

**PENGARUH *RELIABILITY*, *ASSURANCE*, DAN
RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BENGKEL KP & *ACESSORIES* MOTOR**

SKRIPSI

**DWI SURANTO
NIM: 17612162**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2022**

**PENGARUH *RELIABILITY*, *ASSURANCE*, DAN
RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BENGKEL KP & *ACESSORIES* MOTOR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

OLEH

**DWI SURANTO
NIM: 17612001**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2022**

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *RELIABILITY*, *ASSURANCE*, DAN *RESPONSIVENESS*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL KP &
***ACESSORIES* MOTOR**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh :

Nama : DWI SURANTO
NIM : 17612162

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,

Betty Leindarita, S.E., M.M
NIDN. 1030087301/Asisten Ahli

Tubel Agusven, S.T., M.M
NIDN. 1017087601/Lektor

Mengetahui,
Ketua Program Studi,

Dwi Septi Haryani, ST., M.M
NIDN.1002078602/Lektor

Skripsi Berjudul

**PENGARUH *RELIABILITY*, *ASSURANCE*, DAN *RESPONSIVENESS*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL KP &
ACESSORIES MOTOR**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : DWI SURANTO
NIM : 17612162

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Dua Puluh Dua
November Tahun Dua Ribu Dua Puluh Satu Dan Dinyatakan
Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,

Sekretaris,

Raja Hardiansyah, S.E., M.E
NIDN. 8818010016/Lektor

Imran Ilvas, M.M
NIDN. 1007036603/Lektor

Anggota,

Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M
NIDN. 1005108903/Asisten Ahli

Tanjungpinang, 22 November 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,
Ketua,

Charly Marlinda, SE. M. Ak. Ak. CA.
NIDN. 1029127801/Lektor

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DWI SURANTO
NIM : 17612162
Tahun Angkatan : 2017
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.20
Program Studi / Jenjang : Manajemen / Strata 1
Judul Skripsi : **PENGARUH *RELIABILITY*, *ASSURANCE*,
DAN *RESPONSIVENESS* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL KP &
ACESSORIES MOTOR**

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dalam skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap di proses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 22 November 2021

Penyusun

DWI SURANTO
NIM: 17612162

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kuucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepada-

Mu Ya Tuhan, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya. Yang selalu memberi semangat dan doa, sehingga skripsi saya ini dapat diselesaikan dengan baik.

Ayah dan Ibu

Kepada dua orang tua yang hebat dalam hidup ku, Ayahanda dan Ibunda yang membuat segala menjadi mungkin atas semua doanya kepada ananda

HALAMAN MOTTO

Barang siapa tiada memegang agama,
Sekali-kali tiada boleh dibilangkan nama.
Barang siapa mengenal yang empat,
Maka ia itulah orang yang ma'rifat
Barang siapa mengenal Allah,
Suruh dan tegahnya tiada ia menyalah.
Barang siapa mengenal diri,
Maka telah mengenal akan Tuhan yang bahri.
Barang siapa mengenal dunia,
Tahulah ia barang yang teperdaya.
Barang siapa mengenal akhirat,
Tahulah ia dunia mudarat.

(Gurindam Dua Belas Raja Ali Haji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *RELIABILITY, ASSURANCE, DAN RESPONSIVENESS* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL KP & *ACESSORIES MOTOR*”** ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu pada Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Dalam proses penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang selalu mendukung. Maka dengan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Ibu Charly Marlinda, SE. M. Ak. Ak. CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,
2. Ibu Ranti Utami, SE. M. Ak. Ak. CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, SE. Ak. M.Si. CA Selaku wakil ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Imran Ilyas, MM selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

5. Ibu Dwi Septi Haryani ST. MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Ibu Betty Leindarita, S.E., MM selaku dosen pembimbing I yang selalu membimbing saya dalam melakukan penelitian ini dari awal hingga akhir,
7. Bapak Tubel Agusven, S.T, MM selaku dosen pembimbing II yang selalu membimbing saya dalam menyusun skripsi ini dari awal hingga selesai sampai akhir,
8. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua.

Tanjungpinang, 22 November 2021

Penulis

DWI SURANTO
NIM: 17612162

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1. Kegunaan Teoritis	7
1.5.2. Kegunaan Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Tinjauan Teori	9
2.1.1. Pengertian Manajemen.....	9
2.1.1.1. Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.1.2. Unsur Strategi Pemasaran.....	9
2.1.2. Pelayanan	10

2.1.3.	<i>Reliability</i> (Keandalan)	11
2.1.3.1.	Indikator (Keandalan).....	12
2.1.4.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	13
2.1.4.1.	Indikator Assurance (Jaminan).....	13
2.1.5.	Responsiveness	14
2.1.5.1.	Pengertian Responsiveness	14
2.1.5.2.	Indikator Responsiveness.....	15
2.1.6.	Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.6.1.	Tipe Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.6.2.	Indikator Kepuasan.....	17
2.1.7.	Hubungan Antar Variabel	18
2.1.7.1.	Hubungan Variabel Keandalan (<i>Reliability</i>) Terhadap Kepuasan	18
2.1.7.2.	Hubungan Variabel Jaminan (<i>Assurance</i>) Terhadap Kepuasan	19
2.1.7.3.	Hubungan Variabel Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) Terhadap Kepuasan	19
2.2.	Kerangka Pemikiran	19
2.3.	Hipotesis Penelitian	20
2.4.	Penelitian Terdahulu.....	21
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1.	Jenis Penelitian	25
3.2.	Jenis Data	25
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	25
3.4.	Populasi dan Sampel	26
3.4.1.	Populasi.....	26
3.4.2.	Sampel.....	27
3.5.	Definisi Operasional Variabel	27
3.5.1.	Definisi Variabel Penelitian	27
3.5.2.	Operasional Variabel.....	28
3.6.	Teknik Pengelohan Data	30
3.7.	Teknik Analisis Data	31
3.7.1.	Metode Statistik Deskriptif	31

3.7.1.1. Uji Validitas.....	31
3.7.1.2. Uji Reliabilitas.....	32
3.7.2. Pengujian Asumsi Klasik.....	32
3.7.2.1. Uji Normalitas.....	32
3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas.....	33
3.7.2.3. Uji Multikolinieritas.....	33
3.7.2.4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.7.3. Pengujian Hipotesis.....	34
3.7.3.1. Uji – t (Parsial).....	34
3.7.3.2. Uji F (simultan).....	35
3.7.3.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Hasil Penelitian.....	36
4.1.1. Gambaran Umum Bengkel KP & <i>Acessories</i>	36
4.2. Gambaran Umum Responden.....	36
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	37
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.3. Deskripsi Variabel.....	39
4.3.1. Karakteristik Tanggapan Responden	39
4.3.2. Tanggapan Responden <i>Reliability</i>	39
4.3.3. Tanggapan Responden <i>Assurance</i>	42
4.3.4. Tanggapan Responden <i>Responsiveness</i>	43
4.3.5. Tanggapan Responden Kepuasan	45
4.4. Statistik Diskriptif	46
4.5. Uji Kualitas Data	47
4.5.1. Uji Validitas	47
4.5.2. Uji Reliabilitas	48
4.6. Uji Asumsi Klasik	48
4.6.1. Uji Normalitas.....	48
4.6.2. Uji Heteroskedastisitas.....	50

4.7.	Pengujian Hipotesis	52
4.8.	Pembahasan	56
4.8.1.	Pengaruh <i>Reliabilitas</i> Terhadap Kepuasan	57
4.8.2.	Pengaruh <i>Assurance</i> Terhadap Kepuasan	57
4.8.3.	Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Kepuasan	57
BAB V	PENUTUP	58
5.1.	Kesimpulan.....	58
5.2.	Saran	59
5.2.1.	Saran Untuk Bengkel KP & <i>accessories</i>	59
5.2.2.	Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	60
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
CURRICULUM VITAE		

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Pertumbuhan Pendapatan Bengkel	2
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 3.2	Skala Likert	31
Tabel 4.1	Proses Pengumpulan dan Pemilihan Sampel	38
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Umur	35
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Reliability	38
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Assurance	39
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Responsiveness	41
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Kepuasan	42
Tabel 4.9	Descriptive Statistics	43
Tabel 4.10	Pengujian Validitas	44
Tabel 4.11	Pengujian Realibilitas	45
Tabel 4.12	One Sample Kolmogrov Smirnov Test	47
Tabel 4.13	Heteroskedastisitas	48
Tabel 4.14	Multikolonieritas	48
Tabel 4.15	Uji Parsial (uji t)	49
Tabel 4.16	Uji Parsial (uji t)	50
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi Berganda	51
Tabel 4.18	Koefisien Determinasi	53

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Pelanggan yang Servis di Bengkel KP Acessoris.....	4
Gambar 1.2	Asesoris dan Pelalatan Pendukung Bengkel.....	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1	Kurva Histogram.....	46
Gambar 4.2	PP-Plot Normalitas	46
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	: Kuisisioner
Lampiran 2	: Tabel Jawaban Responden
Lampiran 3	: Hasil Pengujian SPSS
Lampiran 4	: Persentase Plagiat
Lampiran 5	: Surat Pernyataan Selesai Penelitian

ABSTRAK

PENGARUH *RELIABILITY*, *ASSURANCE*, DAN *RESPONSIVENESS* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL KP & *ACCESSORIES* MOTOR

Dwi Suranto. 17612162. Manajemen. STIE Pembangunan Tanjungpinang
edwisuranto@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *reliability*, *assurance*, dan *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan yang melakukan *service* kendaraannya di bengkel KP & *Accessories* di Simpang Lagoi Kabupaten Bintan.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Objek penelitian ini adalah masyarakat yang melakukan servis kendaraannya di bengkel KP & *Accessories* di Simpang Lagoi Kabupaten Bintan. Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 900 responden dengan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik sampling jenuh. Dimana responden mengisi kuesioner sebanyak 5 butir pernyataan yang berkaitan dengan variabel yang diukur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *reliability*, *assurance* dan *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang melakukan servis kendaraannya di Bengkel KP & *Accessories*. Karena jika reliabilitas, jaminan, dan daya tanggap sudah dipenuhi oleh petugas, maka secara langsung pelanggan akan puas terhadap pelayanan Bengkel KP & *Accessories*.

Dapat disimpulkan bahwa *reliability*, *assurance* dan *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang melakukan servis kendaraannya di Bengkel KP & *Accessories* dan masuk dalam dalam kategori baik.

Kata Kunci : *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness* dan Kepuasan Pelanggan

Dosen Pembimbing I : Betty Leindarita, S.E., M.M

Dosen Pembimbing II : Tubel Agusven, S.T., M.M

ABSTRACT

THE EFFECT OF RELIABILITY, ASSURANCE AND RESPONSIVENESS ON THE SATISFACTION OF PEOPLE AT BENGKEL KP & ACCESSORIES MOTOR

Dwi Suranto. 17612162. *Management*. STIE Pembangunan Tanjungpinang
dwisuranto@gmail.com

The aim of this research was to determine the effect of service reliability, assurance, and responsiveness on the satisfaction of people who serviced his vehicle at Bengkel KP & Accessories Motor at Simpang Lagoi, Kabupaten Bintan. The sample used in this study amounted to 900 respondents using non probability sampling with saturated sampling technique.

The research method used is descriptive quantitative and multiple linear regression analysis. The object of this research is the people who serviced his vehicle at Bengkel KP & Accessories Motor at Simpang Lagoi, Kabupaten Bintan. Data was collected in two different methods, called library research and field research. Where respondents filled out a questionnaire as many as 5 items related to the variable being measured.

The results of this research indicate that reliability, assurance, and responsiveness have an effect on the satisfaction of people who serviced his vehicle at Bengkel KP & Accessories. Because if the reliability, guarantee, and responsiveness have been fulfilled by the officers, then the customer will be directly satisfied with the services at Bengkel KP & Accessories Motor.

In conclusion, that reliability, assurance and responsiveness have a significant effect on the satisfaction of people who serviced his vehicle at Bengkel KP & Accessories Motor and counted as a good category.

Keywords : Reliability, Assurance, Responsiveness, and Satisfaction of People

Supervisor I : Betty Leindarita, S.E., M.M

Supervisor II : Tubel Agusven, S.T., M.M

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

AISI memprediksi volume penjualan motor tahun 2020 akan berkontraksi sebesar 40% dibandingkan tahun lalu, asosiasi tersebut memperkirakan maksimal volume penjualan motor domestik tahun ini berkisar 3,9 juta unit, jauh di bawah capaian tahun lalu yang mencapai 6,48 juta unit, di bulan Juli tahun 2020 misalnya penjualan motor nasional 292.205 unit jauh di bawah bulan Juli tahun 2019 yang sebanyak 526.652 unit. Sampai dengan tujuh bulan pertama tahun ini total penjualan motor mencapai 2,17 juta unit atau turun 42% secara tahunan. Namun berkaca dari perolehan penjualan bulan Juli tahun 2020, sebenarnya ada kenaikan dibandingkan bulan Juni tahun 2020 yang hanya 167.992 unit. (Satri, 2020).

Laju dunia otomotif sangat cepat, hampir produk-produk baru selalu dengan cepat selalu bermunculan untuk memuaskan konsumen, khususnya pada industri sepeda motor. Setiap produsen sepeda motor berinovasi menarik hari pelanggan untuk menjual produknya dan meningkatkan penguasaan pasar. Perekonomian Kepulauan Riau tahun 2019 tumbuh sebesar 4,89 persen, meningkat dibanding tahun 2018 yang tumbuh 4,58 %. Pertumbuhan ekonomi Kepri 2019 *cumulative to cumulative* industri pengolahan pertumbuhan sebesar 2.34 %, diikuti konstruksi 1.48 %, dan perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor 0.51 % (BPS Prov Kepri, 2019). Jika dilihat dari

persentase reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 0.51 % bisa dikatakan bahwa pengguna kendaraan di Provinsi Kepri semakin tahun bertambah.

Hal ini berdampak pada persaingan bisnis servis kendaraan khususnya kendaraan roda dua semakin ketat, hal ini berimplikasi pada bisnis bengkel sepeda motor. Bengkel-bengkel tersebut berbenah mencari kelebihan masing-masing untuk memuaskan konsumen. Rangkuti (2011), kepuasan konsumen merupakan tanggapan terhadap ketidaksamaan tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dapat teras setelah pemakaian. Ketidak puasanya para pelanggan menjadi permasalahan dalam penelitian ini, konsumen yang menggunakan jasa *service* kendaraanya di bengkel KP & *accessories* motor semakin lama semakin berkurang karena ketidak puasan dari hasil pekerjaan dan waktu pengerjaan, banyak pelanggan yang pindah ke bengkel lain yang semakin banyak bermunculan. Dapat dilihat dari gambar 1.1 pelanggan yang melakukan kunjungan dan service di bengkel KP & *accessories* motor

Gambar 1.1
Kunjungan dan Service Bengkel KP & Aecessories Motor



Sumber: Data Olah (2021)

Pada gambar 1.1 dapat dilihat bahwa dari bulan Januari sampai dengan Juni 2021 sebesar 850 pelanggan, sementara untuk kunjungan bengkel KP & *accessories* motor dari bulan Januari s/d Juni 2021 berjumlah 900 pelanggan.

Berkurangnya pelanggan-pelanggan yang biasanya melakukan servis bisa jadi karena kurang puas pelanggan terhadap bengkel sehingga dampaknya yang signifikan berpengaruh pada kurangnya pendapatan, seperti dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1
Tingkat Pertumbuhan dari Pendapatan
Bengkel KP & Accessories Motor Tahun 2018 – 2020

Tingkat Pertumbuhan		
2018	2019	2020
11.200.000	12.000.000	3.700.000
0.24%	0.071%	-0.692%
Rata-Rata		-0,125%

Sumber: Bengkel KP & *Accessories* Motor (2020)

Tabel 1.1 menunjukkan pertumbuhan dari pendapatan bengkel KP & *Accessories* motor dari tahun 2018 hingga 2019 mengalami kenaikan sebesar Rp. 800.000.- dan terjadi penurunan pendapatan pada tahun 2020 sebesar Rp.8.300.000. Dengan total keseluruhan pendapatan terhitung 2018 hingga 2021 sebesar Rp. 26.900.000.-, maka dapat diketahui total pendapatan perbulan bengkel KP & *Accessories* motor dari tahun 2018 hingga 2021 sebesar Rp. 750.000. per bulan dengan persentasi 0.24%, pada tahun 2019 sudah terjadi penurunan sebesar 0.071%, dan tahun 2020 bengkel KP & *accessories* motor mengalami penurunan yang signifikan yaitu sebesar -0.692%. Jika dilihat dari rata-rata pertumbuhan bengkel KP & *accessories* motor dilihat dari pendapatan pertahunnya yaitu - 0.125% artinya, bengkel KP & *accessories* motor masih kurang baik dilihat dari

pendapatan dan perlu dilakukan perubahan yang signifikan untuk dapat meningkatkan kembali pertumbuhan dan laju bengkel KP & *accessories* motor.

Kehandalan (*reliability*) menurut Tjiptono (2014) merupakan kemampuan dalam melayani dengan cepat, tepat, dan mampu memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan, menurut Rosalina dan Purnwati (2018) menyebutkan apakah kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggan telah sesuai dengan apa yang diharapkan dan mampu selalu dipercaya oleh konsumen tanpa adanya satu kesalahanpun. Kurangnya pendapatan tersebut ada pengaruhnya pada reliabilitas (*reliability*) kehandalan dalam pelayanan, dari observasi yang peneliti lihat dilapangan masih kurang kehandalan mutu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dapat dilihat pada gambar 1.2:

Gambar 1.2
Pelanggan yang Servis di Bengkel KP & *Accessories*



Sumber: Bengkel KP & *accessories* motor (2020)

Contoh pada pelayanan *service* kendaraan tidak dibedakan *service* berat dan *service* ringan, sebaiknya dipisahkan agar tidak terjadi antrian dan penumpukan menunggu lama, yang seharusnya bengkel KP & *accessories* motor

mempunyai kemampuan dalam mengatur sehingga layanan dapat dikontrol dengan baik.

Tidak ada *assurance* (jaminan) yang diberikan bengkel KP & *accessories* motor kepada pelanggan untuk *service* kendaraan yang kategori berat kapan selesainya hanya menggunakan perkiraan saja, karena kurang ketersediannya suku cadang yang tersedia. Untuk menimbulkan rasa yakin kepada konsumen diperlukan suku cadang yang lengkap serta pengetahuan baik pada kendaraan bermotor. Dapat dilihat pada gambar 1.3 bengkel menyediakan servis dan aksesoris untuk pelanggan.

Gambar 1.3
Asesoris dan Peralatan Pendukung Bengkel KP & accessories motor



Sumber: Bengkel KP & *accessories* motor (2020)

Bengkel KP & *accessories* motor didirikan pada tahun 2015 di simpang Lagoi Kabupaten Bintan. Sebanyak 60% konsumen berasal dari daerah sekitar bengkel KP & *accessories* motor sedangkan 40% dari luar simpang lagoi. Dari fenomena dan latar belakang diatas maka, penulis mengambil judul penelitian

“Pengaruh *Reliability*, *Assurance* dan *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel KP & *Acessories*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang masalah yang telah dipaparkan tersebut maka penulis merumuskan beberapa masalah yang pada penelitian tersebut. Berikut rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Apakah *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan?
2. Apakah *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan?
3. Apakah *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan?
4. Apakah *reliability*, *assurance* dan *responsiveness* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini fokus pada pembahasan pada variabel *reliability* dan *assurance* terhadap kepuasan pelanggan bengkel KP & *accessories* mengingat keterbatasan waktu dalam penelitian ini.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirumuskan suatu tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *reliability* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Untuk mengetahui apakah *assurance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah *responsiveness* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui apakah *reliability* dan *assurance* secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Teoritis

Memberikan sumbangan pemikiran bagi pelanggan terkait *reliabilitas*, *assurance* dan kepuasan pelanggan, dan menjadi sumber acuan untuk penelitian.

1.5.2. Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Tambahan referensi serta untuk pengembangan studi ilmiah yang berhubungan terhadap manajemen pemasaran bagi peneliti lain.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan bagaimana membangun kepuasan pelanggan bengkel KP & *accessories* motor.

1.6. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terbagi dalam 5 bab. Sistematikan penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pembahasan judul yang dipilih menjadi penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Landasan teori berisi teori yang menunjang penelitian berasal dari buku, jurnal, review penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dari penelitian, pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan, operasional variabel, populasi dan sample, prosedur pengumpulan data dan metode analisis data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi analisis atau observasi, serta hasil dari penelitian serta pembahasan menyeluruh terkait studi yang dilaksanakan.

BAB V PENUTUP

Berisi suatu simpulan dan disertakan dengan satu saran yang sangat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori

2.1.1. Pengertian Manajemen

Hasibuan (2013) manajemen merupakan konsep berfikir yang mengatur suatu kebermanfaatan sumber daya manusia serta banyak sumber yang lain dengan efektif dan efisien. Dapat disimpulkan bahwa tindakan dari manajemen merupakan tindakan yang dilakukan secara teratur demi mengetahui alasan mengapa dan bagaimana setiap individu bekerja secara berkolaborasi demi tercapainya tujuan agar bermanfaat bagi perusahaan ataupun organisasi.

2.1.1.1. Manajemen Pemasaran

Untuk memasarkan suatu produk perusahaan harus berusaha untuk mengenalkan produknya kepada konsumen. Upaya ini dilakukan agar banyak orang yang mengenal produk tersebut dan tertarik untuk membelinya. Manajemen pemasaran dikatakan berhasil jika orang sudah mengenal produk tersebut dengan baik. Menurut Sofjan & Assauri (2013) manajemen pemasaran merupakan suatu aktivitas bisnis yang dirancang dengan memperkenalkan suatu barang ataupun jasa kepada pelanggan dengan harapan akan meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.

2.1.1.2. Unsur Strategi Pemasaran

Terdapat empat unsur bauran pemasaran menurut Sofjan & Assauri (2013), yaitu:

1. Strategi Produk

Mencakup tentang baruan produk, merek dagang, kemasan produk serta pelayanan yang diberikan

2. Strategi Harga

Menetapkan harga berpengaruh pada keunggulan bersaing perusahaan dan kemampuan dalam *influence* konsumen.

3. Strategi Pendistribusian

Meupakan cara pemasaran untuk menyalurkan barang produksinya

4. Strategi Promotion

Promosi yang dilakukan diharapkan akan searah dengan perencanaan yang diharapkan.

2.1.2. Pelayanan

Menurut Sutopo dan Suryanto (Fikri *et al.*, 2016) pelayanan adalah kegiatan untuk memberikan *service* yang memuaskan pelanggan. Pengertian pelayanan menurut Haksever (Fikri *et al.*, 2016) jasa atau pelayanan (*services*) adalah kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kegunaan psikologis. Wijaya, (2011) pelayanan atau jasa adalah tindakan yang dapat memberikan suatu tawaran kepada suatu pihak pada intinya tidak berwujud fisik serta tidak menciptakan sebuah kepemilikan apapun itu.

Parasuraman (Tjiptono, 2014) ada lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan yaitu:

1. Reliabilitas (*reliability*) kemampuan suatu perusahaan dalam melayani dengan akurat dan tidak melakukan kegagalan kerja sesuai dengan kesepakatan.
2. Daya Tanggap (*responsiveness*) tersedianya akan kemampuan pegawai dalam menanggapi keinginan pelanggan.
3. Jaminan (*assurance*) pegawai mampu menciptakan kepercayaan pegawai kepada perusahaan serta mampu terciptanya keamanan untuk para pelanggannya.
4. Empati (*empathy*) menyebutkan bahwa suatu perusahaan mampu mendalami pemahaman terkait permasalahan apa yang dialami pelanggannya dan sekaligus memberikan solusi dari konsumen.
5. Bukti Fisik (*tangible*) berkaitan pada karakteristik dari fasilitas, alat dan kelengkapan lainnya yang dipakai oleh perusahaan.

2.1.3. Reliability (Keandalan)

Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan dalam pemberian layanan yang memadai dan terpercaya menurut Tjiptono (Calundu, 2018). Menurut Tjiptono (2012), berkaitan pada tersedianya sebuah kompetensi pelayanan kepada konsumen dan peka terhadap apapun permintaan mereka.

Cepat tanggap merupakan kemampuan dalam mendukung layanan yang efektif dan efisien kepada konsumen, serta informasi sangat akurat Rangkuti (2013). Sedangkan menurut Tjiptono (Calundu, 2018), cepat tanggap merupakan kesanggupan mendukung kebutuhan konsumen dengan cepat dan tepat.

2.1.3.1. Indikator (Keandalan)

Penelitian ini mengacu pada penelitian Berry (Kotler, 2016). mengukur *reliability* atau keandalan yaitu:

1. Kesesuaian pelayanan dengan permintaan pelanggan

Perusahaan memberikan keamanan tentang rasa kepada konsumen untuk memakai barang atau jasa.

2. Ketepatan penyelesaian

Ketepatan dalam penyelesaian pekerjaan yang dilakukan oleh pegawai dalam bekerja.

3. Kecepatan proses penyelesaian

Kecepatan dalam proses menyelesaikan pekerjaan yang dilakukan pegawai, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

4. Penyelesaian masalah dapat diselesaikan perusahaan

Kemampuan untuk masalah dengan menganalisa, meneliti, kreativitas, komunikasi, dan pengambilan keputusan serta menemukan solusi yang efektif untuk mengatasinya.

Menurut Irawan (2015:58) mengemukakan indikator dari kehandalan (*reliability*) yaitu:

1. Petugas yang sudah dalam keadaan selalu siap setiap saat sangat perlu dalam pelayanan
2. Petugas harus *on time* ketika melakukan pelayanan pelanggan
3. Petugas harus memiliki pengetahuan terkait pekerjaan yang dilakukan.

2.1.4. Assurance (Jaminan)

Menurut Tjiptono (2012), jaminan berhubungan dengan informasi dan kebaikan pekerja dan kapasitas mereka untuk menumbuhkan kepercayaan dan kepastian klien. Menurut Parasuraman (Jayanti, 2016). Jaminan atas administrasi yang diberikan oleh pekerja umumnya dikendalikan oleh presentasi atau administrasi yang diberikan, sehingga dapat diterima bahwa perwakilan dapat memberikan administrasi yang andal, gratis dan ahli yang mempengaruhi pemenuhan administrasi yang didapat.

Margaretha (Jayanti, 2016) keanekaragaman jenis jaminan adalah jaminan bagi pekerja yang memiliki karakter yang baik perilaku dalam menawarkan jenis bantuan, jelas akan ada perwakilan yang memiliki orang atau karakter yang buruk dan buruk dalam menawarkan jenis bantuan.

2.1.4.1.Indikator Assurance (Jaminan)

Dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Berry (Kotler, 2016). Dalam penelitian ini variabel *assurance* diukur dengan indikator:

1. Memberikan jaminan keamanan

Perusahaan memberikan jaminan keamanan sesuai dengan ketentuan perusahaan atas produk atau jasa yang diberikan

2. Tanggung jawab

Perusahaan meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada pelanggan untuk strategi berkelanjutan dari perusahaan

3. Jaminan ganti rugi oleh perusahaan

Perusahaan memberikan perasaan aman kepada pelanggan dengan jaminan ganti rugi jika terjadi kesalahan dalam proses pekerjaan.

4. Pengetahuan karyawan

Perusahaan memiliki pegawai yang mempunyai ilmu pengetahuan yang sangat banyak dan baik dibidangnya, dimana ilmu pengetahuan itu mampu menanggapi setiap pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan.

Menurut Tjiptono (2014:287) yang terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Pegawai yang bisa dipercaya
2. Pegawai yang memberikan rasa aman ketika bertransaksi dengan pelanggan
3. Pegawai harus selalu sopan dan santun kepada konsumen
4. Pegawai yang memiliki pengetahuan yang luas dan mampu merespon dengan cepat permintaan pelanggan.

2.1.5. Responsiveness

2.1.5.1. Pengertian Responsiveness

Responsiveness adalah dapat melakukan pemenuhan akan permintaan klien dengan cepat dan tanggap (Ibrahim et al, 2015). Sudut responsivitas tercipta dengan peningkatan mekanis dimana memengaruhi metode kerja yang cekatan. Ketanggapan juga dicirikan sebagai kemampuan petugas untuk siap memenuhi keinginan klien kapan pun dan ini mempengaruhi pemenuhan perawatan klien. Parasuraman et al., (Selvakumar, 2015).

Sasongko dan Subagio (2013:2), responsif adalah perhatian dan keinginan untuk membantu pembeli dan menawarkan jenis bantuan cepat dengan menonjolkan pertimbangan dan ketepatan dalam mengelola pembeli. Menurut Tjiptono (2012:175) tentang kesanggupan dan kemampuan responsif untuk memudahkan pelanggan dan segera merespon ajakan pelanggan.

2.1.5.2.Indikator *Responsiveness*

Daya tanggap memiliki empat indikator menurut Tjiptono (2014).

1. Kepastian Waktu Penyelesaian

Penyampaian jasa yang diinformasikan secara akurat kepada pelanggan, agar pelanggan bisa mengira-ngira dalam menunggu.

2. Layanan segera

Layanan yang diberikan ke pelanggan tepat melalui karyawan perusahaan

3. Pelanggan dengan siap selalu ada dalam membantu pelanggan

Kesediaan pegawai membantu pelanggan baik itu dalam waktu bekerja.

4. Karyawan tidak terlalu sibuk

Aktifitas karyawan tidak terlalu padat, jadi karyawan akan menyanggupi keinginan pelanggan dengan cepat

Parasuraman dalam Tjiptono (2012), indikator dari *responsiveness* (daya tanggap) yaitu

1. Pelayanan Cepat

Melayani dengan cepat, baik dalam bertransaksi maupun menanggapi keluhan konsumen

2. Pelayanan Tanggap

Melayani dengan tanggap, baik dalam kesigapan pegawai ketika memberikan pelayanan kepada konsumen. kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan

3. Terbuka merespon saran dan kritik dari konsumen

Terbuka menanggapi respon dari pelanggan terkait pelayanan yang diberikan

2.1.6. Kepuasan Konsumen

Tjiptono (2014) mencirikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian sadar atau evaluasi intelektual sehubungan dengan apakah eksekusi item agak beruntung atau tidak beruntung atau apakah item tersebut sesuai untuk motivasi atau tujuan pemakaiannya. Menurut Sunyoto (2015). Kepuasan konsumen adalah satu diantara banyak alasan pelanggan untuk mengambil keputusan untuk memilih belanja pada suatu tempat.

2.1.6.1. Tipe Kepuasan Konsumen

Neuhaus dan Tjiptono (Fikri *et al.*, 2016), membedakan tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan, yakni:

1. Meminta loyalitas konsumen

Munculnya tanggapan yang sangat positif dari konsumen, utamanya dalam hal kepercayaan pelanggan.

2. Loyalitas konsumen yang stabil

Pelanggan dengan jenis ini mempunyai permintaan yang tidak aktif serta lebih ke perilaku meminta.

3. Pemenuhan klien yang menyerah

Pembeli dalam jenis ini telah memiliki perasaan telah terpenuhi, tetapi keinginan terpenuhi itu bukan disebabkan dari kepuasan asumsi, melainkan merasa ketergantungan pada sesuatu.

4. Kekecewaan klien yang stabil

Pembeli berjenis ini tidak merasa senang pada penampilan mereka, tetapi biasanya tidak merespon apapun.

5. Adanya tuntutan

Pada tingkat yang banyak tuntutan ini perasaannya mengundang perbedaan pendapat dan perlawanan.

2.1.6.2.Indikator Kepuasan

Indikator kepuasan menurut Yuliarmi dan Riyasa (Panjaitan dan Yuliati, 2016) adalah:

1. Kesesuaian kualitas administrasi dengan derajat asumsi.

Tujuan pembeli untuk organisasi dicirikan sebagai keadaan dimana asumsi pembeli untuk bantuan adalah sesuai dengan kebenaran yang diakui dari layanan yang diberikan kepada pembeli

2. Tingkat pemenuhan dikontraskan dengan sebanding.

Pemenuhan adalah efek lanjutan dari korelasi pameran nyata dari item (atau hasil) sesuai dengan asumsinya.

3. Tidak ada hal buruk untuk dikatakan atau keberatan yang di dokumentasikan.

Organisasi secara konsisten berfokus pada tujuan klien sehingga tidak ada hal buruk untuk dikatakan dan menggerutu sehingga persyaratan dan asumsi mereka sesuai dengan keinginan mereka.

Menurut Tjiptono (2014:147) indikator pembentukan kepuasan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat antara kinerja jasa dengan yang dirasakan konsumen
2. Minat berkunjung kembali

Konsumen dengan senang akan mengunjungi kembali terkait produk atau jasa yang ditawarkan

3. Kediaan mempromosikan

Konsumen dengan aktif mempromosikan barang dan jasa yang telah terasa manfaatnya kepada orang lain.

2.1.7. Hubungan Antar Variabel

2.1.7.1. Hubungan Variabel Keandalan (*Reliability*) Terhadap Kepuasan

Tjiptono (Calundu, 2018) keandalan adalah kesanggupan dalam memberikan suatu layanan dengan cepat, tanggap, serta memuaskan. Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila asumsi konsumen positif terhadap keandalan maka kepuasan konsumen juga semakin baik dan begitu juga sebaliknya.

2.1.7.2. Hubungan Variabel Jaminan (*Assurance*) Terhadap Kepuasan

Tjiptono (2012), kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen akan kebutuhannya yang sesuai dengan yang diharapkan. *Assurance* merupakan jaminan perusahaan (bengkel servis motor), seperti karyawan ahli dalam bidang mesin sepeda motor, konsisten bersikap sopan, memberikan kepercayaan kepada pelanggan. Ini semua bisa memberikan pengaruh akan rasa nyaman ketika melayani pelanggan.

2.1.7.3. Hubungan Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) Terhadap

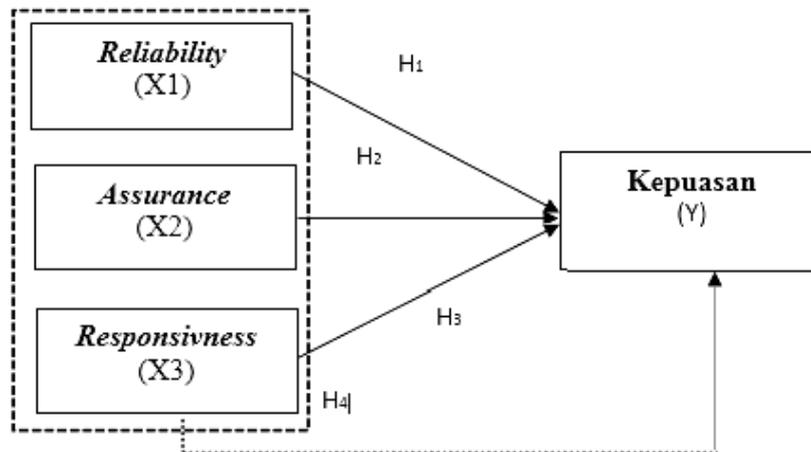
Kepuasan

Daya tanggap adalah suatu hal yang diinginkan setiap pemimpin terhadap karyawannya ketika dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan dengan tanggap. Daya tanggap (*responsiveness*) ditunjukkan dengan daya tanggap seorang karyawan ketika melayani konsumen, dan dengan senang hati menanggapi setiap saran dari pelanggan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang diberikan dalam bentuk daya tanggap akan kebutuhan.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah kajian tentang promosi online dan tingkat pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2021).

2.3. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan diatas, maka hipotesis adalah:

- H1: Diduga ada pengaruh secara parsial variabel *reliability* terhadap kepuasan pelanggan
- H2: Diduga ada pengaruh secara parsial variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan
- H3: Diduga ada pengaruh secara parsial variabel *responsiveness* terhadap kepuasan Pelanggan
- H4: Diduga ada pengaruh variabel *reliability*, *assurance* dan *reponsivness* terhadap kepuasan secara simultan

2.4. Penelitian Terdahulu

Sebuah studi oleh Luffiyanti et al. (2020), Jurnal TSCNers Vol.5 No.1 Tahun 2020 EISSN: 25032453 Dari “Hubungan Keandalan dan Responsivitas Perawat Terhadap Kepuasan Pasien Di Ruang Teratai RS Sunankari Jaga Demac”. Kepuasan pasien masih di bawah 95%, menurut hasil survei kepuasan pasien yang dilakukan di RS Sunankari Jaga Demac. Hasil chi-square menunjukkan adanya hubungan antara keandalan, daya tanggap, empati dan kepuasan pasien perawat di ruang teratai RS Sunankari Jaga Demac ($p = 0,001$; dan $p = 0,029$)

Studi oleh Lusiana et al (2020), Jurnal Ekonomi dan Edukasi Volume 3 Nomor 2 Juli 2020 Hal. 3440 pISSN: 26142139; eISSN: 26141973 “Reliability, responsiveness, security, empathy, and importance for GrabBike customer satisfaction” Dampak dari aktiva. " Temuan uji konkuren menunjukkan nilai sig. = 0,000 & lt;0,05, variabel keandalan, daya tanggap, keamanan, empati, dan aset signifikan semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap layanan transportasi online GrabBike bagi mahasiswa Program Pendidikan dan Penelitian Ekonomi UNM Sarana memberi. nilai signifikan untuk semua variabel independen kurang dari 0,05 Semua hasil uji parsial. Artinya sebanyak semuanya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Survei Setiawan & Ferawati (2018), Jurnal Jurnal Ilmiah Manajemen Unity Vol. 6 Tidak. 1, 2018 hal. 037-044STIE Unit ISSN 2337-7860 yang berjudul “Pengaruh Garansi, Empati, dan Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah” KPR Bank BJB Cabang Bogor, Uji Parsial Nilai thitung hasil signifikan

<0> F tabel (3,09)) Dan nilai Sig dari 0.00. Akibatnya, keamanan, empati, dan keandalan bersatu untuk memiliki dampak signifikan pada kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian (Zulvia, 2014) berjudul Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dari Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi. Hasil penelitian (a) Tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Padang. (b) Emphaty berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Padang. (c) Responsivenes berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (d) Realibility berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (e) Assurance berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (f) Tangible, Emphaty , Responsiveness , Realibility dan Assurance secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Auto 2000 Padang.

Hasil penelitian (Putri & Sari, 2017), judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Sarana Utama Padang, dari Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas. Hasil penelelitian berdasarkan uji hipotesis secara parsial variabel tangibel tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan nilai signifikansi > 0.05 ($0.768 > 0.05$). Variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan nilai signifikansi < 0.05 ($0.000 > 0.05$). Variabel *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan nilai signifikansi > 0.05 ($0.369 > 0.05$). Variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini

dikarenakan nilai signifikansi < 0.05 ($0.000 > 0.05$). Variabel *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan nilai signifikansi < 0.05 ($0.000 > 0.05$). Dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan/serempak antara kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan terhadap Kepuasan Pelanggan

Survey yang dilakukan oleh Hennayake (2017), *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 7, Issue 2, February 2017 156 ISSN 22503153 “Effects of Service Quality on Customer Satisfaction of Public Sector Commercial Banks: Local Survey on economic conditions”. Hasil survei ini menunjukkan bahwa lima aspek kualitas layanan: keandalan, keamanan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah keandalan dan daya tanggap.

Hasil Penelitian Prabhakar & Ram (2013), *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol., Maret 2013. 3, Tidak. 3ISSN: 22226990, berjudul *Servqual and Customer Satisfaction: Intermediary Impact of Communication Privatized Telekomunikasi Sektor Perusahaan telekomunikasi Oman* memiliki keamanan, kualitas layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, digambarkan sebagai faktor yang paling berpengaruh. Hubungan antara garansi dan kepuasan layanan dapat dilihat pada

kepuasan pelanggan atas penggunaan layanan oleh staf dengan sikap yang sopan dan persuasif untuk menyelesaikan masalah pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sugiyono (2016) pengujian kuantitatif dapat diartikan sebagai strategi yang bergantung pada cara berpikir positivisme, digunakan untuk menganalisa pada data *numerical* yang diolah dengan metode statistika.

3.2. Jenis Data

Data merupakan semua pengumpulan data mentah yang akan diproses lebih lanjut sesuai dengan data yang diperoleh di lapangan. Adapun jenis data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data primer adalah data yang bersumber langsung dari pengumpul data Sugiyono (2016).
2. Data sekunder menurut Sugiyono (2016), data sekunder adalah sumber data tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang akurat, dan memenuhi standar yang ditetapkan Sugiyono (2016:224). Metode pengambilan data terdiri dari:

1. Kuisisioner

Kuesioner atau angket merupakan metode pengumpulan informasi melalui struktur informasi yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang disajikan. Tinjauan penelitian ini menggunakan kuesioner dengan daftar pertanyaan disusun dalam berbagai pertanyaan keputusan dan pertanyaan terbuka.

2. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang berguna dalam mengumpulkan data dan informasi berupa dokumen, angka tertulis dan gambar berupa laporan dan informasi yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2015).

3. Teknik Kepustakaan

Teknik kepustakaan informasi diperoleh melalui studi literatur seperti karya ilmiah, makalah, majalah, proposisi dan lain-lain untuk mencari sumber informasi opsional yang membantu penelitian memanfaatkan bahan dokumentasi (Moleong, 2012).

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2011), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas ataupun model tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami dan kemudian dijadikan ke dalam sebuah kesimpulan. Populasi yang digunakan sebagai penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan servis kendaraannya di begkel KP & *accessories* data tahun 2021 Januari s/d Juni 2021 berjumlah 900 orang.

3.4.2. Sampel

Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik yang digunakan adalah *non probability sampling*. Sugiyono (2015) *non probability sampling* adalah mengambil sampling dengan memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Sampling yang digunakan berjumlah berjumlah 900 orang dengan rata-rata 5 pelanggan per hari yang melakukan serfis kendaraan bermotonya di begkel KP & *accessories* dari bulan Januari s/d Juni tahun 2021 berjumlah 900 orang. Dalam penelitan ini peneliti menggunakan rumus Slovin Sunyoto (2011):

$$n = \left(\frac{N}{1 + Ne^2} \right)$$

keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentasi tingkat kesalahan

Sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, sebanyak 5 %.

$$n = \frac{900}{1 + 900 \times (5\%)^2} = \frac{900}{3.25} = 276.9 \text{ menjadi } 277 \text{ orang}$$

3.5. Definisi Operasional Variabel

3.5.1. Definisi Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah klarifikasi faktor dan istilah yang digunakan dalam penelitian operasional sehingga pembaca memiliki arti ataupun makna yang sama dengana variabel yang akan diteliti oleh peneliti. Menurut Setiadi

(2013). Faktor-faktor yang digunakan dalam tinjauan ini berubah menjadi faktor bebas (X) dan variabel terikat (Y). Klarifikasinya adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Merupakan jenis variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya atau berkembangnya variabel terikat (terikat) Sugiyono (2015). Untuk situasi ini, variable bebas adalah reliability (X1) dan assurance (X2).

2. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Faktor-faktor yang mempengaruhi atau yang merupakan hasil, karena variabel otonom Sugiyono (2015). Dalam tinjauan ini variabel terikatnya adalah tindakan (Y).

3.5.2. Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan klarifikasi faktor dan istilah yang digunakan dalam eksplorasi fungsional sehingga analis dan pengguna memiliki signifikansi yang sama sebagai faktor. Secara lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variable	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	No. Pert
----------	-------------------	-----------	--------	----------

<p><i>Reliability</i> (X1)</p>	<p>Keandalan (<i>reliability</i>) adalah kemampuan perawat untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang djanjikan secara akurat dan terpercaya menurut Tjiptono dalam (Calundu, 2018)</p>	<p>1. Kesesuaian Pelayanan dengan permintaan pelanggan 2. Ketepatan penyelesaian 3. Kecepatan proses penyelesaian 4. Penyelesaian masalah dapat diselesaikan perusahaan Berry dalam (Kotler, 2016).</p>	<p>Likert</p>	<p>1.2 3 4 5</p>
<p><i>Assurance</i> (X2)</p>	<p>Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh <i>performance</i> atau kinerja pelayanan, sehingga diyakini bahwa pegawai tersebut mampu memberikan pelayanan yang handal, mandiri dan profesional yang berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima (Jayanti, 2016)</p>	<p>1. Memberikan jaminan keamanan 2. Bertanggung jawab 3. Jaminan ganti rugi oleh perusahaan 4. Pengetahuan karyawan</p>	<p>Likert</p>	<p>1 2.3 4 5</p>
<p><i>Responsivness</i> (X3)</p>	<p>Tjiptono (2012 : 175) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera</p>	<p>Berry dalam (Kotler, 2016) 1. Pelayanan Cepat 2. Pelayanan Tanggap 3. Terbuka Merospon saran Tjiptono (2014)</p>	<p>Likert</p>	<p>1.2 3.4 5.6</p>
<p>Kepuasan (Y)</p>			<p>Likert</p>	<p>1.2 3 4.5</p>

	<p>Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik</p> <p>(Tjiptono, 2012)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan. 2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis 3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan. <p>Yuliarmi dan Riyasa (Panjaitan & Yuliati, 2016)</p>		
--	---	---	--	--

Sumber: Data disesuaikan dalam penelitian (2020)

3.6. Teknik Pengelohan Data

Teknik pengolahan data yang digunakan sebagai berikut :

1. *Editing*

Proses pengecekan dan menyesuaikan data agar memudahkan proses data dengan teknik statistik.

2. *Coding*

Pemberian tanda berupa angka pada jawaban dari kuisisioner

3. *Scoring* merupakan proses mengubah data yang bersifat kualitatif menjadi bentuk kuantitatif. Dalam penentuan *scoring* ini digunakan *skala Likert* dengan katagori penilaian, yaitu:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Simbol	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Untuk memperoleh skor penilaian digunakan skala likert dengan nilai skor 5,4,3,2,1. Dapat dilihat dari rumus:

$$RS = \frac{N(M-1)}{5}$$

Dimana:

RS = Rentang Skala

N = Jumlah Sampel

M = Jumlah alternative item jawaban

4. *Tabulating*

Menyajikan data yang diperoleh dalam table sehingga memudahkan pembaca.

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah dengan analisis statistik yang menggunakan *software* SPSS 20.0.

3.7.1. Metode Statistik Deskriptif

Penggambaran serta pendeskripsian sebuah data yang bisa dinilai dari nilai rata-rata (*mean*), standart deviasi, varian, *maks*, *min*, *sum*, *rage*, *kurtosis* dan *skewnes* Sugiyono (2015).

3.7.1.1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2013), uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak suatu kuesioner.

3.7.1.2. Uji Reliabilitas

Sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Ghozali (2013). *Reliabel* jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3.7.2. Pengujian Asumsi Klasik

Untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear *Ordinary Least Square* (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik diantaranya yaitu:

3.7.2.1. Uji Normalitas

Untuk melihat grafik histogram dan normal *probability plot* dalam penelitian ini ada dengan menggunakan uji normalitas. Uji normalitas pun melakukan test pada kolmogrov smirnov test. Sebuah penelitian dikatakan normal apabila nilai *probabilitas* nya lebih besar dari tingkat kekeliruan 5% (0,05) Ghozali (2013).

a. Uji Kolmogrov Smirnov

Pada kolmogrov smirnov test berpedoman pada:

1. Apabila nilai $\text{sig} > 0.05$ penelitian berdistribusi normal
2. Apabila nilai $\text{sig} < 0.05$ penelitian tidak berdistribusi normal

Hipotesanya adalah:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

b. Histogram

Sebuah penelitian dapat dikatakan baik apabila penelitian itu memiliki data atau pola yang berdistribusi normal.

c. Grafik *Normality Probability Plot*.

Dalam uji ini, ketentuan yang digunakan adalah:

- a) Apabila data dengan menyebar pada sekitaran garis, serta dengan membentuk pola diagonal, maka untuk asumsi normalitas sudah terpenuhi.
- b) Apabila data menyebar dengan jauh dari diagonal dan tidak beraturan, maka untuk asumsi normalitas belum terpenuhi.

3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Sebuah model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak ada terjadinya *heteroskedastisitas*. Untuk membuktikan mendeteksi *heteroskedastisitas* dapat melihat grafik *scatterplot* Ghozali (2013).

3.7.2.3. Uji Multikolinieritas

Digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas dengan ketentuan batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10 Gujarati (2012).

3.7.2.4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Memiliki tujuan untuk membuktikan apakah variabel independen berpengaruh kepada variabel dependen dengan persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan
a	= Koefisien konstanta
b ₁ , b ₂	= Koefisien regresi
X ₁	= <i>Reliability</i>
X ₂	= <i>Assurance</i>
X ₃	= <i>Responsivness</i>
ε	= Error, variabel gangguan

3.7.3. Pengujian Hipotesis

3.7.3.1. Uji – t (Parsial)

Uji statistik t atau disebut juga dengan uji parsial dilakukan untuk menguji tingkat signifikansi setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara paralel. Ghozali (2013). menggunakan derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$, pada tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0,05$.

a. Kriteria Hipotesis

Ho : Variabel independen dan variabel dependen tidak memiliki pengaruh secara signifikan

Ha : Variabel independen dan dependen memiliki pengaruh secara signifikan

1. Jika nilai t hitung $>$ t table Ho ditolak dan Ha diterima
2. Jika nilai t hitung $<$ tabel, Ho diterima dan Ha ditolak

b. Penentuan Nilai Kritis (t- tabel)

Untuk menguji hipotesis menggunakan uji – t dengan tingkat signifikan (α) 5%, dengan sampel (n).

c. Kriteria Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

Ha : Ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

1. Jika nilai t hitung $>$ t table Ho ditolak dan Ha diterima
2. Jika nilai t hitung $<$ tabel, Ho diterima dan Ha ditolak

3.7.3.2.Uji F (simultan)

Uji ini berfungsi sebagai alat ukur untuk variabel independen terhadap variabel dependen dengan membandingkan F-hitung dan F-tabel Ghazali (2013).

Penguji Hipotesis.

Ho : tidak ada yang signifikan antara variabel independen *reliability*, *assurance* dan *responsiveness* terhadap variabel kepuasan

Ha : ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen *reliability*, *assurance* dan *responsiveness* terhadap variabel kepuasan

Kriteria Pengujian.

1. Jika nilai F hitung $>$ F table, Ho ditolak dan Ha diterima
2. Jika nilai F Hitung $<$ F table, Ho diterima dan Ha ditolak.

3.7.3.3.Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sujarweni (2015:164) “Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentasi perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X)

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, D. A., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51.
- Calundu. (2018). *Calundu (2018)*. CV. Sah Media.
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 122.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS* (7th ed.). Universitas Diponegoro.
- Gujarati. (2012). *Dasar-dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong, R.C.*, (5th ed.). Salemba Empat.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (1st ed.). Salemba Empat.
- Panama, N. (2020). *BPS catat pertumbuhan ekonomi Kepri 4,89 persen pada 2019*. Antaranews.Com. <https://www.antaranews.com/berita/1280583/bps-catat-pertumbuhan-ekonomi-kepri-489-persen-pada-2019>
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265. <https://doi.org/10.19166/derema.v11i2.197>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Putri, S. L., & Sari, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Sarana utama padang. *Jurnal ekonomi & BISNIS Dharma Andalas*, 19(2).
- Rangkuti, F. (2013). *Riset Pemasaran* (G. P. Utama (ed.)).
- Satri, G. (2020). *Resesi Ekonomi, Penjualan Motor Nasional 2020 Hanya 3,6-3,7 Juta Unit*. Compoas. Com.
- Sofjan, & Assauri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Tim Redaksi CAPS (ed.); 1st ed.).
- Tjiptono, F. (2011a). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Edisi 2). Andi.
- Tjiptono, F. (2011b). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (2nd ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.); 3rd ed.).
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa* (Cetakan 1). PT. Indeks.
- Zulvia, D. (2014). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Auto 2000 Padang). *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 243–256.