

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA BENGKEL SEHAT CABANG GAHARU MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Program Studi Manajemen*

OLEH:

MASTANI
NPM. 1205160371



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSTRAK

Mastani. NPM. 1205160371. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan. 2017.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut. Pendekatan yang digunakan asosiatif yaitu pendekatan analisis hubungan atau pengaruh antara variabel satu dengan yang lain. Penelitian ini mempunyai tingkatan yang tinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komperatif karena dengan penelitian ini dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramal dan mengontrol suatu gejala.

Dalam penelitian ini populasi adalah konsumen Bengkel Sehat Cabang Gaharu dengan jumlah yang tidak diketahui. Adapun sampel yang digunakan adalah sebanyak 50 Konsumen yang menggunakan jasa bengkel sehat cabang gaharu.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa Berdasarkan hasil pengujian pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh $t_{hitung} (7,025) > t_{tabel} (2,011)$, dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai 7,025 lebih besar dari 2,011 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima (H_0 ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 49,537 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} 3,195 dengan signifikan 0,05. Dengan demikian $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yakni $49,537 \geq 3,195$, Nilai 49,537 lebih besar dari 3,195 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum wr. wb.

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini di ajukan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan”**. Penulis menyadari bahwa sesungguhnya penulis dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bimbingan dan nasehat serta pengarahan pihak-pihak terkait dan mungkin dalam penyajiannya masih jauh dari kesempurnaan karena mungkin kiranya masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis menerima masukan baik saran maupun kritik demi sempurnanya skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan, yakni kepada :

1. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Ilmaldin dan Ibunda tercinta Mulyani, yang telah memberikan doa, kekuatan moral dan materi, membimbing, serta mendukung saya dalam menjalani pendidikan dan kehidupan dari masa kecil hingga sekarang.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Zulaspan Tupti, SE M .Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Januri, SE, MM, M,Si, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ade Gunawan, SE, M.Si, selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Jufrizen, SE, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Hj. Dewi Andriany, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan ikhlas telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengaruh kepada saya demi selesainya skripsi ini.
9. Bapak/Ibu Dosen Program S1 Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan.
10. Seluruh staf dan karyawan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara telah memberikan dukungan dan kerjasama kepada penulis selama melaksanakan riset untuk skripsi.

Semoga Allah SWT memberikan imbalan dan pahala atas kemurahan hati dan bantuan pihak-pihak yang terkait tersebut.

Akhir kata penulis berhsrsp semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya pada diri penulis, dan apabila dalam penulisan terdapat kata-

kata yang kurang berkenan, penulis mohon maaf sebesar-besarnya. Semoga kita semua senantiasa dilindungi dan diberikan berkah serta rahmat oleh sang Maha Pencipta. Amiin ya rabbal'amin.

Wassalamualaikum wr. Wb.

Medan, April 2017

Penulis

MASTANI

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Uraian Teori.....	8
1. Kualitas Pelayanan	8
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	8
b. Indikator Kualitas Pelayanan.....	10
2. Kepuasan Pelanggan.....	11
a. Pengertian kepuasan pelanggan.....	11
b. Metode- Metode Pengukuran Kupuasan Pelanggan.....	13
B. Kerangka Konseptual	16
C. Hipotesis	17

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	19
	A. Pendekatan Penelitian.....	19
	B. Definisi Operasional.....	19
	C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
	D. Populasi Dan Sampel.....	22
	E. Teknik Pengumpulan Data	24
	F. Teknik Analisis Data	27
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
	A. Hasil Penelitian.....	28
	1. Deskripsi Data	28
	2. Asumsi Klasik.....	37
	3. Regresi Linier Berganda.....	39
	4. Uji Hipotesis	40
	5. Koefisien Determinasi	42
	B. Pembahasan	43
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
	A. Kesimpulan	45
	B. Saran	45

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1. Indikator Kinerja.....	23
Tabel III.2. Indikator Disiplin Kerja.....	23
Tabel III.3. Indikator Motivasi Kerja	24
Tabel III.4. Waktu Penelitian.....	24
Tabel III.5. Jumlah Populasi.....	25
Tabel III.6. Skala Likert.....	26
Tabel IV.1. Skala Pengukuran Likert	28
Tabel IV.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel IV.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel IV.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	30
Tabel IV.5. Skor Angket untuk Variabel Kinerja karyawan (Y).....	30
Tabel IV.6. Skor Angket untuk Variabel Disiplin kerja (X_1).....	32
Tabel IV.7. Skor Angket untuk Variabel Motivasi kerja (X_2).....	37
Tabel IV.8. Uji Multikolinearitas	38
Tabel IV.9. Hasil Regresi Linier Berganda	40
Tabel IV.10. Uji t Variabel X_1 terhadap Y	41
Tabel IV.11. Uji t Variabel X_2 terhadap Y	42
Tabel IV.12. Uji F.....	43
Tabel IV.13. Uji Determinasi	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar III.1. Kriteria Pengujian Hipotesis	33
Gambar III.2. Kriteria Pengujian Hipotesis	34
Gambar IV.1. Grafik Normalitas Data	41
Gambar IV.2. Pengujian Heteroskedastisitas	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis saat ini semakin pesat terutama dibidang jasa perbengkelan yang tumbuh sangat cepat dan dimana- mana sehingga membuat perusahaan harus meningkatkan aspek di segala bidangnya. Tjiptono (2005, hal. 166) menyebutkan terciptanya kepuasan pelanggan dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan, memberikan dampak yang baik untuk terjadinya pembelian ulang dan terwujudnya loyalitas pelanggan dan terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Bengkel adalah usaha yang didirikan dengan tujuan menerima jasa perawatan dan perbaikan kendaraan (effendi, 2009). Jasa dapat diartikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa layanan pada bengkel tidak hanya dituntut untuk memenuhi pelayanan dengan baik, akan tetapi juga harus mampu bersaing dan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik demi mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif. Perusahaan menyediakan berbagai pelayanan diantaranya meliputi service mobil, penjualan *spare-part*, pelayanan jasa bengkel dan perangkat lain yang ada diperusahaan tersebut. Pelayanan yang diberikan oleh

perusahaan adalah untuk membangun dan mempererat hubungan baik dengan pelanggan.

Kunci sukses agar pelanggan memilih jasa layanan bengkel adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan tersebut dapat dicapai melalui pemberian layanan dan dukungan yang optimal itu dapat diberikan kepada pelanggan melalui pemberian layanan yang cepat sehingga pelanggan tidak perlu menunggu lama di bengkel, keramahan karyawan dalam melayani pelanggan, dan pemberian saran-saran perawatan mesin kepada pelanggan.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan seorang pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dimulai dari konsumen dan berakhir pada konsumen, artinya spesifikasi kualitas pelayanan harus diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen dan penilaian akhir diberikan oleh konsumen melalui informasi umpan balik yang diterima oleh perusahaan (Purnama, 2006, hal 39). Pelayanan menyiratkan hubungan dua pihak yang terlibat secara langsung dalam kegiatan perusahaan. Pihak pertama adalah pihak yang memberikan pelayanan dalam hal ini perusahaan, sedangkan pihak kedua adalah orang yang meminta atau mendapatkan pelayanan.

Sedangkan menurut tjiptono (2008, hal. 24) pelayanan adalah suatu tindakan dari suatu pihak kepihak lain dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak yang lain tersebut dalam pembelian produk. Dengan demikian pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain yang disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.

Kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja (*perceived performance*) produk dalam memberikan nilai dalam hitungan relative terhadap pembelian. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli merasa tidak puas. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pembelinya merasa puas, bila kinerja melebihi harapan maka pembelinya akan merasa amat gembira (Kotler & Amstrong 2009, hal. 10)

Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa otomotif serta jual beli *spare-part*, yang dalam aktivitas sehari-hari untuk mencapai tujuan selalu melayani para pelanggan, oleh karena itu perusahaan harus mempunyai system pelayanan yang cepat dan tepat. Hal ini juga didorong oleh persaingan yang semakin ketat pada perusahaan jasa jenis ini. Dengan banyaknya perusahaan jasa perbengkelan yang ada di Indonesia, maka pelanggan akan lebih selektif dalam menentukan tempat ia melakukan perawatan terhadap kendaraan yang digunakannya sebagai alat transportasi. Keputusan pelanggan dalam menentukan atau tempat melakukan perawatan kendaraan tertentu bukanlah hal yang begitu saja terjadi. Banyaknya pertimbangan yang dilakukan pelanggan sebelum memutuskan untuk memilih bengkel misalnya, kualitas pelayanannya, harga, dan hasil yang maksimal sesuai dengan harapannya.

Pentingnya kualitas pelayanan yang baik dan cepat terhadap kepuasan pelanggan diperkuat oleh pendapat para ahli diantaranya Tjiptono (2008, hal. 43) yang mengataka bahwa,”perusahaan yang gagal memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalah yang lebih kompleks lagi dikarenakan dampak *bad word of mouth* (kesan yang buruk pelanggan pada perusahaan). Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain”.

Berdasarkan penelitian awal yang penulis lakukan pada beberapa pelanggan Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan sebgai berikut:

Table I.I
Kualitas Pelayanan
(Dalam Persen %)

No	Pernyataan	Tanggapan
1	Kecepatan waktu pelayanan yang diberikan perusahaan	25%
2	Kewajaran besarnya biaya pelayanan	13%
3	Jelaskan rincian biaya	16%
4	Keahlian petugas melakukan pelayanan	24%
5	Kepuasan pelanggan dalam menyampaikan masukan dan saran ataupun komplain dengan baik	22%
	Total	100%

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang kualitas jasa khususnya kualitas pelayanan jasa dengan judul **”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan”**

B. Identifikasi Masalah

Adapun masalah-masalah dari fenomena di atas adalah:

1. Masih ada beberapa karyawan yang kurang ramah dalam melayani pelanggan, sehingga pelanggan merasa kurang puas.

2. Pelanggan merasa perusahaan sangat lambat dalam melakukan jasa pelayanan perbaikan dan *service*.
3. Tanggapan terhadap pengaduan yang sangat lambat.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun dalam penelitian ini penulis hanya membatasi penelitian ini pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang ada pada Bengkel Sehat Cabang Gaharu.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian yang akan peneliti lakukan ini adalah:

- a. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian



Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis

Manfaat yang dapat di ambil bagi penulis dari penulisan ilmiah ini adalah penulis dapat mengetahui hasil opini publik terhadap pelayanan yang diberikan Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan.

b. Bagi Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan

Penulisan ilmiah ini diharapkan menjadi pedoman atau sebagai bahan evaluasi bagi manajemen agar dapat dijadikan masukan dan dasar dalam melakukan perbaikan-perbaikan pelayanan demi kepuasan masyarakat.

b. Bagi Akademisi

Penulisan ilmiah ini diharapkan menjadi suatu bahan pustaka, referensi, serta dapat membantu pembaca, khususnya mahasiswa/i yang mempunyai minat untuk meneliti tingkat pelayanan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Uraian Teori

1. Kualitas Pelayanan

1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategic perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh dan berkembang.

Menurut Syahfruddin (2011, hal. 59) “kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan. “pelayan yang terbaik kepada pelanggan dan tingkat kualitas dapat tercapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan eksternal. Kualitas pelayanan memang memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan.

Menurut Abdullah & Tantri (2012, hal.44) mengatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diinginkan maupun yang bersifat. Kunci dari keunggulan bersaing yang terus menerus terletak pada penyampaian kualitas pelayanan yang tinggi, yang pada gilirannya akan berakibat pada kepuasan pelanggan.

Sedangkan menurut lupiyoadi (2013, hal 216) menyatakan bahwa: “kualitas pelayan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayan kepada pelanggan sesuai dengan harapan atau melebihinya sehingga membuat pelanggan merasa puas.”

Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang ada pada hakikatnya bersifat *tangibels* (tidak teraba), yang merupakan pemenuhan kebutuhan yang tidak harus terikat pada penjualan produk lainnya.

Kotler (2008, hal. 26) mengemukakan: “kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.”

Tjiptono (2012 hal. 77) mengemukakan: “kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.”

Dari definisi di atas dapat dilihat bahwa pelayanan adalah suatu bentuk aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun namun ada harapan dari perusahaan agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat memberikan keuntungan sendiri sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang memberikan kepuasan bagi para pengguna jasa dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun namun ada harapan dari perusahaan agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat memberikan keuntungan sendiri sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang memberikan bagi para pengguna jasa.

1.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang diberikan hendaknya pelayanan yang dapat memberikan rasa puas bagi sipenerima layanan tersebut dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tersebut dituntut untuk selalu disempurnakan dan ditingkatkan baik mutu ataupun kualitasnya pada masa yang akan datang.

Menurut Lupiyoadi & Chandra (2012, hal. 75) mengatakan bahwa dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang sering dijadikan acuan adalah:

1. *Reliabilitas*, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Contohnya, dokter mampu mendiagnosis penyakit dengan akurat.
2. *Responsivitas*, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Contoh, sistem reservasi dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.
3. Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan: bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan. Contohnya: mekanik dibengkel yang berpengalaman dan berpengalaman luas.
4. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas individual para pelanggan. Contoh, seorang dokter mengenal pasiennya dengan baik, mengingat masalah (penyakit, keluhan, dan sejenisnya) sebelumnya, dan bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.

5. Bukti fisik (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi. Contoh, fasilitas reparasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang *representative*.

2. Kepuasan Pelanggan

2.1 Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikearenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Sementara itu, ketidakpuasan pelanggan memunculkan sejumlah resiko, seperti boikot atau protes dari lembaga konsumen, *komplain* pelanggan, intervensi pemerintah, reaksi pesaing, dan masuknya produk substitusi baru ke pasar. Ketidakpuasan pelanggan sesungguhnya bisa membuat perusahaan mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kelemahan produk atau jasa yang tidak mampu memenuhi standar konsumen dan pemerintah. *Modifikasi* bisa dilakukan untuk memperbaiki kinerja produk dan jasa, sehingga masalah serupa tidak bakal terulang dimasa datang. Sementara kepuasan pelanggan bisa membantu perusahaan dalam memperkokoh posisi bersaing produknya melalui segmentasi.

Banyak pakar yang memberikan definisi tentang kepuasan pelanggan Menurut Kotler dan Armstrong (2011 hal 10) menyatakan “Kepuasan pelanggan merupakan tindakan dimana anggapan kinerja produk akan sesuai dengan

harapan seorang pembeli. Bila kinerja produk jauh semakin rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya merasa puas atau merasa senang”

Sementara itu Menurut Tjiptono (2006, hal. 164) menyatakan “kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang di pilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ke tidak puasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan” .

Berdasarkan definisi di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sikap keseluruhan terhadap suatu barang dan produk setelah perolehan dan pemakaian. Walaupun pengertian kepuasan yang di berikan berbeda-beda, namun secara garis besar kepausan merupakan tujuan bagi perusahaan. Dengan terpenuhinya kepuasan pelanggan maka perusahaan akan terus tumbuh dan berkembang.

2.2 Metode- Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Terdapat banyak cara untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa. Menurut Tjiptono (2006: Hal:148) mengemukakan ada 4 (empat) metode untuk mengukur kepuasan pelanggan:

1. Sistem keluhan dan saran pelanggan

Strategi perusahaan yang berorientasi terhadap pelanggan perlu memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi pelanggan. Adapun metode yang digunakan biasanya merupakan kotak saran yang bisa dikirim melalui via pos atau menyediakan saluran telepon khusus (*costumer online*). Survey kepuasan pelanggan.

Umumnya banyak penelitian tentang kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survey, baik melalui pos, telepon, maupun dengan wawancara

pribadi. Pengukuran pelanggan dengan metode ini dapat dilakukan dengan cara, diantaranya:

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dengan cara ini dilakukan langsung melalui menanyakan beberapa pertanyaan kepada konsumen tentang tingkat kepuasan terhadap suatu produk/jasa.

b. *Derived dissatisfaction*

Merupakan 2 (dua) pertanyaan yang menyangkut 2 (dua) hal utama yakni, besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. *Problem analysis*

Pelanggan yang menjadi responden diminta untuk mengungkapkan 2 (dua) hal pokok: pertama, masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance performance analysis*

Responden diminta untuk merangkai beberapa atribut, selain itu responden juga diminta untuk merangkai seberapa baik kinerja dari atribut tertentu.

e. *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli, memanfaatkan potensi produk, produk perusahaan atau pesaing lalu mereka menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan atau pesaing.

f. *Lost customer analysis*

Dalam metode ini perusahaan berupaya menghubungi para pelanggannya yang telah beralih ke perusahaan lain. Diharapkan dari hal ini akan memperoleh informasi penyebab hak tersebut dan akhirnya perusahaan akan mengevaluasi segala kekuarangan dan memperbaikinya.

2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (1997) dimensi kualitas pelayanan merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*), dengan harapan para pelanggan atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (*expected service*). Kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari 19 jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2000). Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Kotler (1997: 53) menentukan lima dimensi kualitas pelayanan meliputi: tangibles (bukti langsung), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan) dan empathy (empati).

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan (customer) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000: 52). Sedangkan Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Berdasarkan hal di atas pelayanan merupakan hal yang paling penting, karena apabila pelayanan yang diberikan sangat baik otomatis akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Dan menurut Oliver dalam (J. Suprpto,

2001:233) kepuasan pelayanan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya”.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat karena penilaian dari kepuasan pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan yang pada dasarnya mencakup harapan dan hasil yang dirasakan.

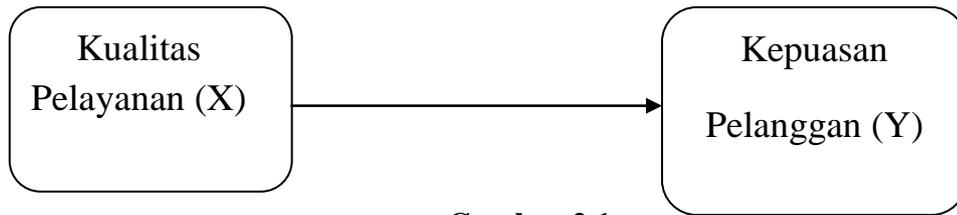
B. Kerangka Konseptual.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik yang diberikan perusahaan akan mempunyai dampak positif dengan kepuasan pelanggan, sebab pelanggan merasa harapan yang diinginkan dapat di realisasi kan dengan baik oleh perusahaan. Oleh karena itu jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memiliki kualitas yang baik maka kepuasan pelanggan dapat dicapai.

Menurut Hasan (2013, hal. 126) menjelaskan bahwa:” kualitas pelayanan dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan penguasaan pasar, dan mengarahkan/memimpin pelanggan kearah kesetiaan.” Menurut Aryani dan Rosinta (2010) menyampaikan bahwa: “ hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variable kualitas pelayanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI”

Diduga kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap **kepuasan pelanggan di Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan.**



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang harus diuji kebenarannya atas suatu penelitian yang dilakukan agar dapat mempermudah dalam menganalisisnya. Dari kerangka konseptual yang diuraikan di atas, maka hipotesis yang ada adalah:

1. Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut. Pendekatan yang digunakan asosiatif yaitu pendekatan analisis hubungan atau pengaruh antara variable satu dengan yang lain. Penelitian ini mempunyai tingkatan yang tinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komperatif karena dengan penelitian ini dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramal dan mengontrol suatu gejala. Menurut Sugiyon, (2003, hal. 14) terdapat beberapa jenis penelitian antara lain: penelitian kuantitatif, adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Penelitian kualitatif dan data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema dan gambar. Berdasarkan teori tersebut, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, kuantitatif data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian di interprestasikan. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara variable Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi variable Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk melihat sejauh mana variasi dari suatu faktor berkaitan dengan variasi faktor lainnya. Variable yang terlibat dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan sebagai variable independen dan Kepuasan Pelanggan sebagai variable dependen. Definisi operasional

variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan beberapa besar manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dari pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya.

Tabel III.1
Indikator Kualitas Pelayanan (X)

Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan	1. Reliabilitas
	2. Responsivitas
	3. Jaminan (assurance)
	4. Empati (emphathy)
	5. Bukti Fisik (tangibles)

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan (Y) merupakan perasaan senang atas tindakan yang diberikan dan berharap untuk mencoba kembali.

Tabel III. 2
Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Indikator
Kepuasan Pelanggan	1. Bukti Langsung
	2. Kehandalan
	3. Daya Tanggap
	4. Jaminan
	5. Empati

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan.

Jl. Gaharu No.12 Medan.

a. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini Direncanakan Januari sampai dengan April 2017.

Tabel III.2
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra riset/Penelitian		■														
2	Pengajuan Judul			■													
3	Penulisan Proposal			■	■												
4	Seminar Proposal					■											
5	Pengumpulan data						■	■	■	■							
6	Penulisan Skripsi									■	■	■	■				
7	Bimbingan Skripsi												■	■	■	■	
8	Sidang Meja Hijau																■

D. Populasi dan sampel penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008, hal 57), Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi adalah konsumen Bengkel Sehat Cabang Gaharu dengan jumlah yang tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2007, hal. 73) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ditunjukan kepada pelanggan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Di dalam penelitian ini skala angket yang digunakan adalah skala likert dengan bentuk checklist. Menurut Sugiyono (2012, hal. 132) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan. Dimana setiap opsi pertanyaan mempunyai lima opsi jawaban yaitu:

Tabel III.4
Tabel Skala Likert's

Pertanyaan	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Menurut sugiyono (2007, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini, penulis menggunakan *quota sampling*. *Quota sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri – ciri sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2008, hal. 62). Adapun sampel yang digunakan adalah sebanyak 50 Konsumen yang menggunakan jasa bengkel sehat cabang gaharu.

E. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang langsung diperoleh penulis dari sumbernya.

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Kuesioner yang telah dibuat kemudian disebarakan kepada konsumen yang menggunakan jasa bengkel sehat cabang gaharu yang menjadi sampel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden konsisten saat diajukan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda.

Guna mendapat data dalam membahas proposal skripsi ini penulis melakukan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

1. Angket (kuesioner).

Yaitu berupa daftar pertanyaan kepada objek yang diteliti dengan menggunakan *skala likert* dengan bentuk checklist dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi sebagai berikut:

Tabel III.3
Skala Likert

Pertanyaan	Bobot
1. Sangat Setuju (SS)	5
2. Setuju (S)	4
3. Kurang Setuju (KS)	3
4. Tidak Setuju (TS)	2
5. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Selanjutnya angket yang disusun diuji kelayakannya melalui pengujian validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument (kuisisioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuisisioner benar-bener mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti.

Untuk mengukur validitas setiap butir pernyataan, maka digunakan teknik kolerasi product momen, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

(sugiono, 2007, hal. 182)

Dimana:

R_{xy} = besar korelasi antara kedua variabel X dan Y

n = banyaknya pasangan pengamatan

$\sum x$ = jumlah pengamatan X

$\sum y$ = jumlah pengamatan Y

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat pengamatan variabel X

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat pengamatan variabel Y

$(\sum x)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel X

$(\sum y)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel Y

$\sum xy$ = jumlah hasil kali variabel X dan Y dengan total skor X atau Y

ketentuan apakah ada suatu instrument valid atau tidak adalah melihat dari koeiesien korelasinya. Uji signifikan dilakukan membandingkan nilai r

hitung dengan r tabel dan nilai positif maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan adanya ketepatan data yang didapat dari waktu ke waktu. Reabilitas berkenaan dengan tingkat keandalan suatu instrument penelitian tersebut. Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrument atau indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Pengujian reability dilakukan dengan menggunakan Cronback alpha, dikatakan reliable bila hasil alpha > 0,6 dengan rumus alpha sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum ab^2}{\sigma i^2} \right]$$

Diminta:

r = reability instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir pertanyaan

σi^2 = varian total

Kriteria pengujiannya:

Jika nilai koefisien reliabilitas alpha > 0,6 maka reliabilitas cukup baik.

Jika nilai koefisien reliabilitas alpha < 0,6 maka reliabilitas kurang baik.

1. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut.

2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang digunakan dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik. Ada beberapa pengujian asumsi klasik tersebut yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot (Ghozali, 2005: 112). Pada grafik normal plot, dengan asumsi:

1. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau histogram nya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai toleransi dan lawannya dan variance

inflation factor (VIF), jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1 atau nilai lebih kecil dari 0,1, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada data yang akan di olah .

c. Uji heterokedastisitas

kriteria yang digunakan adalah jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi hetero kedadastitas. Sebaliknya jika terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar keatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi *heterokedastitas*.

3. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Sumber: Sugiyono (2007, hal. 211)

Di mana:

Y = kepuasan pelanggan

a = konstanta

b1 = besarnya koefisien regresi dari variabel X1

b2= besarnya koefisien regresi dari variabel X2

X1 = kualitas pelayanan

X2 = fasilitas

4. Uji Parsial (uji t)

Selanjutnya nilai perhitungan koefisien korelasi produk moment (r_{xy}) akan diuji tingkat signifikannya dengan uji "t"

$$t = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r_{xy})^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2007, hal. 184)

Diminta:

r_{xy} = koefisien xy yang ditentukan

n = jumlah sampel

t = t hitung yang selanjutnya di konsultasikan

Uji statistic t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel independen.

Adapun pengujiannya sebagai berikut:

H_0 ; = 0, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_a ; = maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

5. Uji pengaruh serempak (uji)

Uji-f statistic dilakukan untuk mempengaruhi apakah semua variabel bebas secara serempak mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel terikat. Menggunakan rumus statistic sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

(Sugiyono, 2007, hal. 191)

Keterangan:

R = koefesien korelasi berganda

K = jumlah variabel indenpenden (bebas)

N = jumlah sampel

R^2 = koefesien korelasi ganda yang yang telah ditemukan

Nilai F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} dengan bentuk kriteria pengujiannya sebagai berikut:

H_0 = tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

H_a = ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Keterangan:

F_{hitung} = hasil perhitungan kolerasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

F_{tabel} = nilai F dalam tabel berdasarkan n

Kriteria pengujian

- a. Tidak signifikan jika H_0 diterima dan H_a ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$
- b. Signifikan jika H_0 ditolak dan H_a diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

6. Koefesien Determinasi (D)

Untuk menguji koefesien determinasi (D) yaitu untuk mengetahui seberapa besar perentase yang dapat dijelaskan X dan variabel Y adalah:

$$D = r^2 \times 100\%$$

Sugoyono, 2010, hal. 184

Dimana:

d = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat untuk mengetahui penelitian dalam pengetahuan dan penganalisisan data penelitian dalam pengetahuan dan pengendalisan data penelitian menggunakan program computer yaitu SPSS (*Statistical Program For Social*).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 20 pernyataan untuk variabel X, dan 15 pertanyaan untuk variabel Y, di mana yang menjadi variabel X adalah kualitas pelayanan, yang menjadi variabel Y adalah kepuasan pelanggan. Angket yang diberikan ini diberikan kepada 50 responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan *skala Likert* berbentuk tabel ceklis.

Tabel IV.1

Skala Pengukuran Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Pada tabel di atas berlaku baik di dalam menghitung variabel X dan X yaitu variabel bebas (terdiri dari variabel, variabel kualitas pelayanan) maupun variabel Y yaitu variabel terikat (kepuasan pelanggan). Dengan demikian skor angket dimulai dari skor 5 sampai 1.

Data-data yang telah diperoleh dari angket akan disajikan dalam bentuk kuantitatif dengan responden sebanyak 50 orang. Adapun dari ke-50 responden tersebut identifikasi datanya disajikan penulis sebagai berikut.

Tabel IV.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	21	46.7	46.7	46.7
Perempuan	24	53.3	53.3	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: data diolah (2017)

Berdasarkan Tabel IV.2 di atas menunjukkan bahwa dari 50 responden terdapat 21 orang (46,7%) laki-laki, 24 orang (53,3%) perempuan.

Tabel IV.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-24 tahun	8	20.0	20.0	20.0
25-35 tahun	14	30.0	30.0	50.0
35-50 tahun	23	50.0	50.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: data diolah (2017)

Berdasarkan Tabel IV.3 di atas menunjukkan bahwa dari 50 responden terdapat 8 orang (20,0%) yang usianya 17-24 tahun, 14 orang (30,0%) yang usianya 25-35 tahun, serta 23 orang (50,0%) yang usianya 35-50 tahun.

Tabel IV.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	12	26.7	26.7	26.7
D1-D3	18	40.0	40.0	66.7
S1-S2	15	33.3	33.3	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: data diolah (2017)

Berdasarkan Tabel IV.4 di atas menunjukkan bahwa dari 50 responden terdapat 12 orang (26,7%) yang pendidikannya SMA, 18 orang (40,0%) yang pendidikannya D1-D3 tahun, serta 15 orang (33,3%) yang pendidikannya S1-S2 tahun.

a. Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel kepuasan pelanggan diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel IV.5

Skor Angket untuk Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

No.	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	26	52,00%	15	30,00%	6	12,00%	3	6,00%	0	0,00%	50	100%
2	27	54,00%	10	20,00%	11	22,00%	2	4,00%	0	0,00%	50	100%
3	26	52,00%	10	20,00%	11	22,00%	3	6,00%	0	0,00%	50	100%
4	31	62,00%	9	18,00%	7	14,00%	3	6,00%	0	0,00%	50	100%
5	26	52,00%	11	22,00%	11	22,00%	2	4,00%	0	0,00%	50	100%
6	33	66,00%	9	18,00%	7	14,00%	1	2,00%	0	0,00%	50	100%
7	23	46,00%	12	24,00%	9	18,00%	6	12,00%	0	0,00%	50	100%
8	33	66,00%	10	20,00%	7	14,00%	0	0,00%	0	0,00%	50	100%
9	26	52,00%	9	18,00%	12	24,00%	3	6,00%	0	0,00%	50	100%
10	16	32,00%	10	20,00%	22	44,00%	2	4,00%	0	0,00%	50	100%
11	35	70,00%	9	18,00%	4	8,00%	2	4,00%	0	0,00%	50	100%
12	23	46,00%	11	22,00%	12	24,00%	4	8,00%	0	0,00%	50	100%
13	32	64,00%	11	22,00%	6	12,00%	1	2,00%	0	0,00%	50	100%
14	18	36,00%	21	42,00%	9	18,00%	2	4,00%	0	0,00%	50	100%
15	29	58,00%	7	14,00%	12	24,00%	2	4,00%	0	0,00%	50	100%

Sumber: data diolah (2017)

1. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan membuat layanan keluhan berupa membuat kotak keluhan dan saran, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 52%.

2. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan selalu menanggapi saran dan keluhan yang disampaikan konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 54%.
3. Jawaban responden tentang tidak semua keluhan dan saran yang disampaikan konsumen selalu dilaksanakan oleh bengkel sehat cabang gaharu Medan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 52%.
4. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan selalu memperbaiki apabila terjadi kesalahan dan kekurangan dalam melayani konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 62%.
5. Jawaban responden tentang konsumen selalu mengeluh dan memberikan saran apabila bengkel sehat cabang gaharu Medan melakukan kesalahan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 52%.
6. Jawaban responden tentang saya merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh bengkel sehat cabang gaharu Medan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 66%.
7. Jawaban responden tentang saya merasa puas dengan keramahan pada karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 46%.

8. Jawaban responden tentang konsumen sangat puas dengan fasilitas yang disediakan oleh bengkel sehat cabang gaharu Medan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 66%.
9. Jawaban responden tentang saya merasa nyaman dengan kenyamanan yang diberikan oleh bengkel sehat cabang gaharu Medan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 52%.
10. Jawaban responden tentang saya merasa puas menggunakan jasa pada bengkel sehat cabang gaharu Medan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 3 (kurang setuju) sebesar 44%.
11. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan selalu mengadakan wawancara dengan konsumennya mengenai produk, dan pelayanan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 70%.
12. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan selalu menjaga konsumen agar tidak berpindah ke produk lain yang sejenis, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 46%.
13. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan selalu memberikan perhatian kepada konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 64%.
14. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan selalu memperhatikan konsumen yang mengalami kesulitan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 4 (setuju) sebesar 42%.

15. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan sangat menghargai setiap konsumen yang bertanya mengenai produknya., mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 58%.

c. Variabel Kualitas pelayanan (X)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel lokasi diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel IV.7**Skor Angket untuk Variabel Kualitas pelayanan (X)**

No.	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	16	32,00%	13	26,00%	15	30,00%	6	12,00%	0	0,00%	50	100%
2	18	36,00%	10	20,00%	19	38,00%	3	6,00%	0	0,00%	50	100%
3	16	32,00%	10	20,00%	18	36,00%	6	12,00%	0	0,00%	50	100%
4	20	40,00%	9	18,00%	16	32,00%	5	10,00%	0	0,00%	50	100%
5	19	38,00%	10	20,00%	18	36,00%	3	6,00%	0	0,00%	50	100%
6	18	36,00%	11	22,00%	17	34,00%	4	8,00%	0	0,00%	50	100%
7	15	30,00%	11	22,00%	17	34,00%	7	14,00%	0	0,00%	50	100%
8	23	46,00%	10	20,00%	14	28,00%	3	6,00%	0	0,00%	50	100%
9	14	28,00%	10	20,00%	20	40,00%	6	12,00%	0	0,00%	50	100%
10	17	34,00%	12	24,00%	18	36,00%	3	6,00%	0	0,00%	50	100%
11	21	42,00%	9	18,00%	14	28,00%	6	12,00%	0	0,00%	50	100%
12	17	34,00%	11	22,00%	19	38,00%	3	6,00%	0	0,00%	50	100%
13	16	32,00%	13	26,00%	15	30,00%	6	12,00%	0	0,00%	50	100%
14	21	42,00%	10	20,00%	16	32,00%	3	6,00%	0	0,00%	50	100%
15	15	30,00%	11	22,00%	19	38,00%	5	10,00%	0	0,00%	50	100%
16	17	34,00%	13	26,00%	14	28,00%	6	12,00%	0	0,00%	50	100%
17	14	28,00%	14	28,00%	19	38,00%	3	6,00%	0	0,00%	50	100%
18	16	32,00%	12	24,00%	17	34,00%	5	10,00%	0	0,00%	50	100%
19	20	40,00%	10	20,00%	16	32,00%	4	8,00%	0	0,00%	50	100%
20	19	38,00%	12	24,00%	17	34,00%	2	4,00%	0	0,00%	50	100%

Sumber: data diolah (2017)

1. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan menyediakan berbagai macam fasilitas yang lengkap, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 32%.
2. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan memiliki daerah yang strategi kota Medan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 3 (kurang setuju) sebesar 38%.
3. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan memiliki tempat yang nyaman, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 3 (kurang setuju) sebesar 36%.
4. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan memberikan pelayanan sesuai dengan harga yang ditetapkan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 40%.
5. Jawaban responden tentang karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan memiliki pengetahuan yang baik tentang pelayanan di bengkel sehat cabang gaharu Medan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 38%.
6. Jawaban responden tentang karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan tanggap dalam memenuhi permintaan konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 36%.
7. Jawaban responden tentang karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan memberikan pelayanan cepat terhadap konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 3 (kurang setuju) sebesar 34%.

8. Jawaban responden tentang ketika konsumen mengalami kesulitan karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan selalu tanggap terhadap konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 46%.
9. Jawaban responden tentang karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan memiliki sikap yang ramah dalam melayani konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 3 (kurang setuju) sebesar 40%.
10. Jawaban responden tentang karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan selalau menyapa konsumen dan bersikap sopan kepada konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 3 (kurang setuju) sebesar 36%.
11. Jawaban responden tentang karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan memahami akan kebutuhan konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 42%.
12. Jawaban responden tentang karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan mengutamakan kepentingan konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 3 (kurang setuju) sebesar 38%.
13. Jawaban responden tentang karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan selalu menjaga kebersihan dan kenyamanan keruangan, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 32%.
14. Jawaban responden tentang saya merasa nyaman dan aman berada di tempat tersebut, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 42%.

15. Jawaban responden tentang karyawan selalu sabar melayani konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 3 (kurang setuju) sebesar 38%.
16. Jawaban responden tentang karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan selalu responsif, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 34%.
17. Jawaban responden tentang karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan memberikan perhatian secara individual kepada konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 3 (kurang setuju) sebesar 38%.
18. Jawaban responden tentang karyawan bengkel sehat cabang gaharu Medan memiliki kesungguhan dalam memenuhi permintaan konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 3 (kurang setuju) sebesar 34%.
19. Jawaban responden tentang bengkel sehat cabang gaharu Medan memiliki jam buka sesuai dengan keinginan konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 40%.
20. Jawaban responden tentang bengkel memiliki garansi apabila tidak fasilitas tidak sesuai dengan harapan konsumen, mayoritas responden lebih banyak menjawab dengan skor 5 (sangat setuju) sebesar 38%.

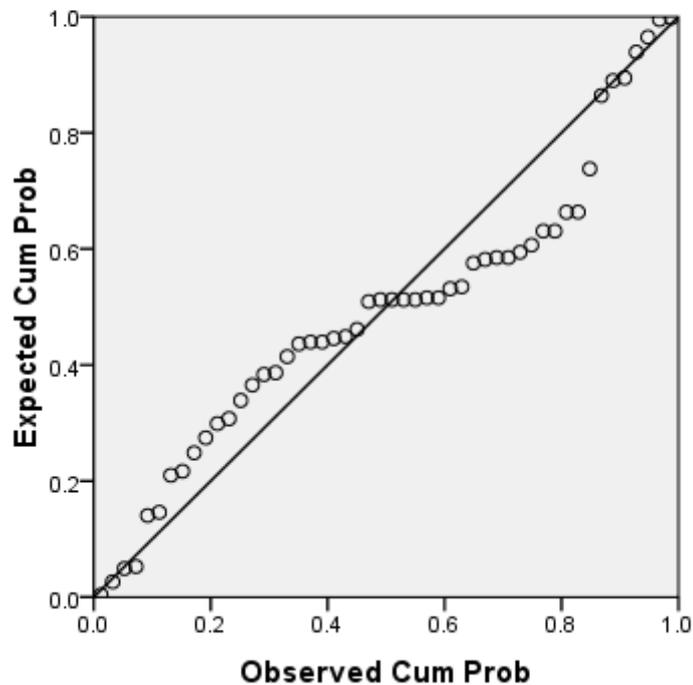
2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y (Kepuasan Pelanggan)



Gambar IV.1

Grafik Normalitas Data

Kriteria pengujian:

1. Data berdistribusi normal apabila sebaran data mengikuti garis diagonal.
2. Data berdistribusi normal apabila sebaran data mengikuti garis diagonal.

Pada pendekatan grafik, data berdistribusi normal apabila titik mengikuti data di sepanjang garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka ada gejala multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independennya.

Tabel IV.8
Uji Multikolinearitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

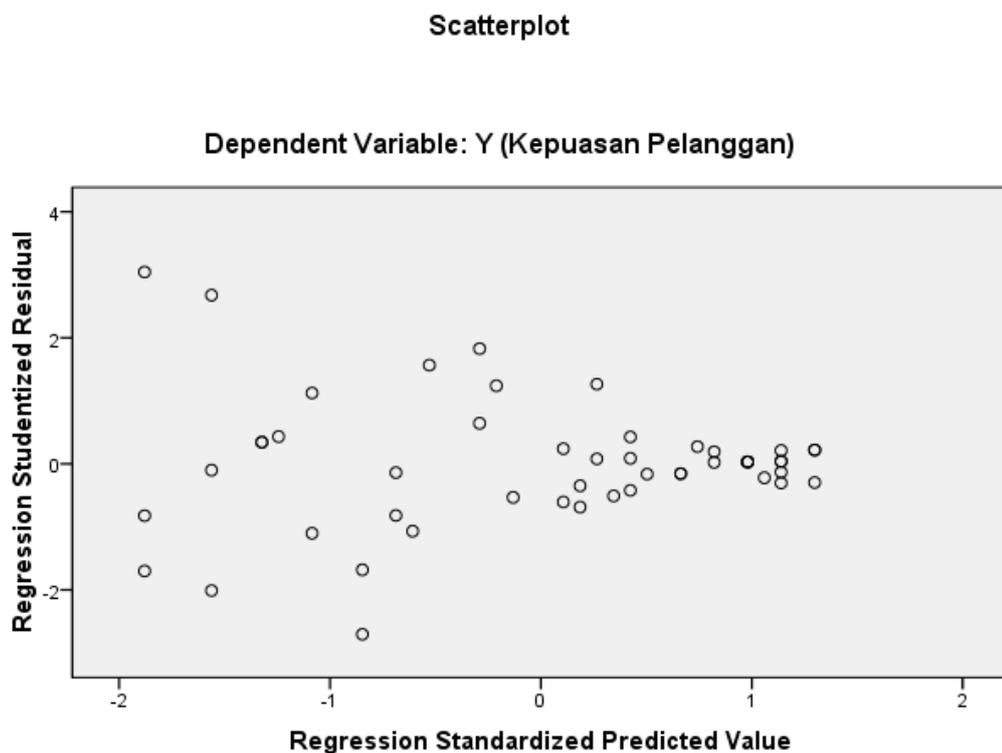
		X (Kualitas Pelayanan)	Y (Kepuasan Pelanggan)
N		50	50
Normal Parameters ^a	Mean	83.6600	65.9400
	Std. Deviation	12.59026	8.41866
Most Extreme Differences	Absolute	.122	.197
	Positive	.097	.141
	Negative	-.122	-.197
Kolmogorov-Smirnov Z		.865	1.391
Asymp. Sig. (2-tailed)		.442	.042
a. Test distribution is Normal.			

Kriteria pengujian:

1. Adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance < 0,10 atau nilai VIF > 0.
2. Tidak adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 0.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik. Pada analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas jika titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y.



Gambar IV.2

Pengujian Heteroskedastisitas

Gambar di atas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas

pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk variabel independen maupun variabel bebasnya.

3. Regresi Linier Berganda

Adapun hasil pengolahan data melalui SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel IV.9
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	26.109	5.732		4.555	.000		
X (Kualitas Pelayanan)	.476	.068	.712	7.025	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y (Kepuasan Pelanggan)

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2017)

Dari tabel di atas, maka model persamaan regresinya adalah:

$$Y = 26,109 + 0,476 X.$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X = Kualitas pelayanan

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa Koefisien kualitas pelayanan memberikan nilai sebesar 0,476 yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menjelaskan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan menggunakan program SPSS 16.0.

Tabel IV.11

Uji t Variabel X terhadap Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	26.109	5.732		4.555	.000		
X (Kualitas Pelayanan)	.476	.068	.712	7.025	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y (Kepuasan Pelanggan)

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2017)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahui:

$$t_{hitung} = 7,025$$

$$t_{tabel} = 2,011$$

Kriteria pengambilan keputusan (Azuar Juliandi & Irfan, 2013, hal. 39):

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh $t_{hitung} (7,025) > t_{tabel} (2,011)$, dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai 7,025 lebih besar dari 2,011 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_0 diterima). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji F

Tabel IV.12

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1760.611	1	1760.611	49.357	.000 ^a
	Residual	1712.209	48	35.671		
	Total	3472.820	49			

a. Predictors: (Constant), X (Kualitas Pelayanan)

b. Dependent Variable: Y (Kepuasan Pelanggan)

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2017)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahui:

$$F_{hitung} = 49,537$$

$$F_{tabel} = 3,195$$

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 49,537 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} 3,195 dengan signifikan 0,05. Dengan demikian $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yakni $49,537 \geq 3,195$, Nilai 49,537 lebih besar dari 3,195 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besar yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.13

Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.712 ^a	.507	.497	5.97252	1.800

a. Predictors: (Constant), X (Kualitas Pelayanan)

b. Dependent Variable: Y (Kepuasan Pelanggan)

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2017)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,507. Hal ini berarti 50,7% variasi variabel kepuasan pelanggan (Y) ditentukan oleh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X). Sedangkan sisanya 48,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Pembahasan

Dari hasil pengujian terlihat bahwa semua variabel bebas (kualitas pelayanan) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). Hasil rinci analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh $t_{hitung} (7,025) > t_{tabel} (2,011)$, dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai 7,025 lebih besar dari 2,011 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima (H_0 ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Edi Mugijanto (2009), menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Ance You (2013), “menyatakan bahwa secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), artinya bahwa ada pengaruh atau hubungan yang searah antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara nyata.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian, analisis data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh $t_{hitung} (7,025) > t_{tabel} (2,011)$, dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai 7,025 lebih besar dari 2,011 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima (H_0 ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 49,537 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} 3,195 dengan signifikan 0,05. Dengan demikian $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yakni $49,537 \geq 3,195$, Nilai 49,537 lebih besar dari 3,195 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran

Dari hasil penelitian, analisis data, pembahasan dan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan meningkatkan dengan cara

memperkenalkan keunggulan Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan saat ini.

2. Sebaiknya Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.
3. Sebaiknya Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga kepuasan pelanggan pada Bengkel Sehat Cabang Gaharu Medan semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, Gregorius Chandra (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi II. Yogyakarta: ANDI.
- Ferdinand, Agusty Tae. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi II. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Bareta, Atep Adya 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Gramdia.
- Basu Swastha dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Sugiyono (2008) *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*