > r-tab
	X2_4	0.369	Valid	r-hit > r-tab
	X2_5	0.623	Valid	r-hit > r-tab
Daya Tanggap (X3)	X3_1	0.531	Valid	r-hit > r-tab
	X3_2	0.631	Valid	r-hit > r-tab
	X3_3	0.540	Valid	r-hit > r-tab
	X3_4	0.667	Valid	r-hit > r-tab
	X3_5	0.750	Valid	r-hit > r-tab
Jaminan (X4)	X4_1	0.593	Valid	r-hit > r-tab
	X4_2	0.593	Valid	r-hit > r-tab
	X4_3	0.743	Valid	r-hit > r-tab
	X4_4	0.708	Valid	r-hit > r-tab
	X4_5	0.683	Valid	r-hit > r-tab
Empati (X5)	X5_1	0.467	Valid	r-hit > r-tab
	X5_2	0.563	Valid	r-hit > r-tab
	X5_3	0.746	Valid	r-hit > r-tab
	X5_4	0.754	Valid	r-hit > r-tab
	X5_5	0.715	Valid	r-hit > r-tab
Kepuasan (Y)	Y_1	0.488	Valid	r-hit > r-tab
	Y_2	0.637	Valid	r-hit > r-tab
	Y_3	0.739	Valid	r-hit > r-tab
	Y_4	0.775	Valid	r-hit > r-tab
	Y_5	0.671	Valid	r-hit > r-tab

Tabel 7 di atas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan untuk masing-masing variabel dalam penelitian mempunyai nilai *r*-hitung lebih besar dari pada nilai *r*-tabel. Oleh karena dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk masing-masing variabel adalah validasi.

c. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji untuk menilai keandalan instrumen atau angket yang digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Menurut Arikunto (2014), instrumen penelitian dianggap reliabel jika mempunyai nilai Cronbach's alpha lebih dari 0,60.

Tabel 8: Rekapitulasi Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No	Variabel	Nilai Cronbachs' alpha	Keterangan
1	Bukti Fisik (X1)	0.837	Reliabilitas tinggi
2	Keandalan (X2)	0.770	Reliabilitas tinggi
3	Daya Tanggap (X3)	0.825	Reliabilitas tinggi
4	Jaminan (X4)	0.849	Reliabilitas tinggi
5	Empati (X5)	0.842	Reliabilitas tinggi
6	Kepuasan (Y)	0.851	Reliabilitas tinggi

d. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (*variance inflation factor*) (Santoso, 2002). Pedoman suatu model yang bebas multikolonieritas yaitu mempunyai nilai $VIF < 10$. Dari hasil analisis diperoleh nilai VIF untuk masing-masing variabel bebas seperti yang tercantum pada tabel dibawah ini:

Tabel 9: Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	VIF	Keterangan
Bukti fisik (X1)	8.846	Non Multikolinieritas
Keandalan (X2)	6.502	Non Multikolinieritas
Daya tanggap (X3)	6.512	Non Multikolinieritas
Jaminan (X4)	7.106	Non Multikolinieritas
Empathy (X5)	7.801	Non Multikolinieritas

Dari tabel 9 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel bebas mempunyai nilai

$VIF < 10$, sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji ekonometri yang digunakan untuk menguji suatu data apakah terjadi korelasi antar variabel rambang atau pengganggu dari variabel bebasnya (Santoso, 2000). Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji Glejser yaitu mengkorelasikan antara Absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homokedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan sebagaimana tabel dibawah ini:

Tabel 10: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Sign.	Keterangan
Bukti fisik (X1)	.991	Homoskedastisitas
Keandalan (X2)	.611	Homoskedastisitas
Daya tanggap (X3)	.372	Homoskedastisitas
Jaminan (X4)	.314	Homoskedastisitas
Empathy (X5)	.818	Homoskedastisitas

Dari tabel 10 diatas dapat diketahui bahwa semua nilai variabel independen signifikansi lebih besar dari 0,05 (5%), artinya dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$, maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

Tabel 11: Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		30
Normal parameter (a,b)	Mean	,0000000
	Std.Deviation	,62215615
Most Extreme Differences	Absolute	,162
	Positive	,141
	Negative	-,162
Kolmogorov-Smirnov Z		,887
Asymp. Sig. (2-tailed)		,411

Dari hasil uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,411 > 0,05$ maka asumsi normalitas tersebut terpenuhi.

e. Uji Simultan, Uji Parsial, Koefisien Determinasi dan Model Persamaan Regresi

Regresi linier berganda dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan, yakni pada PT. Cakra Mobilindo. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam perhitungan korelasi linear berganda adalah 95% atau dengan tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$). Secara ringkas hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 12: Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda

variabel	B (koefisien Regresi)	BETA	t- hitung	t tabel	Sig. t	Hipotesis
Konstanta	1,146	0,919	1,248	0,06	0,224	
Bukti Fisik	0,590	0,115	3,039	2,056	0,006	Ha
Keandalan	0,114	0,103	1,109	2,056	0,275	Ho
Daya Tanggap	0,009	0,113	0,083	2,056	0,935	Ho
Jaminan	0,343	0,119	2,895	2,056	0,008	Ha
Empathy	0,169	0,124	1,357	2,056	0,187	Ho
N = 30 R = 0,977 R Square = 0,955 Adjusted R Square = 0,945			F hitung = 101,839 F tabel = 2,621 Sig F = 0,000			

Pada analisis regresi linear berganda dilakukan uji F untuk simultan dan uji t untuk parsial. Untuk menguji hipotesis pertama maka digunakan uji F yaitu untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Dari hasil perhitungan pada tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa F hitung menunjukkan nilai sebesar 101,839 dan signifikansi $F = 0,000$. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ (101,839 > 2,612) atau $Sig F < 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Artinya bahwa secara simultan variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian hipotesis pertama yang menduga bahwa secara simultan variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) diterima.

Untuk menguji hipotesis yang kedua maka dilakukan uji t yaitu untuk mengetahui signifikansi dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Dari hasil perhitungan pada tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa t hitung dari setiap variabel bebas dengan nilai $p < 0,05$ apakah berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan nilai Y (variabel terikat) dengan membandingkan t tabel dengan jumlah sampel (N) 30 dan $\sigma = 0,05$ didapat t tabel

sebesar 2,056. Hasil uji t dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel bukti fisik (X1). Nilai t hitung: 3,039 > t tabel: 2,056 dan nilai $p = 0,006 < 0,05$ sehingga H_a diterima, ada pengaruh signifikan variabel bukti fisik (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- 2) Variabel keandalan (X2). Nilai t hitung: 1,109 < t tabel: 2,056 dan nilai $p = 0,279 > 0,05$ sehingga H_o diterima, tidak ada pengaruh signifikan variabel keandalan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- 3) Variabel daya tanggap (X3). Nilai t hitung: 0,083 < t tabel: 2,056 dan nilai $p = 0,935 > 0,05$ sehingga H_o diterima, tidak ada pengaruh signifikan variabel daya tanggap (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- 4) Variabel jaminan (X4). Nilai t hitung: 2,895 > t tabel: 2,056 dan nilai $p = 0,008 < 0,05$ sehingga H_a diterima, ada pengaruh signifikan variabel jaminan (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- 5) Variabel empati (X5). Nilai t hitung: 1,357 < t tabel: 2,056 dan nilai $p = 0,187 > 0,05$ sehingga H_o diterima, tidak ada pengaruh signifikan variabel empati (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Sedangkan besarnya kontribusi variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,955 atau 95,5%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) terhadap perubahan variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah 95,5% sedangkan sisanya yaitu 4,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel diketahui dari koefisien determinasi regresi sederhana atau kuadrat korelasi sederhana variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 13: Kontribusi Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Variabel dependen	R	R ²	Kontribusi %
Bukti Fisik (X1)	0,949	0,901	90,1%
Keandalan (X2)	0,910	0,828	82,8%
Daya Tanggap (X3)	0,892	0,796	79,6%
Jaminan (X4)	0,935	0,874	87,4%
Empathy (X5)	0,924	0,854	85,4%

Dari table diatas diketahui bahwa variable yang dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel bukti fisik (X4) dengan kontribusi sebesar 90,1%. Jadi hipotesis ketiga yang menduga bahwa bukti fisik (X1) adalah variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) ternyata ditolak. Sedangkan model persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 1,146 + 0,350X1 + 0,114X2 + 0,009X3 + 0,343X4 + 0,0169X5$$

Dari persamaan regresi tersebut diperoleh nilai konstanta dan koefisien masing-masing sebesar:

- $\alpha = 1,146$, artinya jika variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) masing-masing bernilai nol, maka nilai variabel Y adalah sebesar 1,146.
- $\beta_1 = 0,350$, koefisien regresi variabel bukti fisik (X1) berarti setiap terjadi kenaikan 1 poin variabel bukti fisik (X1), maka nilai variabel Y akan meningkat sebesar 0,350 poin, dengan asumsi variabel keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) tetap konstan.
- $\beta_2 = 0,114$, koefisien regresi variabel keandalan (X2) berarti setiap terjadi kenaikan 1 poin variabel keandalan (X2), maka nilai variabel Y akan meningkat sebesar 0,114 poin, dengan asumsi variabel bukti fisik (X1), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) tetap konstan.
- $\beta_3 = 0,009$, koefisien regresi variabel daya tanggap (X3) berarti setiap terjadi kenaikan 1 poin variabel daya tanggap (X3), maka nilai variabel Y akan meningkat sebesar 0,009 poin, dengan asumsi variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), jaminan (X4) dan empati (X5) tetap konstan.
- $\beta_4 = 0,343$, koefisien regresi variabel jaminan (X4) berarti setiap terjadi kenaikan 1 poin variabel jaminan (X4), maka nilai variabel Y akan meningkat sebesar 0,343 poin, dengan asumsi variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3) dan empati (X5) tetap konstan.

$\beta_5 = 0,169$ koefisien regresi variabel empati (X5) berarti setiap terjadi kenaikan 1 poin variabel empati (X5), maka nilai variabel Y akan meningkat sebesar 0,169 poin, dengan asumsi variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3) dan jaminan (X4) tetap konstan.

f. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala *multikolenieritas*, *heterokedastisitas* dan *autokorelasi*, berarti model regresi pada penelitian ini bersifat BLUE (*best linear unbiased estimator*).

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan variable kualitas jasa yang meliputi bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada PT. Cakra Mobilindo. Sedangkan secara parsial hampir tidak berpengaruh signifikan hanya pada dimensi jaminan (*assurance*) dimana nilai t hitung $2,895 > t$ tabel: $2,056$ dan nilai $p = 0,008 < 0,05$ yang menunjukkan berpengaruh secara signifikan pada kepuasan pelanggan hal ini disebabkan karena tingkat kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang dilakukan oleh karyawan PT. Cakra Mobilindo yang telah sesuai dengan keinginan pelanggan.

PENUTUP

a. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan setelah dilakukan pengujian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Cakra Mobilindo, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari dimensi variabel kualitas jasa seperti bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty) terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Cakra Mobilindo.
2. Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari dimensi variabel kualitas jasa seperti bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness) dan empati (emphaty) sedangkan dari dimensi jaminan (assurance) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Cakra Mobilindo yang

disebabkan oleh tingkat kepercayaan pelanggan atas pelayanan yang diberikan.

b. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti perlu memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Dari unsur-unsur pelayanan disarankan agar PT. Cakra Mobilindo untuk mempertahankan berbagai pelayanan berikut diantaranya fasilitas yang dimiliki, ketersediaan suku cadang, area parkir yang dipergunakan, tersedianya daftar biaya servis, pengaturan kebersihan dan kerapian bengkel, kemudahan mendapatkan informasi via telepon, jam kerja bengkel, kejelasan informasi program promosi servis dan suku cadang, serta adanya upaya karyawan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Sehubungan dengan pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan selama ini, maka penelitian yang berhubungan dengan perilaku konsumen khususnya pengaruh kualitas jasa/pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sekiranya dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk menjadikan perusahaan menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi kelima PT. Rineka Cipta, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler Philip, 2000. *Manajemen pemasaran*. Edisi. Mellinium. Jilid 2 dialih bahasakan oleh Alexsander Sindoro. Jakarta: Prehaindo.
- Rambat Lupiyoadi, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba Empat
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survey, LP3ES*, Jakarta.
- Sugiono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung; CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung; Alfabeta