

PENGARUH, CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN, *STORE ATMOSPHERE*, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA *SERVICE* SEPEDA MOTOR HONDA AHASS KEBUMEN

Nur Latifah

Universitas Putra Bangsa Kebumen, @ latifah9885@gmail.com

Dr. Abrilia Harini Setyawati, MSi.

Universitas Putra Bangsa Kebumen

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan jasa Servis Sepeda Motor Honda AHASS Kebumen. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden pelanggan jasa Servis Sepeda Motor Honda AHASS Kebumen. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner. Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Teknik analisa yang digunakan menggunakan bantuan program analisis SPSS Versi 25 for Windows. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan variabel *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : citra perusahaan, kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan.

Abstract

This study aims to examine and analyze the effect of corporate image, service quality and store atmosphere on customer satisfaction for Honda AHASS Kebumen Motorcycle Services. This research was conducted on the people of Kebumen Regency. Data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents of Honda AHASS Kebumen Motorcycle Service customers. Data collection techniques by distributing questionnaires. The analysis used is validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis test and coefficient of determination. The analysis technique used is using SPSS version 25 analysis program for Windows. The results obtained in the study indicate that the variables of corporate image, service quality and store atmosphere have a simultaneous effect on customer satisfaction. Company image variable has a significant effect on customer satisfaction, service quality variable has a significant effect on customer satisfaction, and the store atmosphere variable has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *corporate image, service quality, store atmosphere and customer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Makin berkembangnya pasar sepeda motor di Indonesia membuat persaingan yang begitu ketat antar produsen motor, tentu saja hal ini merupakan keuntungan bagi pihak pelanggan. Setiap produsen kendaraan motor roda 2 memiliki strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan salah satunya dengan peningkatan pelayanan pada pelanggan baik layanan yang berupa layanan pra-jual, saat transaksi, dan purna jual.

Astra Motor Kebumen merupakan sebuah dealer resmi sepeda motor Honda di Kebumen, yang terletak di jalan Kusuma no. 14 Kebumen. AHASS Astra Motor merupakan khusus gerai pemeliharaan dan gerai suku cadang Honda. Dimana AHASS Astra Motor menyediakan jasa pelayanan servis resmi dan pergantian suku cadang resmi kepada pelanggan sepeda motor Honda. AHASS Astra Motor berusaha memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dan mementingkan

kebutuhan dan keinginan pelanggan agar kepuasan pelanggan itu sendiri tetap terjaga. Kemunculan AHASS Astra Motor merupakan salah satu pilihan pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel diantara para pesaingnya.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Dari definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Beberapa pendapat mengenai devinisi kepuasan pelanggan, diantaranya menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.

Suatu perusahaan dikatakan berhasil dalam memberikan merek pada suatu produk atas jasa dilihat dari bagaimana perusahaan tersebut mencitrakan merek itu dibenak konsumen. Dengan demikian konsumen suatu

PENGARUH, CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN, *STORE ATMOSPHERE*, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA *SERVICE* SEPEDA MOTOR HONDA AHASS KEBUMEN

perusahaan tersebut tidak bingung lagi dalam membeli suatu produk atau jasa tersebut. Perusahaan-perusahaan selalu menganggap citra merek itu penting bagi kelangsungan hidup perusahaannya. Menurut Kotler dan Keller (2012:241), brand atau merek adalah suatu nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dari suatu penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari kompetitor lain. Salah satu faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Kualitas layanan. Menurut Tjiptono (2008:85) Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas layanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Adapun juga faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada AHASS Kebumen yaitu store atmosphere. Menurut Sophiah (2015:326) menyatakan store atmosphere adalah suatu rancangan dan desain lingkungan melalui komunikasi visual, warna, musik, pencahayaan dan penciuman merangsang persepsi dan emosi pelanggan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku kepuasan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya Kotler dalam buku Sunyoto (2013 : 35). Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014 : 101) indikator pembentuk kepuasan pelanggan terdiri dari: Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, Kesiediaan Merekomendasi,

Citra Perusahaan

Menurut Rhenald Kasali dalam bukunya menjelaskan bahwa citra perusahaan adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan, dalam sebuah perusahaan mampu memiliki beberapa citra yang berbeda-beda dimata publik.

Indikator menurut Menurut Shirley Harrison dalam Sella Kurnia Sari (2012:14) mengemukakan bahwa informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat indikator sebagai berikut: Kepribadian, Reputasi, Nilai, Identitas perusahaan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Nasution (2004), definisi dari Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Parasuraman, dkk, (1998) kualitas jasa/pelayanan ada 5 indikator kualitas pelayanan, yaitu: Tangible (bukti fisik

berwujud), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan dan kepastian), Empathy (empati).

Store Atmosphere

Store Atmosphere menurut Levy dan Weits (2007) mengacu pada desainlingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, music, dan bau untuk merangsang respon perseptual dan emosional pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian.

Berman dan Evan (2014:545) terdapat 4 indikator store atmosphere yaitu : Exterior, General Interior, Store Layout

METODE

Penelitian ini dilakukan pelanggan jasa *Service* Sepeda Motor Honda AHASS Kebumen. Sampel pada penelitian ini pelanggan jasa *Service* Sepeda Motor Honda AHASS Kebumen berjumlah 100 orang. dan sampel dari penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, studi pustaka, kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Alat bantu yang digunakan yaitu SPSS (*Statistical Product and Services Solution*) for windows versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.1

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,760	0,197	Valid
2	0,698	0,197	Valid
3	0,812	0,197	Valid

Tabel 1.2

Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan

Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,765	0,197	Valid
2	0,746	0,197	Valid
3	0,781	0,197	Valid
4	0,801	0,197	Valid

Tabel 1.3

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,870	0,197	Valid
2	0,887	0,197	Valid
3	0,794	0,197	Valid
4	0,834	0,197	Valid
5	0,844	0,197	Valid

PENGARUH, CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN, STORE ATMOSPHERE, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA SERVICE SEPEDA MOTOR HONDA AHASS KEBUMEN

Tabel 1.4
Hasil Uji Validitas Variabel Store Atmosphere

Butir	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,790	0.197	Valid
2	0,799	0.197	Valid
3	0,811	0.197	Valid
4	0,822	0.197	Valid

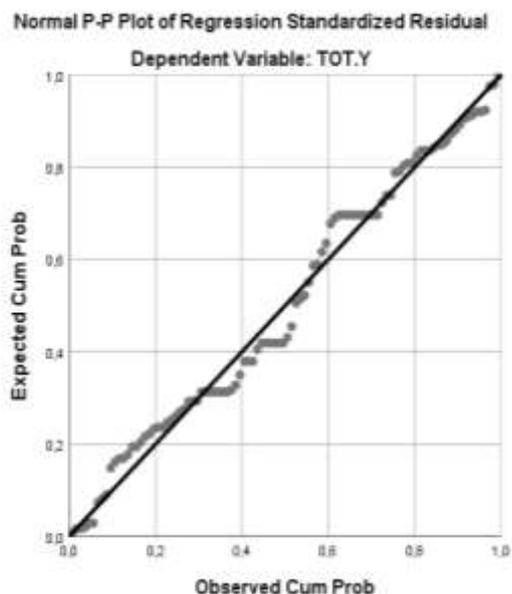
Tabel 1.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Bebas	R kritis	Cronbach Alpha	Keterangan
Kepuasan pelanggan	0,629	0,60	Reliabel
Citra perusahaan	0,776	0,60	Reliabel
Kualitas pelayanan	0,900	0,60	Reliabel
Store atmosphere	0,819	0,60	Reliabel

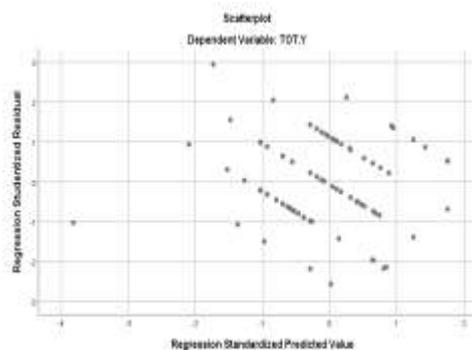
Tabel 1.6
Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel Bebas	Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	Citra perusahaan	0,663	1,508
2	Kualitas pelayanan	0,895	1,117
3	Store atmosphere	0,632	1,583

Gambar I-1
Hasil Uji Normalitas



Gambar I.2
Uji Heteroskedastisitas



Tabel 1.7
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficientsa					
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	1,998	,857		2,331	,022
Citra perusahaan	,286	,059	,422	4,837	,000
Kualitas pelayanan	,087	,040	,163	2,173	,032
Store atmosphere	,204	,059	,309	3,456	,001

Tabel 1.8
Hasil Uji t

No	Hipotesis	t _{hitung}	t _{tabel}	Konseptual
1	Citra perusahaan	2,331	,022	Berpengaruh
2	Kualitas pelayanan	4,837	,000	Berpengaruh
3	Store atmosphere	2,173	,032	Berpengaruh

Tabel 1.10
Hasil Uji f

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	73,006	3	24,335	34,038	,000b
Residual	68,634	96	,715		
Total	141,640	99			

Tabel 1.11
Hasil Determinasi Substruktural 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,718a	,515	,500	,84554

PENGARUH, CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN, *STORE ATMOSPHERE*, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA *SERVICE* SEPEDA MOTOR HONDA AHASS KEBUMEN

PENUTUP

Simpulan

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan, kualitas layanan, dan *store atmosphere* memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

1. Untuk AHASS Kebumen harus bisa terus menjaga nama baik perusahaan yang ada, maka itu akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada pengguna jasa *service* motor Honda AHASS Kebumen
2. Untuk AHASS Kebumen diharapkan bisa memberikan pelayanan sebaik mungkin dari apa yang pelanggan butuhkan dan disitulah Kepuasan Pelanggan akan terus terjaga dan bahkan meningkat
3. Maka pemilik AHASS Kebumen diharapkan terus bisa kenyamanan tempat, dari parkir yang tertata rapih, ruang tunggu yang bersih dan nyaman, pencahayaan yang selalu terang dan memutar lagu lagu terbaru agar pelanggan tidak merasa bosan saat menunggu pekerjaan dari AHASS Kebumen selesai

DAFTAR PUSTAKA

- Adona, Fitri. 2006. *Citra Dan Kekerasan Simbolik Dalam Iklan Perusahaan Di Televisi*. Padang: Andalas University Press.
- Anam, M. M., Kurniati, E., & Suharto, B. 2013. Penurunan Kandungan Logam Pb Dan Cr Leachate Melalui Fitoremediasi Bambu Air (*Equisetum Hyemale*) Dan Zeolit. *Jurnal Keteknik Pertanian Tropis Dan Biosistem* 1(2), 43-59.
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Pt. Rineka Cipta.
- Berman Dan Evans. 2014. *Retail Management*. 12th Edition. Jakarta; Pearson.
- Durianto, D., Sugiarto., Sitinjak, T. 2005. *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta, Gramedia Pustaka Umum.
- Enis, Bm, And Kk Cox. 1988. *Marketing Classics: A Selection Of Influential Articles*. 6th Ed. Allyn & Bacon Inc, Massachusetts.
- Febrianda. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi Kasus Pada Perusahaan Jne Cabang Padang*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP. Padang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Spss*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- _____. 2014. *Principle Of Marketing, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kurnia, Sella S. 2012. *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Konsumen (Evaluasi Penjualan Jasa Kamar Aston Karimun City Hotel)*. Universitas Muhammadiyah Makassar Makassar.
- Levy & Weitz. 2007. *Retailing Management (6th Ed.)*. New York: Mcgraw-Hill International.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi., Dkk. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat.
- Manurung., Dinary. 2009. *Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek pada Pengguna Kartu Prabayar Simpati*. Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Morgan, R.M. And Hunt, S.D..1994. The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing. *Journal Of Marketing Vol. 58 No. 3, Pp. 20-38*.
- Muzdalifah, Mufikha. 2020. Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Honda 99. *Jurnal Mahasiswa Stiesia*. Stiesia Surabaya.
- Mulyaningsih., A., Luh. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Ocbc Nisp Di Denpasar. *E-jurnal Manajemen Unud*. Universitas Udayana, Bali.
- Nasution, M. N. 2004. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Novianti, Ratih. 2009. *Menyusui Itu Indah*. Yogyakarta: Octopus.
- Parasuraman, A., V.A., Zeithml Dan L.L., Berry. 1998. Servqual : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. Hal 64. *Jurnal Of Retailing*.

**PENGARUH, CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN, *STORE ATMOSPHERE*, TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN JASA *SERVICE* SEPEDA MOTOR HONDA AHASS KEBUMEN**

- Rambat, Lupiyoadi Dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Jakarta; Salemba Empat.
- Rusydi. 2017. *Customer Excellence*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Soemirat, Soleh Dan Elvinaro Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Publik Relation*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Solomon, M.R. 2007. *Consumer Behavior; Buying, Having, And Being*. New Jersey, Upper Saddle River; Pearson Education.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2012. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Iii. Andi : Yogyakarta.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wilson And Gisvold. 1982. *Textbook Of Organic Medicinal And Pharmaceutical Chemistry, In Deorge, R.F. (Ed), Buku Teks Wilson Dan Gisvold: Kimia Farmasi Dan Medisinal Organik, Edisi Viii, I.B. Lippincott Company, Philadelphia – Toronto, 351, 353*.
- Windarti., Tiyas. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Donut Madu Cihanjuang Pekanbaru*. Universitas Riau.