

KUALITAS PELAYANAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PT. TRIO MOTOR DEALER HONDA KABUPATEN BALANGAN)

Nadiya Larasanti¹, Mohammad Zainul², Purboyo³
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-
Banjari Banjarmasin, 18.31.0165
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-
Banjari Banjarmasin, 1105076601
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-
Banjari Banjarmasin, 1126067301
Email : larasantinadiya@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dealer honda Kab.Balangan dan kepuasan pelanggan yang telah diberikan Dealer honda Kab. Balangan . Jenis penelitian ini digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan teknik observasi dan kuesioner. Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan Trio Motor Kab.Balangan sebagai responden.

PT. Trio Motor Dealer Honda Kab. Balangan adalah perusahaan yang berfokus pada penjualan sepeda motor honda dan pengelolaan bengkel resmi melayani perbaikan sepeda motor bermerek honda tersebut .

Hasil Penelitian bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor honda di PT.Trio Motor Kabupaten Balangan yaitu : Kualitas,Harga Produk,Promosi,Tempat,Pelayanan. Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan merupakan salah satu terpenting dalam penjualan,Faktor Harga sangat mempengaruhi dalam kepuasan pelayanan untuk membeli sepeda motor,Kualitas pelayanan di PT.Trio Mitor Dealer Kab.Balangan ini sangat baik,hal tersebut tercermin di hasil kuesioner yang telah dibuat,ketepatan,kesopanan & keramahan pegawai dalam melayani konsumen merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan yang memiliki nilai tinggi, Konsumen PT.Trio Mitor Dealer Kab.Balangan merasa puas dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang telah diberikan,Promosi merupakan hal berpengaruh dan penting diperhatikan oleh perusahaan , karena jika tidak dengan promosi akan sulit untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan penjualan , Tempat juga berpengaruh dalam kegiatan penjualan , karna dengan lokasi tempat yang strategis dan memiliki fasilitas yang lengkap dan nyaman maka pelanggan akan tertarik untuk berkunjung dan akan datang kembali

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan,Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine: Quality of service to customer satisfaction Honda Dealer Kab. Balangan and customer satisfaction that has been given Honda Dealer Kab. Balangan. This type of research used is qualitative research with observation and questionnaire techniques. This research was conducted by distributing questionnaires to customers of Trio Motor Kab. Balangan as respondents.

PT. Trio Motor Dealer Honda Kab. Balangan is a company that focuses on selling Honda motorcycles and managing authorized repair shops to repair Honda branded motorcycles.

The study result that several factors influence consumer behavior on customer satisfaction with Honda motorcycles at PT. Trio Motor Balangan Regency: Quality, Product Price, Promotion, Place, Service. Price Policy and Quality of Service is one of the most important decisions in sales, the price factor greatly influences the decision to buy a motorcycle, and the quality of service at PT. Trio Motor Dealer Kab. Balangan is very good, this is reflected in the results of the questionnaire that has been made, accuracy, courtesy & friendliness of employees in serving consumers is one dimension of service quality that has a high value, Consumers of PT. Trio Motor Dealer Kab. Balangan is satisfied with the quality of products and services quality that have been provided, Promotion is an influential and important thing to be considered by a company because if it is not promotion it will be difficult to develop a business and increase sales, the place is also influential in sales activities, because with a strategic location and has complete and comfortable facilities, customers will be interested in visiting and will come back

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk dapat memaksimalkan kinerja bisnisnya, termasuk bisnis PT. Trio Dealer Motor Honda di Kabupaten Balangan yang harus berusaha untuk belajar dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Kualitas pelayanan bagi suatu usaha agar dapat menciptakan kenyamanan bagi pelanggan sehingga pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat dengan kepuasan pelanggan akan

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mengkaji kondisi objek alam, dimana peneliti sebagai instrumen kuncinya

memberikan harapan lebih dan sebaliknya Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan selalu berubah sehingga kualitas layanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari satu perusahaan dengan perusahaan serupa lainnya, juga dengan membandingkan layanan yang diterima dengan layanan yang mereka harapkan. Kualitas layanan merupakan suatu kondisi yang berkaitan dengan seberapa jauh penyedia jasa dapat memberikan suatu bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya.

(Sugiyono, 2017). Bedanya dengan penelitian kuantitatif adalah penelitian ini berangkat dari data, memanfaatkan teori-teori yang ada sebagai bahan penjas dan diakhiri dengan sebuah teori. dalam kondisi objek alam, dimana peneliti adalah instrumen kuncinya (Sugiyono, 2017). Bedanya dengan penelitian kuantitatif adalah penelitian

ini berangkat dari data, menggunakan teori yang ada sebagai bahan penjas dan diakhiri dengan teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembahasan berikut ini penelitian ini menjelaskan mengenai hasil penelitian melalui kuesioner yang telah dibagikan kepada para responden. Berdasarkan hasil penelitian tentang perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda diperoleh data sebagai berikut: 1. Karakteristik Responden Penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan Trio Motor Kab.Balangan. Kuesioner ini mengenai proses pengambilan keputusan pembelian sepeda motor honda dengan memperhitungkan beberapa faktor-faktor. Di bawah ini adalah pembagian responden berdasarkan usia, status pekerjaan dan pendapatan. Dari 30 responden yang diteliti, maka dapat diketahui gambaran responden sebagai berikut 1. Karakteristik Berdasarkan Usia Responden dalam penelitian ini para pelanggan PT.Trio Motor Honda Dealer Kabupaten Balangan sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 orang. Adapun karakteristik berdasarkan usia adalah untuk usia <25 sebanyak 4 orang persentase 13,3%, untuk usia 26-35 Tahun sebanyak 25 orang dengan persentase 83,3%, untuk usia >35 ada 1 orang dengan persentase 3,3%, 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan Sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 orang pelanggan. Adapun Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan telah menunjukkan status pekerjaan pelanggan PT.Trio Motor Kab.Balangan, Pelanggan yang berstatus pegawai negeri ada 20%, pelanggan yang berstatus mahasiswa/pelajar ada 13,3% , pelanggan yang berstatus pegawai swasta ada 60% , dan pelanggan lainnya ada 6,6% , dari persentase di atas yang paling

banyak penelitian ini adalah responden yang berstatus sebagai pegawai swasta sebanyak 60%. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/uang saku setiap bulan Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Trio Motor Balangan, sampel dalam penelitian ini adalah 30 pelanggan. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan atau uang jajan bulanan telah menunjukkan pendapatan atau uang saku bulanan responden. Responden yang berpenghasilan dibawah Rp. 2.000.000 ada 26,6% , responden yang memiliki pendapatan Rp. 2.100.000 – Rp. 5.000.000 ada 66,6% dan juga responden yang memiliki pendapatan Rp. 5.100.000 – Rp. 7.000.000 itu ada 3,3% , responden yang memiliki pendapatan di atas Rp. 7.000.000 ada 3,3% , dari data tersebut responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki pendapatan Rp. 2.100.000 – Rp. 4.000.000. Kebijakan Harga dan Kualitas Pelayanan merupakan salah satu keputusan terpenting dalam penjualan, harga merupakan satu-satunya ketidakpastian pemasaran yang akan masuk ke perusahaan, sedangkan tiga lainnya yaitu produk, distribusi dan promosi menimbulkan biaya (pengeluaran). Dan secara kualitas merupakan faktor yang sangat penting dan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, dan dari penelitian diatas terbentuk beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli sepeda motor Honda di PT. Dealer Trio Mitor Kab. Balangan, yaitu: Harga Produk, Kualitas, Promosi, Tempat, Pelayanan. Penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, yaitu dengan cara:memberikan pelayanan yang berkualitas bagi konsumen dengan tujuan untuk

menciptakan kenyamanan yang terbaik bagi konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Trio Motor Dealer Honda Kab.Balangan akan menimbulkan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan. Seringkali terdapat perbedaan antara harapan konsumen dan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan oleh PT. Dealer Trio Motor Honda Kab. Balangan, fenomena yang ditemukan di PT. Dealer Trio Motor Honda Kab. Balangan dengan pelayanan yang kurang memuaskan yaitu pelanggan yang ingin segera dilayani. Oleh sebab itu PT.Trio Motor Dealer Honda Kab.Balangan berusaha untuk dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap para pelanggannya, sehingga dapat menciptakan kenyamanan dan loyalitas konsumen bahkan membantu menjaga jarak dengan pesaing, jika PT.Trio Motor Dealer Honda Kab.Balangan tidak dapat memenuhi hal tersebut maka akan menimbulkan ketidaknyamanan .Untuk mengevaluasi betapa pentingnya kualitas pelayanan pada perusahaan untuk meningkatkan penjualan yang nantinya akan berpengaruh pada PT.Trio Motor Dealer Honda Kab.Balangan dalam melayani pelanggan. Pelayanan prima merupakan ujung tombak bagi hubungan jangka Panjang pelanggan dengan *stakeholders* nya, terutama bagi masyarakat. Pelayanan prima sangat berkaitan dengan harapan yang timbul di benak pelanggan, sehingga pelayanan diberikan dengan prima sesuai dengan harapan dan kepentingan pelanggan. melalui pelayanan prima maka *stakeholders* pelanggan akan puas, dimana kepuasan tersebut merupakan salah satu kunci bagi suksesnya kinerja pegawai. Karyawan juga harus memperhatikan penampilan karena kesan orang pertama seseorang adalah dari penampilan yang dikenakannya. Jika penampilan yang dikenakan rapi dan sopan maka akan nyaman dipandang mata dan membuat kesan yang baik bagi lawan bicara.

pelayanan yang diberikan dengan cepat dan tanggap akan membuat konsumen merasa puas . Setiap konsumen pasti ingin dilayani dengan cepat dan tanggap. Dalam melayani konsumen kita harus memperhatikan kesopanan. Walaupun dalam keadaan tidak senang atau merasa kesal dengan tingkah laku konsumen ataupun faktor lain , kita harus sabar dan tenang tanpa harus menghilangkan rasa sopan saat memberikan pelayanan. Dengan beitu konsumen akan merasa nyaman dengan pelayanan yang telah diberikan prosedur pelayanan yang dilakukan di PT.Trio Motor Dealer Honda Kab.Balangan adalah pelayanan dengan mengutamakan kenyamanan pelanggan dengan tujuan utama di bidang bisnis , tanpa pelanggan usaha tidak akan maju/berjalan . Dengan pelayanan yang baik pelanggan akan tertarik dengan promosi/penawaran dan cashback yang ada dan harga komperatif.

PENUTUP

1. PT. Trio Motor Dealer Honda Kabupaten Balangan adalah salah satu pusat terbesar jual beli kendaraan yang ada di Kabupaten Balangan
2. PT. Trio Motor Dealer Honda Kabupaten Balangan terletak di Jl.A.Yani No.49 RT.06 Rica, Lokasi ini terletak di Pinggir Jalan Raya
3. Kualitas pelayanan di PT.Trio Mitor Dealer Kabupaten Balangan ini sangat baik ,hal tersebut tercermin di hasil kuesioner yang telah dibuat, ketepatan, kesopanan & keramahan pegawai dalam melayani konsumen merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan yang memiliki nilai tinggi, Konsumen PT.Trio Mitor Dealer Kab.Balangan merasa puas dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang telah diberikan
4. Promosi merupakan hal berpengaruh dan penting diperhatikan oleh perusahaan, karena jika tidak dengan promosi akan sulit untuk

mengembangkan usaha dan meningkatkan penjualan
5. Faktor Harga sangat mempengaruhi dalam kepuasan pelanggan untuk membeli sepeda motor

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo. (2010). *Dasar-dasar Ekonomi Transportasi*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- A.S. Moenir, 2010. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Bumi Aksara : Jakarta.
- Agus, Sulastiyono. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Anita Silvianita, (2016). *Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Kinerja Karyawan Telemarketing pada PT. Comment Indonesia (Homedirect)*. Jakarta.
- Butarbutar, M., Wardhana, A., Aprilia, D. H., Hendrayani, E., Mardah, S., & Abrori, I. & Purboyo. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Edy Haryanto. "Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado", *Jurnal EMBA* Vol. 1, No. 3, hal 753-755. (2013).
- Fajar, Mohamad, Rizan, dan Andika. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*
- Fandy Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*, Banyumedia, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fitriani Sri, (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Pengguna BPJS di Rawat Inap RSUD Dr. Moewardi*. [Thesis S-2]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S. S., Wardhana, A., Kartika, R. D., & Hilal, N. Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual & Praktis).
- Huda, N. (2017). Pengaruh Faktor Eksternal, Internal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Di Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 5(2).
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : ALFABETHA.
- Hendrayadi, Y. d. (2015). *Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan menurut ekonom islam*. Skripsi fakultas syariah universitas sultan syarif kasim riau. Pekanbaru.
- Hendro Yuwono, Syamswana Yuwana. (2017). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang". *Jurnal Ekonomi Manajemen*.

- Istianto, & Tyra. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. [Online]. Tersedia di kbbi.kemdikbud.go.id/entri/religius. Diakses 11 Januari 2017
- Kotler, & Amstrong. (2012). Manajemen Pemasaran. *Jilid I. Jakarta: PT. Indeks.*
- Kotler, P. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: A.B.
- Kotler, Keller, (2012). Marketing Management, 14th, Person Education Susanto. *Jilid Idan 2. Penerbit Erlangga. Jakarta*
- Kotler, & Amstrong. (2014). Manajemen Pemasaran Indeks. *Kelompok Gramedia.*
- Kotler, Philip. (2014). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jilid 1. Prenhalindo. Jakarta.*
- Masyhuri, A. d. (2011). *Metodelogi riset manajemen pemasaran. Malang : UIN maliki Press*
- Mardikawati W., dan Naili Farda. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi. *Jurnal Administrasi Bisnis, 2(1)*, hal. 64-75.
- N Harini Fajar, N Fitri, Purboyo. (2021). Pengantar Ilmu Manajemen (Sebuah Pendekatan Konseptual), *Bandung: Media Sains Indonesia*
- Nurafni Rubiyanti, S.mb. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Besi Sumber Berkat. Tugas Akhir Telkom University*
- Nasution. (2015). *Manajemen mutu terpadu*. Bogor : Ghalla indonesia
- Octarina Dina Pertiwi, 2012, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth” Rumah Makan Ketty Resto. Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*
- Purboyo, P., & Huda, N. (2014). Pengaruh Faktor Eksternal, Internal dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Banjarmasin. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 5(2), 175-188.
- Purboyo, P., Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S. S., Wardhana, A., ... & Syamsuri, S. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual & Praktis)* (No. rwy65). Center for Open Science.
- Purnamasari, S., Purboyo, P., Mulyani, M., Aryani, L., Fitriana, F., Zulfikar, R., ... & Ariyani, N. (2022). Perencanaan Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian). Bandung: Widina Sakti Persada
- Shavab, F. A., Nasfi, N., Purboyo, P., Karyanto, B., Hikmah, H., Kartika, R. D., ... & Larasati, R. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung: Widina Sakti Persada
- Suci Purwandari, Singgih Purnomo, Purboyo. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran*

Digital), *Bandung: Media Sains Indonesia*

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto. (2015). *Penelitian Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Buku Seru.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Tohirin. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta

Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual, QFD, dan Kano)*. Jakarta Barat: PT INDEKS

Zulfikar, R., Yulianti, F., Mayvita, P. A., & Purboyo, P. (2020, March). Enhancingsustainable entrepreneurship behavior in indonesian smes: external drivers role. In *PROCEEDING MICEB (Mulawarman International Conference On Economics and Business)* (Vol. 2, pp. 63-72).