

**THE ANALYSIS OF SERVICE QUALITY INFLUENCE TO THE
COSTUMER SATISFACTION (STUDI KASUS CAPELLA HONDA 88
DAN AHASS PANGERAN MOTOR)**

Wenni Elverina¹, Sri Kartikowati², Hardisem Syabrus³

Email : wennielverina@gmail.com¹, tikowati@lecturer.unri.ac.id², hardisem.syabrus@gmail.com³
No. Hp: 085289536754

*Economic Education Study Program
Department of Sosial Sciences Education
Faculty of Teacher Training Andeducation
University of Riau*

Abstract : *the purpose of the research was to identity the influenc of service quality to the costumer satisfaction by company of compare two motorcyle service stations. The two stations are: Capella Honda 88 and AHASS Pangeran Motor with sixty sampel of thirty in Capella Honda 88 and thirty in AHASS Pangeran Motor make use of isidental sampling method. Data was collected through questionnaire to costumer consisted of 30 costumers for Capella Honda 88 and 30 costumers for AHASS Pangeran Motor. Data was analyzed by using multiple Linear Reggresion Analysis dan Independent Samples Test processed trough SPSS 20.0 program. The result of this reseach refer to that in Capella Honda 88 service quality influence on the costumer satisfaction and at AHASS Pangeran Motor service quality not influence on the costumer satifaction. The result Independent Samples Test srvice quality in Capella Honda 88 and AHASS Pangeran Motor not difference service quality gived to costumer satifaction.*

Keyword: *Service Quality, Costumer Satifaction*

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STUDI KASUS CAPELLA HONDA 88 DAN AHASS PANGERAN MOTOR

Wenni Elverina¹, Sri Kartikowati², Hardisem Syabrus³

Email : wennielverina@gmail.com¹, tikowati@lecturer.unri.ac.id², hardisem.syabrus@gmail.co³
No. Hp: 085289536754

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dengan membandingkan 2 layanan service sepeda motor /bengkel. Penelitian ini dilakukan pada dua bengkel yaitu Capella Honda 88 dan AHASS Pangeran Motor dengan 60 sampel yang terdiri dari 30 konsumen di Capella Honda 88 dan 30 konsumen di AHASS Pangeran Motor yang menggunakan metode *insidental sampling*. Pengumpulan data dengan kuesioner dengan menggunakan data primer dan sekunder. Teknik analisis yang digunakan Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Beda yang diproses melalui program SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada bengkel Capella Honda 88 kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan bengkel AHASS Pangeran Motor juga kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji beda diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Capella Honda 88 dan AHASS Pangeran Motor tidak terdapat perbedaan dan dari kepuasan konsumen juga tidak terdapat perbedaan antara Capella Honda 88 dan AHASS Pangeran Motor.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Tjiptono,(2008:85) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Konsep kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan konsumen terhadap lima dimensi fisik dan kinerja layanan, parasuraman,et al, dalam Kotler dan Keller (2009, 56), menyimpulkan bahwa ada lima dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Bukti fisik (*tangibles*)
- 2) Keandalan (*reliability*)
- 3) Daya tanggap (*responsivness*)
- 4) Jaminan (*assurance*)
- 5) Empati (*empaty*)

Kotler, (2005) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsinya atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Kivetz dan Simonson (2002), kepuasan konsumen bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen; menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen; membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Irawan (2009) terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Kualitas Produk
- 2) Kualitas Pelayanan
- 3) Emosional
- 4) Harga
- 5) Kemudahan

Masalah pelayanan bisa berakibat pada berkurangnya konsumen yang menggunakan jasa pemeliharaan sepeda motor pada bengkel yang berdampak pada pendapatan bengkel. Peneliti melakukan observasi pada bengkel Capella Honda 88 yang dilakukan selama satu minggu dengan sekitar 15 orang konsumen diketahui bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bengkel Capella Honda 88. Capella Honda 88 menggunakan alat yang lengkap dan canggih, barang yang digunakan asli dari merek Honda atau yang dikenal dengan AHASS (Astra Honda Autohorzes Service Station), dengan mekanik 16 orang dengan kemampuan yang handal dibidangnya, lokasi yang strategis, tempat parkir luas, ruang tunggu yang nyaman dan aman, ruang tunggu dilengkapi dengan pesawat televisi dan tempat charger handphone atau laptop, toilet bersih, tersedianya *free wifi* dan tersedianya makanan ringan dan minuman gratis

AHASS Pangeran Motor adalah salah satu layanan bengkel sepeda motor khusus Honda yang ada di Pekanbaru. AHASS Pangeran Motor merupakan usaha pribadi yang bermitra dengan Honda dan dibawah naung PT. Capella Dinamik Nusantara sehingga AHASS Pangeran Motor hanya melayani pemeliharaan sepeda motor merek Honda. AHASS Pangeran Motor memberikan pelayanan kepada

konsumennya dengan didukung alat yang lengkap, barang yang digunakan asli dari merek Honda atau yang dikenal dengan AHASS (Astra Honda Autohorzes Service Station), dengan mekanik 7 orang, lokasi strategis, tempat parkir yang cukup, ruang tunggu diruangan terbuka dan ruang tunggu dilengkapi dengan pesawat televisi.

Capella Honda 88 memberikan kualitas yang baik yang diketahui dari hasil observasi, kualitas layanan seperti apa yang diberikan Capella Honda 88 sehingga konsumen merasakan puas dan bagaimana layanan yang diberikan oleh AHASS Pangeran Motor yang sama-sama memberikan layanan sepeda motor khusus Honda dan dengan alat yang digunakan sama, dengan dilengkapi dengan didukung fasilitas yang diberikan apakah sama kualitas layanan yang diberikan oleh kedua bengkel.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Capella Honda 88 dan AHASS Pangeran Motor. Waktu penelitian dimulai dari bulan Februari 2018 hingga selesai. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Capella Honda 88 dan AHASS Pangeran Motor sebanyak 60 sampel yang terdiri dari 30 konsumen Capella Honda 88 dan AHASS Pangeran Motor. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Teknik pengambilan data menggunakan teknik angket. Data diperoleh dari angket yang disebar oleh peneliti dan diisi oleh responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui hasil penelitian akan dibahas lebih lanjut

Uji Linear Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 20,0 diperoleh hasil uji regresi pada AHASS Pangeran Motor diperoleh penjelasan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 73,488 + 0,337X_1 + 0,408X_2 + (-0,845)X_3 + 0,218X_4 + 0,289X_5 + 19,175$$

Persamaan koefisien regresi di atas dapat diartikan: **73,488** = variabel independen yaitu kepuasan konsumen yang terdiri dari dimensi bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati mempunyai hubungan positif dengan peningkatan kepuasan konsumen. nilai konstanta kepuasan konsumen sebesar 73,488 menunjukkan semakin meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang dirasakan oleh konsumen.

0,337 = koefisien bukti fisik yang menyatakan semakin baik dimensi bukti fisik dalam pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

0,408 = koefisien kehandalan yang menyatakan semakin baik dimensi kehandalan dalam pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

-0,845= koefisien ketanggapan yang menyatakan semakin baik dimensi ketanggapan dalam pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

0,812 = koefisien jaminan yang menyatakan semakin baik dimensi jaminan dalam pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

0,289= koefisien empati yang menyatakan semakin baik dimensi empati dalam pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

Uji F

Tabel 1 uji F (ANOVA)^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46,716	5	9,343	,252	,935 ^b
	Residual	891,151	24	37,131		
	Total	937,867	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Empati, Ketanggapan, Kehandalan, Jaminan, Bukti Fisik

Sumber: Data Olahan

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan diperoleh F_{hitung} sebesar 0,252 dengan Sig sebesar 0,935 dan diketahui F_{tabel} adalah sebesar 2,60. Karena diperoleh $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas terhadap kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan.

Uji T

Uji parsial atau t digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel dimensi kualitas pelayanan (X), yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati masing-masing mampu menjelaskan atau berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 2 Uji-T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	73,488	19,175		3,833	,001	
1	Bukti Fisik	,337	1,508	,079	,223	,825
	Kehandalan	,407	1,242	,096	,328	,746
	Ketanggapan	-,845	1,102	-,230	-,766	,451
	Jaminan	,218	1,111	,062	,196	,846
	Empati	,289	,949	,092	,304	,764

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari perhitungan uji t diketahui nilai t_{hitung} dimensi bukti fisik adalah 0,223 dengan tingkat signifikan $0,825 > 0,05$ dan diketahui $t_{tabel} = 1,1710$. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} 0,223 < t_{tabel} 1,1710$ artinya bahwa dimensi bukti fisik tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Perhitungan uji t pada dimensi kehandalan diketahui nilai t_{hitung} adalah 0,328 dengan tingkat signifikan $0,746 > 0,05$ dan diketahui $t_{tabel} = 1,1710$. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} 0,328 < t_{tabel} = 1,1710$ artinya bahwa dimensi kehandalan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Perhitungan uji t pada dimensi ketanggapan diketahui nilai t_{hitung} adalah -0,766 dengan tingkat signifikan 0,451 dan diketahui $t_{tabel} = 1,1710$. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} -0,766 > t_{tabel} = 1,1710$.

Perhitungan uji t pada dimensi jaminan diketahui nilai t_{hitung} 0,196 dengan tingkat signifikan 0,846 dan diketahui $t_{tabel} = 1,1710$. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} 0,196 < t_{tabel} 1,1710$ artinya bahwa dimensi jaminan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Perhitungan uji t pada dimensi empati diketahui nilai t_{hitung} adalah 0,304 dengan tingkat signifikan 0,764 dan diketahui $t_{tabel} = 1,1710$. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} 0,304 < t_{tabel} 1,1710$ artinya bahwa dimensi empati tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara keseluruhan dari variabel X terhadap variabel Y. Pengukurannya adalah dengan mengukur angka koefisien regresi penentu berganda (R^2).

Tabel 3 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,223 ^a	,050	-,148	6,09354	1,588

a. Predictors: (Constant), Empati, Ketanggapan, Kehandalan, Jaminan, Bukti Fisik

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Untuk melihat keeratan hubungan koefisien regresi antara variabel (X) yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh regresi (R) sebesar 0,50 yang berarti hubungan antara variabel X terhadap Y sebesar 0,50 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji Wilcoxon

Tabel 4 Wilcoxon Signed Ranks Test Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kenyataan - Harapan Konsumen	Negative Ranks	25 ^a	13,00	325,00
	Positive Ranks	0 ^b	,00	,00
	Ties	5 ^c		
	Total	30		

a. Kenyataan < Harapan Konsumen

b. Kenyataan > Harapan Konsumen

c. Kenyataan = Harapan Konsumen

Sumber: Data Olahan

Perbedaan kenyataan dan harapan konsumen diperoleh Asymp.Sig (2-tailed) bernilai $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara harapan dan kenyataan. Dari 30 responden terdapat 25 responden harapan > kenyataan artinya konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan dan 5 responden harapan = kenyataan artinya harapan dan kenyataan sama atau konsumen puas

Capella Honda 88

Uji Linear Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 20,0 diperoleh hasil uji regresi pada Capella Honda 88 diperoleh penjelasan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 56,529 + (-0,930)X_1 + 1,852X_2 + 0,901X_3 + (-1,013)X_4 + 0,486X_5 + 18,394$$

Persamaan koefisien regresi diatas dapat diartikan:

56,529 = variabel independen yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati mempunyai hubungan positif dengan peningkatan kepuasan konsumen. nilai konstanta kepuasan konsumen sebesar 56,529 menunjukkan semakin meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang dirasakan oleh konsumen.

-0,930 = koefisien bukti fisik yang menyatakan semakin baik dimensi bukti fisik dalam pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

1,852 = koefisien kehandalan yang menyatakan semakin baik dimensi kehandalan dalam pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

0,901 = koefisien ketanggapan yang menyatakan semakin baik dimensi ketanggapan dalam pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

-1,013 = koefisien jaminan yang menyatakan semakin baik dimensi jaminan dalam pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

0,486 = koefisien empati yang menyatakan semakin baik dimensi empati dalam pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

Uji F

Tabel 5 Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	207,825	5	41,565	2,113	,099 ^b
Residual	472,175	24	19,674		
Total	680,000	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan

Sumber: Data Olahan

Tabel 5 menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan diperoleh F_{hitung} sebesar 2,113 dengan tingkat signifikan sebesar 0,099 dan diketahui F_{tabel} adalah sebesar 2,60. Karena diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan.

Uji T

Uji parsial atau t digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati masing-masing mampu menjelaskan atau berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 6 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	56,529	18,394		3,073	,005		
Bukti Fisik	-,930	,973	-,240	-,956	,349	,457	2,189
Kehandalan	1,852	1,160	,566	1,597	,123	,231	4,338
Ketanggapan	,901	1,327	,308	,679	,504	,140	7,120
Jaminan	-1,013	1,915	-,243	-,529	,602	,137	7,308
Empati	,486	1,179	,147	,412	,684	,226	4,426

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan

Tabel 6 menunjukkan bahwa dari perhitungan uji t diketahui nilai t_{hitung} dimensi bukti fisik adalah $-0,956$ dengan tingkat signifikan $0,349 > 0,025$ dan diketahui $t_{tabel} = 2,063$. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} -0,956 < t_{tabel} 2,063$ artinya bahwa dimensi bukti fisik secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Perhitungan uji t pada dimensi kehandalan diketahui nilai t_{hitung} adalah $1,597$ dengan tingkat signifikan $0,123 > 0,025$ dan diketahui $t_{tabel} = 2,063$. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} 1,597 < t_{tabel} 2,063$ artinya bahwa dimensi kehandalan secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Perhitungan uji t pada dimensi ketanggapan diketahui nilai t_{hitung} adalah $0,679$ dengan tingkat signifikan $0,504 > 0,025$ dan diketahui $t_{tabel} = 2,063$. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} 0,679 < t_{tabel} 2,063$ artinya bahwa dimensi ketanggapan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Perhitungan uji t pada dimensi jaminan diketahui nilai t_{hitung} $-0,529$ dengan tingkat signifikan $0,602 > 0,025$ dan diketahui $t_{tabel} = 2,603$. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} -0,529 < t_{tabel} 2,603$ artinya bahwa dimensi jaminan secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Perhitungan uji t pada dimensi empati diketahui nilai t_{hitung} adalah $0,412$ dengan tingkat signifikan $0,684 > 0,025$ dan diketahui $t_{tabel} = 2,603$. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} 0,412 < t_{tabel} 2,603$ artinya bahwa dimensi empati secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Maka dapat disimpulkan, tidak terdapat dimensi dari kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7 Hasil uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,553 ^a	,306	,161	4,43554	1,390

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Untuk melihat keeratan hubungan koefisien regresi antara variabel (X) yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh regresi (R) sebesar $0,306$ yang berarti hubungan antara variabel X terhadap Y sebesar $0,306$ sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 8 Uji Wilcoxon Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kenyataan - Harapan Konsumen	Negative Ranks	23 ^a	12,00	276,00
	Positive Ranks	0 ^b	,00	,00
	Ties	7 ^c		
	Total	30		

- a. Kenyataan < Harapan Konsumen
- b. Kenyataan > Harapan Konsumen
- c. Kenyataan = Harapan Konsumen

Dari hasil tabel 8 diperoleh 23 responden yang merasa tidak puas, 0 atau tidak responden yang merasa puas dan 7 responden merasa harapan sama dengan kenyataan.

Uji Beda

Uji Beda Kualitas Pelayanan

Tabel 9 Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
Kualitas Pelayanan	,225	,637	1,534	58	,130	2,43333	1,58635	-,74210	5,60876	
			1,534	56,407	,131	2,43333	1,58635	-,74401	5,61067	

Berdasarkan hasil tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,130 sehingga nilai Sig.(2-tailed) > 0,05, yang artinya bahwa kualitas pelayanan di AHASS Pangeran Motor dan Capella Honda 88 tidak terdapat perbedaan atau sama.

Uji Beda Kepuasan Konsumen

Tabel 10

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)
Kepuasan Konsumen	Equal variances assumed	1,755	,190	,768	58	,445
	Equal variances not assumed			,768	56,956	,445

Berdasarkan hasil tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai Sig.(2-tailed) sebesar 0,445 sehingga nilai Sig.(2-tailed) > 0,05, yang artinya bahwa tingkat kepuasan konsumen di AHASS Pangeran Motor dan Capella Honda 88 tidak terdapat perbedaan atau sama.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen AHASS Pangeran Motor dan Capella Honda 88 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen AHASS Pangeran Motor dan jumlah konsumen yang tidak puas lebih banyak dari pada konsumen yang puas dengan layanan tersebut dan begitu juga dengan Capella Honda 88 bahwa kualitas pelayan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, jumlah konsumen yang puas dengan layanan yang diberikan lebih sedikit dari pada yang tidak puas dengan layanan yang diberikan. Dari kedua bengkel tersebut tidak terdapat perbedaan signifikan antara kualitas layanan AHASS Pangeran Motor dan Capella Honda 88. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang berarti bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen AHASS Pangeran Motor dan Capella Honda 88 selain dari kualitas pelayanan.

Rekomendasi

Berdasarkan uraian pada simpulan tersebut maka penulis memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pimpinan AHASS Pangeran Motor dan Capella Honda 88 agar meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan dan juga meningkatkan faktor pendukung kepuasan konsumen agar konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan dan bengkel dapat mempertahankan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Eswika Nilasari dan Istiatin. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma* Vol.13 No.01. Universitas Islam Batik Surakarta
- Masrifani, Penta Lestarini Budiati, Nor Maulida. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Ahas Trio Motor Perintis Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.10 No.1 STIE Nasional Banjarmasin
- Sabariah. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara* ISSN 1210-1221 Universitas Mulawarman
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. ALFABETA. Bandung.
- Tjiptono Fandy, Chandra Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy. 2014. *Pemasaran jasa- prinsip, penerapan, dan penelitian*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Tuti Hartati, Kadunci, Lenny Brida . 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian di Kodya Depok. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 10(2): 152-162. Politeknik Negeri Jakarta Kampus UI Depok 16425. Jakarta.
- Yopi Alexander. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Penginapan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Arinas di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 1(1):68-87. Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung. Lampung.