

Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel AHASS Petanahan Kebumen.



UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

JIMMBA

Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi

Homepage: <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BENGKEL AHASS PETANAHAN KEBUMEN

Irfan Mukhlis

185503398

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
KEBUMEN

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, on consumer satisfaction of PT. AHASS Land of Kebumen. The sample data taken in this study are consumers of PT. AHASS Kebumen Lands, totaling 100 people. The results of the analysis prove that the first hypothesis which reads tangibles partially has a positive and significant influence on satisfaction. The results of the analysis prove that the second hypothesis which reads partial reliability has a positive and significant effect on satisfaction. The results of the analysis prove that the third hypothesis which reads partially responsiveness has a significant positive effect on satisfaction. The results of the analysis prove that the fourth hypothesis which reads partially assurance has a significant positive effect on satisfaction. The results of the fifth hypothesis proving that empathy partially has a significant positive effect on satisfaction. The results of the sixth hypothesis that tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy simultaneously have a significant influence significant to satisfaction.

Keywords: *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*, terhadap kepuasan konsumen PT. AHASS Petanahan Kebumen. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen PT. AHASS Petanahan Kebumen yang berjumlah 100 orang. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis pertama yang berbunyi *tangibles* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis ke dua yang berbunyi *reliability* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil

analisis membuktikan bahwa hipotesis ketiga yang berbunyi *responsiveness* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis keempat yang berbunyi *assurance* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan. Hasil pembuktian hipotesis kelima bahwa *empathy* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan. Hasil hipotesis keenam *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan.

Kata kunci: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Kepuasan*.

Latar Belakang Masalah

Sepeda motor merupakan sebuah alat transportasi mempunyai peran yang sangat penting di masyarakat baik bagi perseorangan maupun perusahaan. Hal ini dikarenakan sepeda motor selain harganya sangat terjangkau bagi ekonomi rakyat Indonesia, juga mempunyai nilai yang sangat penting bagi kelangsungan dan kemudahan distribusi barang, terutama untuk mendukung kelancaran transaksi yang berhubungan dengan perdagangan dan bisnis lainnya. Semakin banyak masyarakat yang memiliki kendaraan bermotor, maka semakin banyak peluang pekerjaan bagi masyarakat salah satunya adalah usaha bengkel motor. Contohnya di daerah Kecamatan Petanahan, banyak sekali *outlet* bengkel resmi/tidak resmi yang dibuka di pusat keramaian masyarakat. Bengkel pasti memiliki fasilitas dan peralatan yang berbeda, terutama pada mekanik yang melayani konsumen.

Salah satu bengkel resmi dari perusahaan sepeda motor yang ada di Petanahan adalah AHASS. Bengkel AHASS adalah bengkel motor dari

Honda. Bengkel AHASS hanya melayani servis untuk sepeda motor merek Honda. Bengkel ini juga menyediakan berbagai macam keperluan atau yang biasa disebut sparepart khusus untuk sepeda motor yang diproduksi oleh perusahaan Honda. Sparepart yang disediakan oleh AHASS antara lain busi, *double tube*, cairan pendingin, *accu*, oli, dan masih banyak lagi. Hal tersebut membuat konsumen yang melakukan perawatan sepeda motornya di AHASS merasa terjamin karena yang disediakan bengkel tersebut adalah bermerk honda. Biasanya konsumen AHASS yang menggunakan jasa *service* tersebut mempunyai buku *service* yang biasa digunakan untuk mencatat jangka waktu, jenis layanan, maupun onderdil yang diganti di bengkel ini

AHASS (Astra Honda Authorised Servis Station) memiliki lokasi di JL. Petanahan-Guyangan. NO. KM, RW, 1, Sawah, Petanahan, Kecamatan Petanahan. Hal tersebut membuat AHASS Petanahan sebagai bengkel resmi honda yang memiliki jasa pemakaian yang cukup tinggi. Jumlah konsumen perhari mencapai 15-20 perhari data konsumen AHASS Petanahan 2022. Sebagai

perusahaan yang bergerak dibidang jasa, AHASS Petanahan harus memberikan kepuasan atas pelayanannya. Konsumen yang puas dengan kualitas jasa yang diberikan oleh AHASS cenderung menjadi loyal dan setia untuk terus menggunakan jasa AHASS. Sedangkan pelanggan yang kurang puas memiliki kecenderungan untuk beralih pada perusahaan sejenis yang lain yang mampu menawarkan jasa dengan kualitas yang lebih baik. Oleh karena itu, AHASS Petanahan harus dapat meningkatkan upaya untuk membuat konsumen merasa puas. Cara yang dilakukan oleh AHASS adalah dengan memberikan saran kepada pelanggan terkait apa yang sebaiknya dilakukan oleh pelanggan terhadap motornya yang sedang diservis. Misal jika motor sudah harus ganti oli maka mekanik yang menangani motor tersebut memberikan saran supaya ganti oli atau dalam penggantian suku cadang sepeda motor, ketika suku cadang tersebut mengalami kerusakan. Hal itu dilakukan karena AHASS Petanahan ingin menjamin keamanan sepeda motor yang telah diservis yang pada akhirnya diharapkan konsumen merasa aman. Selain pelayanan tersebut, setelah sepeda motor diperbaiki maka sepeda motor akan dicucikan oleh mekanik AHASS tanpa tambahan biaya

Setiap konsumen yang menggunakan jasa pasti ingin mendapatkan kepuasan yang maksimal atas jasa yang telah mereka beli. Artinya perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa harus meningkatkan kualitas

pelayanan agar konsumen yang telah membeli produk atau jasa merasa puas. AHASS bengkel juga mengutamakan kualitas pelayanan dalam memberikan *service* sepeda motor kepada konsumen. Kepuasan konsumen seanehtiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan

Berdasarkan hal itu peneliti tertarik untuk membuat sebuah riset tentang kepuasan pelanggan. Berikut ini adalah data hasil miniriset mengenai kepuasan konsumen pada Bengkel Ahass Petanahan Kebumen

Berdasarkan tabel diatas ada satu faktor kepuasan konsumen di Bengkel AHASS Petanahan Kebumen, yang dimana terbagi dalam lima kategori diantaranya 20% masuk dalam kategori Bukti fisik (*tangibles*), kemudian 20% masuk dalam kategori Keandalan (*reability*), kemudian 17% masuk dalam kategori Daya tanggap (*responsiviness*), kemudian 20% masuk dalam kategori Jaminan (*assurance*), kemudian 17% masuk dalam kategori Emphaty (*emphaty*)

Berdasarkan latar belakang diatas dan melihat betapa pentingnya kualitas jasa dalam rangka mewujudkan kepuasan konsumen. Maka penelitian ini tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen pada AHASS Petanahan Kebeumen”**.

Kajian Teori

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2014: 150), adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dalam Thomas (2016), yaitu:

- a. Rasa senang
- b. Kepuasan terhadap layanan
- c. Kepuasan terhadap sistem pelayanan
- d. Kepuasan *financial*

Bukti Fisik (*Tangibles*)

Menurut Tjiptono (2016), *tangibles* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Dalam penelitian ini indikator *Tangibles* yang dikemukakan oleh Tjiptono (2016), yaitu:

- a. Kelayakan gedung
- b. Kebersihan
- c. Kerapian

- d. Kenyamanan ruangan

Reliabilitas (*reliability*)

Menurut Tjiptono (2016), pengertian *reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

Dalam penelitian ini indikator *Reliability* yang dikemukakan oleh Tjiptono (2016), yaitu:

- a. Kemampuan pegawai dalam menjelaskan / memberikan informasi kepada konsumen.
- b. Layanan jasa yang diberikan oleh AHASS Petanahan Kebumen

Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Menurut Tjiptono (2016), pengertian *responsiveness*, yaitu sebuah tindakan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas

Dalam penelitian ini indikator *Responsiveness* yang dikemukakan oleh Tjiptono (2016), yaitu:

- a. Daya tanggap/ sikap proaktif dari pegawai untuk membantu/ memberi instruktur kepada konsumen.
- b. Daya tanggap/ kesigapan pegawai dalam menerima dan menindak lanjuti keluhan konsumen.

Jaminan (*Assurance*)

Menurut Tjiptono (2016), pengertian *assurance*, yaitu pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan.

Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel AHASS Petanahan Kebumen.

Dalam penelitian ini indikator *Assurance* yang dikemukakan oleh Tjiptono (2016), yaitu:

- a. Kejujuran, ketelitian.
- b. Kehati-hatian pegawai dalam melayani konsumen pada AHASS Motor Petanahan Kebumen

Empati (*Empathy*)

Menurut Tjiptono (2016), pengertian Empati (*Empathy*) yaitu kemampuan seseorang untuk memahami perasaan dan permasalahan orang lain, untuk berpikir dari sudut pandang orang lain, dan untuk menghargai perbedaan pandangan orang lain mengenai berbagai hal. Secara singkat dapat diartikan sebagai rasa simpati dan kepedulian terhadap orang lain, berbagi pengalaman atau secara tidak langsung merasakan sakitnya orang lain.

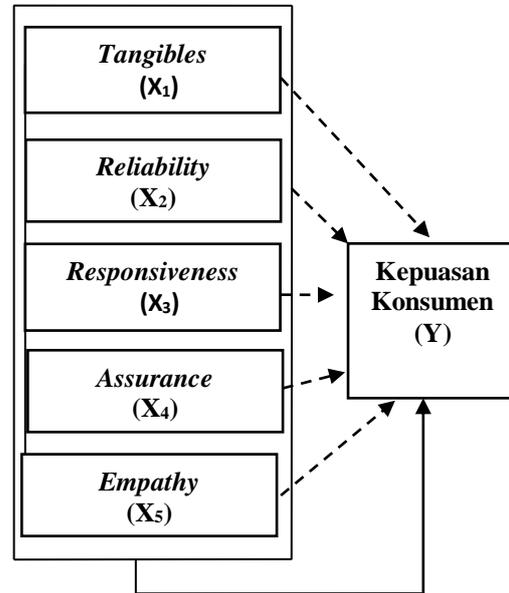
Dalam penelitian ini indikator *Empathy* yang dikemukakan oleh Tjiptono (2016), yaitu

- a. Keinginan dari pegawai untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.
- b. Kemampuan dari pegawai untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Model Empiris

Dari pemaparan diatas dapat dilihat kerangka konseptual sebagai berikut :

Gambar II-1
Model Empiris



Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pada penelitian ini :

- H1 : Diduga *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Motor Petanahan Kebumen.
- H2 : Diduga *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Motor Petanahan Kebumen.
- H3 : Diduga kualitas peayanan Diduga *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Motor Petanahan Kebumen.
- H4 : Diduga *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Motor Petanahan Kebumen.
- H5 : Diduga *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel AHASS Petanahan Kebumen.

pelanggan AHASS Motor Petanahan Kebumen.

H6 : Diduga *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Motor Petanahan Kebumen.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2010: 61). Dalam penelitian ini, yang akan menjadi populasinya konsumen pada Bengkel AHASS Petanahan Kebumen.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin akan mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2005: 91). Metode yang digunakan *Nonprobability sampling* yaitu teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut sugiyono (2017), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa

saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pada Bengkel AHASS Petanahan Kebumen yang berjumlah 100 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dimaksud untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan dan akurat melalui :

- a. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
- b. Kuesioner yaitu dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan diajukan kepada responden. Jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, Sugiyono (2008: 143).
 1. Sangat Setuju skor = 4
 2. Setuju skor = 3
 3. Tidak Setuju skor = 2
 4. Sangat Tidak Setuju skor = 1
- c. Studi Pustaka, yaitu dengan mengambil teori-teori yang ada pada literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Dalam perhitungan pengolahan data regresi linier berganda analisis jalur peneliti mempergunakan alat bantu yang berupa program aplikasi

komputer yaitu *SPSS for windows* versi 25

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

- a. Pengaruh *Tangibles* (X_1) terhadap Kepuasan (Y)
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar $5,226 > t$ tabel $1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ ini berarti variabel *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan hipotesis 1 dapat diterima.
- b. Pengaruh *Reliability* (X_2) terhadap Kepuasan (Y)
Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar $3,041 > t$ tabel $1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$ ini berarti variabel *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan hipotesis 2 dapat diterima.
- c. Pengaruh *Responsiveness* (X_3) terhadap Kepuasan (Y)
Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar $2,118 > t$ tabel $1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,031 < 0,05$ ini berarti variabel *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan hipotesis 3 dapat diterima.
- d. Pengaruh *Assurance* (X_4) terhadap Kepuasan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar $2,635 > t$ tabel $1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,010 < 0,05$ ini berarti variabel *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan hipotesis 4 dapat diterima.

- e. Pengaruh *Empathy* (X_5) terhadap Kepuasan (Y)
Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar $2,651 > t$ tabel $1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,009 < 0,05$ ini berarti variabel *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat disimpulkan hipotesis 5 dapat diterima.
- f. Berdasarkan nilai F_{hitung} sebesar $10,720$ dengan nilai signifikan $0,000$ karena nilai F_{hitung} sebesar $10,720 > F_{tabel}$ $2,70$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa bahwa variabel *tangibles* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), *empathy* (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y) secara simultan. Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 dapat diterima.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen *tangibles* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), *empathy* (X_5) terhadap variabel dependen kepuasan (Y_1) konsumen PT. AHHAS

Petanahan Kebumen. Pembahasan yang lebih lanjut dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pengaruh *Tangibles* terhadap Kepuasan

Berdasarkan analisis untuk variabel *Tangibles* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung} sebesar 5,226 > t_{tabel} sebesar 1,985 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Besarnya pengaruh *Tangibles* terhadap Kepuasan 0,404 atau 40,4%, artinya bahwa peran *Tangibles* mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Variabel *Tangibles* merupakan faktor penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen, karena *Tangibles* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan bangunan, kemampuan sarana dan prasarana fisik serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan *Tangibles* yang diberikan pihak manajemen PT. AHASS Petanahan Kebumen. Bukti pelayanan *Tangibles* yang difasilitasi oleh pihak manajemen PT. AHASS Petanahan Kebumen antara lain memiliki bangunan yang baik, ruang tunggu konsumen memiliki fasilitas AC, tempat duduk yang nyaman mampu memberikan kenyamanan terhadap konsumennya sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil)

produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Putranto (2019), Hasil penelitian yang dilakukan Putranto (2019), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan. Artinya *tangibles* mempunyai hubungan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan

Berdasarkan analisis untuk variabel *Reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung} sebesar 3,041 > t_{tabel} sebesar 1,985 dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Besarnya pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan 0,338 atau 33,8%, artinya bahwa peran *Reliability* mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Variabel *Reliability* merupakan faktor penting dari bagian kualitas pelayanan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Variabel *Reliability* merupakan kemampuan PT. AHASS Petanahan Kebumen untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan PT. AHASS Petanahan Kebumen berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan yang baik, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi. Secara singkat dapat

diartikan sebagai kemampuan PT. AHASS Petanahan Kebumen untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu dan dapat dipercaya. Pelayanan yang dilaksanakan sesuai dengan janji menandakan kinerja bengkel motor PT. AHASS Petanahan Kebumen yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2018), hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2018), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif *reliability* terhadap kepuasan pelanggan. Artinya *reliability* mempunyai hubungan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan
Berdasarkan analisis untuk variabel *Responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung} sebesar $2,188 > t_{tabel}$ sebesar 1,985 dan nilai signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$. Besarnya pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan 0,249 atau 24,9%,

artinya bahwa peran *Responsiveness* mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Variabel *Responsiveness* merupakan faktor penting dari bagian kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Bentuk *Responsiveness* yang diberikan pihak manajemen PT. AHASS Petanahan Kebumen untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas kerusakan motor yang perlu diperbaiki dengan jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam *service quality*. Dengan hal tersebut konsumen akan mendapat kepuasan dalam menggunakan jasa pelayanan pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Kepuasan konsumen merupakan suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Solikin (2017), hasil penelitian yang dilakukan oleh Solikin (2017), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan. Artinya *responsiveness* mempunyai hubungan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan
Berdasarkan analisis untuk variabel *assurance* mempunyai

pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung} sebesar 2,635 > t_{tabel} sebesar 1,985 dan nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$. Besarnya pengaruh *assurance* terhadap Kepuasan 0,319 atau 31,9%, artinya bahwa peran *assurance* mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Variabel *Assurance* merupakan faktor penting dari bagian kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. *Assurance* merupakan pengetahuan, kesopanan, santunan dan kemampuan para pegawai PT. AHASS Petanahan Kebumen untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Secara singkat dapat diartikan sebagai pengetahuan personil dan kemampuan personil untuk dapat dipercaya dan diyakini. Hal ini perlu diperhatikan agar konsumen dapat percaya terhadap pelayanan yang diberikan oleh bengkel motor PT. AHASS Petanahan Kebumen. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aji (2020), hasil penelitian yang dilakukan oleh Aji (2020), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif *assurance* terhadap kepuasan pelanggan. Artinya *assurance*

mempunyai hubungan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan

Berdasarkan analisis untuk variabel *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung} sebesar 2,651 > t_{tabel} sebesar 1,985 dan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Besarnya pengaruh *empathy* terhadap kepuasan 0,312 atau 31,2%, artinya bahwa peran *empathy* mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Variabel *Empathy* merupakan faktor penting dari bagian kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Memberikan perhatian yang fokus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki sesuatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi konsumen. Pelayanan *emphaty* yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan memerlukan dukungan dari setiap karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2019), menyebutkan

Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel AHASS Petanahan Kebumen.

bahwa adanya pengaruh hubungan positif *empathy* terhadap kepuasan pelanggan.

Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh *tangibles* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *empathy* (X_5) terhadap kepuasan konsumen (Y_1). Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Tangibles* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Artinya peran *tangibles* dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa kondisi *tangibles* yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, begitu juga sebaliknya *tangibles* yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen.
2. *Reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen.

Artinya peran *reliability* dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa *reliability* yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, begitu juga sebaliknya *reliability* yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Artinya peran kualitas pelayanan dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen, begitu juga sebaliknya kualitas pelayanan yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat keputusan pembelian pada Toko Roti Kenduls Gombang Kebumen.

3. *Responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Artinya peran *responsiveness* dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh

Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel AHASS Petanahan Kebumen.

positif terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa *responsiveness* yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, begitu juga sebaliknya *responsiveness* yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen

4. *Assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Artinya peran *assurance* dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa *assurance* yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, begitu juga sebaliknya *assurance* yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen
5. *Empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Artinya peran *empathy* dalam penelitian ini mempunyai berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen. Berdasarkan dibuktikannya hasil penelitian bahwa *empathy* yang baik akan berdampak pada

kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, begitu juga sebaliknya *empathy* yang kurang baik akan berakibat pada penurunan tingkat kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen.

6. *Tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama – sama terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen, diperoleh nilai F sebesar 10,720 dengan tingkat probabilitas atau signifikansinya sebesar 0.000. Dikarenakan tingkat signifikan yang jauh lebih kecil dari 0.05 atau 5 %. Artinya peran kelima dimensi kualitas pelayanan mempunyai kontribusi yang positif untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen

Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi manajemen PT. AHASS Petanahan Kebumen yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, respon jawaban terendah dari konsumen mengenai *Tangibles* yaitu PT. AHASS Petanahan Kebumen mempunyai ruang tunggu yang nyaman, artinya jawaban dari

Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel AHASS Petanahan Kebumen.

- konsumen mengenai point tersebut sangat rendah. Bagi pihak pemilik PT. AHASS Petanahan Kebumen diharap agar memperbaiki ruang tunggu konsumen agar nyaman untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara meminimalisir kebisingan.
2. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, respon jawaban terendah dari konsumen mengenai *Reliability* yaitu karyawan AHASS Petanahan Kebumen mampu memberikan informasi yang mudah dipahami konsumennya, artinya jawaban dari konsumen mengenai point tersebut sangat rendah. Bagi pihak pemilik PT. AHASS Petanahan Kebumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen diharap untuk memberikan pemahaman dan edukasi kepada karyawannya agar mampu memberikan informasi kepada konsumen dengan cara yang mudah dipahami oleh konsumennya.
 3. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, respon jawaban terendah dari konsumen mengenai *Responsiveness* yaitu karyawan AHASS Petanahan Kebumen memiliki kesigapan dalam menghadapi masalah / komplain konsumennya, artinya jawaban dari konsumen mengenai point tersebut sangat rendah. Bagi pihak pemilik PT. AHASS Petanahan Kebumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen diharap untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang sigap dan cepat dalam menanggapi keluhan-keluhan dari konsumen.
 4. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, respon jawaban terendah dari konsumen mengenai *Assurance* yaitu karyawan AHASS Petanahan Kebumen memberikan instruktur dengan teliti dalam menyampaikan kepada konsumennya, artinya jawaban dari konsumen mengenai point tersebut sangat rendah. Bagi pihak pemilik PT. AHASS Petanahan Kebumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen diharap untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan meningkatkan kualitas pengetahuan karyawan, sopan santun, kejujuran, dan ketrampilan karyawan dalam melayani konsumen.
 5. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, respon jawaban terendah dari konsumen mengenai *Empathy* yaitu karyawan AHASS Petanahan Kebumen siap merespon permintaan konsumennya dengan baik, artinya jawaban dari konsumen mengenai point tersebut sangat rendah. Bagi pihak pemilik PT. AHASS Petanahan Kebumen untuk

Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel AHASS Petanahan Kebumen.

meningkatkan kepuasan konsumen diharap untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan merespon permintaan konsumen dengan baik.

Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis merupakan sebuah cerminan bagi setiap penelitian dimana implikasi teoritis memberikan gambaran mengenai rujukan-rujukan yang dipengaruhi dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya implikasi teoritis pada penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh *Tangibles* terhadap Kepuasan Konsumen.

Menurut Tjiptono (2016), *tangibles* yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Pemanmpilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Ini meliputi fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel *tangibles* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putranto (2019), Hasil penelitian yang dilakukan Putranto (2019), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif *tangibles* terhadap kpuasan pelanggan.

2. Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Konsumen.

Menurut Tjiptono (2016), *reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan deangan akurasi tinggi.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel *reliability* mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, sehingga hasil sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setiawan (2018), hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2018), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif *reliability* terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Konsumen.

Menurut Tjiptono (2016), *responsiveness* yaitu suatu konsumen untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatife dalam *service quality*.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Solikin (2017), hasil penelitian yang dilakukan oleh Solikin (2017), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan Konsumen
Pengertian *assurance* menurut Tjiptono (2016), yaitu pengetahuan, kesopanan, santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan. Secara singkat dapat diartikan sebagai pengetahuan personil dan kemampuan personil untuk dapat dipercaya dan diyakini.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel *assurance* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aji (2020), hasil penelitian yang dilakukan oleh Aji (2020), menunjukkan adanya pengaruh hubungan positif *assurance* terhadap kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan Konsumen
Menurut Tjiptono (2016), *empathy* yaitu memberikan perhatian yang fokus dan bersifat individual atau pribadi yang

diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki sesuatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi konsumen.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel *empathy* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. AHASS Petanahan Kebumen, sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi (2019), menyebutkan bahwa adanya pengaruh hubungan positif *empathy* terhadap kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Aji Budi Taofiq. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. AHASS Cahaya Sakti Motor Surakarta*. Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta Vol.18 No.2 April 2020
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Armaniah Henny. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada bengkel AHASS Honda Tangerang*. Universitas Bina

- Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel AHASS Petanahan Kebumen.
- Sarana Informatika Jakarta–
Jurnal Penelitian Ilmu
Manajemen Vol. 2 No. 2
Tahun 2019.
- Asih Trimonani. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Ramayana Motor Sukoharjo*. Skripsi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Deny Setiawan. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi kasus AHASS Motor Kenari)*. STIE Kesuma Negara Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 3 No. 1 (2018)
- Dewi Rina Sri. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suroco Jaya Abado Motor Makasar*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar 2019
- Fandy Tjiptono. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi
- _____. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*.
- Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- _____. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- John dan Lovelock. 2011. *“Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7”*. Jakarta : Erlangga
- Keller dan Kotler. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga
- _____. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- _____. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson
- Putranto Reza Rizky. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen jasa servis Honda AHASS Rizky Motor Prambon*. Fakultas

Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel AHASS Petanahan Kebumen.

Ekonomi – Universitas Kadiri
JIMEK – Volume 2 Nomor 2
Desember 2019
<http://dx.doi.org/10.30737/jimek.v2i2.549>

Muhamat Solikin. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Putra Utama Motor Sukoharjo*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta 2017.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta

_____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta

_____. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV