

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL SINAR TERANG BANJARBARU**

Muhammad Helmi Fitri<sup>1</sup>, Lamsah<sup>2</sup>, Hairul<sup>3</sup>

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 18310824

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 1125126201

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 1125096201

Email : helmifitri225@gmail.com

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh secara simultan faktor bukti fisik, ketanggapan, kehandalan, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru, (2) mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh secara parsial faktor bukti fisik, ketanggapan, kehandalan, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru dan (3) untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh dominan diantara faktor bukti fisik, ketanggapan, kehandalan, jaminan dan empati yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru. Jenis penelitian yang digunakan bersifat data kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Sinar Terang Banjarbaru sebanyak 85 responden. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis uji instrumen, uji asumsi klasik dan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat faktor bukti fisik, ketanggapan, kehandalan, jaminan dan empati yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru dengan persamaan regresinya yakni  $Y = 36.527 + 0.128.X_1 + 0.832.X_2 + + 0.661.X_3 + + 0.174.X_4 + 0.402.X_5 + e$ .

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen*

## **ABSTRACT**

*This study aims to (1) identify and analyze the simultaneous influence of physical evidence, responsiveness, reliability, assurance and empathy have a significant effect on customer satisfaction at Sinar Terang Banjarbaru Workshop, (2) identify and partially analyze the effect of physical evidence factors, responsiveness, reliability, assurance and empathy have a significant effect on customer satisfaction at Bengkel Sinar Terang Banjarbaru and (3) to identify and analyze the dominant influence among factors of physical evidence, responsiveness, reliability, assurance and empathy that affect customer satisfaction at Bengkel Sinar Terang Banjarbaru. The type of research used is quantitative data. The sample in this study were the customers of Bengkel Sinar Terang Banjarbaru as many as 85 respondents. The data analysis technique used the instrument test analysis technique, classical assumption test and multiple linear regression. The results of this study found that there are factors of physical evidence, responsiveness, reliability, assurance and empathy that affect customer satisfaction at Bengkel Sinar Terang Banjarbaru with the regression equation  $Y = 36.527 + 0.128.X_1 + 0.832.X_2 + + 0.661.X_3 + + 0.174.X_4 + 0.402.X_5 + e$ .*

*Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Dunia otomotif di Indonesia berkembang dengan pesat, di mana kebutuhan akan kendaraan sudah tidak bersifat sekunder lagi melainkan sudah menjadi kebutuhan primer. Kebutuhan konsumen pada umumnya akan alat transportasi menjadi semakin penting guna menunjang kehidupan manusia dalam beraktivitas yang menuntut peningkatan kecepatan. Aktivitas yang padat dan banyak tempat yang harus dituju setiap hari mendorong konsumen untuk memiliki alat transportasi yang cepat dan nyaman digunakan sehari-hari. Ada banyak sekali pilihan alat transportasi yang dapat digunakan guna menunjang aktivitas yang dilakukan.

Alat transportasi mobil sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi konsumen kalangan menengah ke atas ataupun bagi mereka para pelaku bisnis yang menjadikan alat transportasi mobil sebagai penunjang dalam melakukan segala aktivitasnya. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan ketersediaan alat transportasi, pelaku bisnis di bidang otomotif khususnya bengkel mobil semakin banyak dan berkembang dengan berbagai macam produk, harga dan fasilitas yang ditawarkan.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak. Pelanggan dan diharapkan membawa dampak positif bagi perusahaan tersebut. (Edy, 2016). Setiap perusahaan berupaya membangun hubungan yang kuat kepada semua pelanggannya agar menjadi pelanggan yang setia.

Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan akan memberikan banyak manfaat seperti citra perusahaan yang akan dikenal baik oleh konsumen. Hubungan yang baik dapat menjadi dasar kepuasan pelanggan sehingga dapat mengarah pada loyalitas pelanggan. Bagi perusahaan, pelanggan yang setia sangat besar artinya karena menggambarkan besarnya profitabilitas yang diperoleh. Bahkan pelanggan yang setia dapat menjadi partner dalam mengembangkan produk baru sedangkan sikap loyal pelanggan dengan cara melakukan pembelian secara berulang memperlihatkan bahwa pelanggan

percaya pada produk pelayanan yang diberikan (Aprisia, 2019).

Seorang pelanggan yang loyal menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pelanggan yang loyal akan mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik yang positif kepada perusahaan (Darsono, 2019). Pelanggan yang loyal memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian secara berulang pada perusahaan yang sama, membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan, dan memberitahukan kepada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang diterimanya (Griffin, 2018).

Kemajuan teknologi yang berkembang saat ini membantu meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Dengan kemajuan teknologi dan juga perkembangan zaman, bengkel harus dapat memanfaatkannya dengan sebaik-baiknya agar dalam hal ini tercapai kepuasan pelanggan. Jika bengkel tidak dapat melihat peluang yang ada dan secara efektif mengimplementasikan kemajuan teknologi yang ada, maka tidak akan mampu menangkap pangsa pasar yang ada. Oleh karena itu, pabrik yang ada harus menyusun strategi dan mengembangkan kualitas pelayanan yang terbaik, sesuai dengan tujuan yang diinginkan konsumen, dengan harapan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa penggunaan mobil. Bengkel kini harus mengutamakan kepuasan pelanggan dalam pelayanan dan penggantian suku cadang. Jika pelanggan puas maka bengkel tersebut akan berhasil merebut pangsa pasar yang ada dan hal ini akan membawa keuntungan yang maksimal bagi bengkel yang ada.

Bengkel Sinar Terang Banjarbaru merupakan salah satu dari sedikit bengkel mobil yang dapat bertahan meskipun banyak bengkel mobil baru bermunculan di kota Banjarbaru, Martapura dan sekitarnya, membuktikan bahwa bengkel ini masih bisa bertahan dan berkembang di masa krisis seperti sekarang ini. Seiring dengan bertambahnya jumlah bengkel mobil, jumlah konsumen Bengkel Sinar Terang Banjarbaru selama 3 (tiga) tahun terakhir mengalami penurunan jumlah konsumen.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti di Bengkel Sinar Terang Banjarbaru, ditentukan dalam penelitian ini bahwa masih terdapat keluhan mengenai kerusakan perbaikan mesin dan jika diperlukan akan

dilakukan perbaikan secepatnya. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Bengkel Sinar Terang Banjarbaru juga menawarkan garansi jasa perbaikan mobil yang dilakukan bengkel ini kepada pelanggannya. Untuk menarik lebih banyak konsumen, banyak saudara Bengkel Sinar Terang Banjarbaru telah menetapkan harga yang kompetitif sehingga tetap dapat menarik konsumen dari individu dan organisasi tertentu. Masih banyak keluhan konsumen tentang kualitas pelayanan di bengkel ini, beberapa konsumen tinggal terlalu lama, tempat parkir tidak cukup, dan tukang reparasi tidak bereputasi baik.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan hubungan antara variabel dengan menganalisis data numerik (angka) menggunakan metode statistik melalui pengujian hipotesa. Metode penelitian kuantitatif disebut juga metode tradisonal, positivistik, scientific dan metode discovery. Jumlah populasinya adalah konsumen yang pernah berkunjung dan merasakan yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga. Menurut Bungin (2019:99), populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini didapat melalui teknik *accidental sampling* yaitu konsumen yang pernah berkunjung dan merasakan di Bengkel Sinar Terang Banjarbaru sebanyak 85 responden.

Uji kualitas data menggunakan uji validitas, uji realibilitas dan uji asumsi klasik. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dipakai penulis adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan model regresi berganda dimana untuk mengetahui persamaan regresi pengaruh 5 variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun model regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5 + \epsilon$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 85 responden diperoleh responden yang terbanyak adalah yang berusia 28-35 tahun dengan frekuensi sebanyak 36 responden atau sebesar 42%, berjenis kelamin laki-laki dengan frekuensi sebanyak 54

responden atau sebesar 64%, pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan frekuensi sebanyak 65 responden atau sebesar 76%, dan memiliki pekerjaan menjadi karyawan swasta dengan frekuensi sebanyak 50 responden atau sebesar 59%

Penjelasan atas output dari analisis statistik diketahui bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis di atas, variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru yang ditunjukkan oleh nilai uji F, nilai Fhitung (2.510) > Ftabel (0.785), maka disimpulkan bahwa pengaruh simultan dari seluruh variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru. Keberhasilan suatu organisasi bukan saja terletak pada banyaknya konsumen (pelanggan) yang diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankannya agar tetap loyal kepada organisasi dan tidak ingin pindah ke organisasi lainnya. Apabila konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, maka konsumen akan datang kembali menggunakan jasa tersebut, sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, maka konsumen tersebut tidak akan datang kembali, bahkan akan beralih ke jasa di tempat lain.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, hasil uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel bebas bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel bebas terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru, dikarenakan thitung untuk semua variabel bebas > ttabel. Variabel *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) mampu meningkatkan kepuasan konsumen pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh yakni terhadap 10 pernyataan variabel bebas menyatakan bahwa mayoritas menyatakan Sangat Setuju terhadap variabel kualitas pelayanan seperti *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5). Hasil ini berdasarkan indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Indikator dari kualitas pelayanan yang digunakan mampu

meningkatkan kepuasan konsumen dan didukung berdasarkan hasil penelitian oleh Jarot Prianggono (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Polres Balikpapan menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen.

3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh analisis bahwa variabel bebas yang memiliki *Standardized Coefficients Beta* yang paling bebas adalah variabel *realibility* dengan nilai beta sebesar 0.354, dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan lainnya yakni *tangible*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hadi Wijono dan Anton Hari Wibowo (2017), dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Polres Situbondo dan Jarot Prianggono (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Polres Balikpapan yang menyatakan bahwa variabel *realibility* berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan konsumen.

## PENUTUP

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru, maka dapat disimpulkan (1) Terdapat pengaruh variabel *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru., (2) Terdapat pengaruh variabel *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru dan (3) Variabel yang paling berpengaruh paling dominan yaitu variabel *realibility* (X2).

Adapun saran dari penulis, antara lain (1) Pihak Bengkel Sinar Terang Banjarbaru hendaknya memberikan pengarahannya atas keunggulan produk/jasa yang ditawarkan, melayani nasabah tanpa kesalahan, dan karyawan dalam melayani tidak membedakan konsumen yang datang, (2) Karyawan Bengkel Sinar Terang Banjarbaru harus ramah dan komunikatif dalam melayani konsumen, memberikan suguhan berupa permen,

menangani masalah yang disampaikan konsumen dengan cepat dan senantiasa memberikan senyum, salam dan sapa, (3) Kualitas pelayanan yang ada pada Bengkel Sinar Terang Banjarbaru harus ditingkatkan lagi, agar faktor-faktor ini dapat berperan secara optimal dalam meningkatkan kepuasan konsumen sehingga konsumen menjadi loyal kepada institusi / organisasi ini dan (4) Disarankan juga kepada peneliti selanjutnya agar menambah variabel lain untuk membuktikan konsistensi hasil penelitian dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara representatif dan mampu memprediksi kepuasan konsumen dengan lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, & Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Indeks Gramedia.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Pusaka Baru.
- Cockrill, A., & Guston, M. M. (2018). Perceived Price and Price Decay. *Journal of Product and Brand Management, Volume 19*, 367-374.
- Ghazali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ibrahim, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Latan, H. (2018). *Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi Menggunakan IBM SPSS 25.0*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Moleong, L. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Penerbit PT Remaja Rosda Karya.
- Priyatno, D. (2018). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gaya Media.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi Pusaka.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran, Edisi 5*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.