

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP

KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus: Usaha Cuci Motor Basudewa)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Pramushinta Kinayungan

Nomor Mahasiswa : 141114943

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA

YOGYAKARTA

2018

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN”**

(Studi Kasus: Usaha Cuci Motor Basudewa)

Disusun oleh :

Nama : Pramushinta Kinayungan

Nomor Mahasiswa : 141114943

Jurusan : Manajemen

Yogyakarta, 7 Februari 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

Dra. Suci Utami Wikaningtyas, MM

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Wasyukurillah, segala puji dan syukur atas nikmat serta hidayah yang diberikan Allah SWT sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini untuk memenuhi persyaratan kelulusan S1. Tidak mudah untuk menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya doa, bantuan, semangat, motivasi, dukungan, dan bimbingan dari orang-orang terdekat saya, terutama kedua orang tua. Untuk itu karya kecil ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orangtua saya tercinta, yang tiada hentinya mencurahkan kasih sayang, mendoakan menjadi anak yang sholehah, memberikan semangat, motivasi, dan dorongan baik secara material maupun immaterial.
2. Almarhum kakak pertama saya, Taufan Jati Sukma yang selalu menjadi sumber semangat dan inspirasi untuk saya dalam kegiatan apapun, termasuk menulis skripsi. Untuk kakak kedua saya, Heryuna Aji walaupun cuek tapi bersedia membantu ketika saya mengalami kesulitan mengerjakan skripsi.
3. Orang yang spesial dalam kehidupan saya, Prada Fajar Widodo. Terimakasih setiap harinya selalu meluangkan waktu untuk mendoakan, memberikan keceriaan, semangat, dan dukungan di tengah kesibukanmu dalam dunia militer.

4. Ketiga keponakan kesayangan, Megananda, Sekar, dan Afilla walaupun terkadang kalian menyebalkan, tapi selalu bisa menghibur dan membuat saya tertawa.
5. Wanita hebat, ibu kedua saya yaitu Ibu Wasilah. Terimakasih selalu memberikan semangat yang luar biasa untuk anak perempuanmu ini, buk.
6. Sahabat-sahabat karib dan saudara seperjuangan, Okta, Fitri, dan Nia yang selalu memberikan doa untuk kelancaran skripsi ini. Terimakasih untuk kebersamaan, kebahagiaan, dan keceriaan yang diberikan selama 3,5 tahun ini. Sukses untuk kalian semua.

MOTTO

- ❖ Man Jadda Wajada : “Barang siapa yang bersungguh-sungguh, maka ia akan berhasil.”
- ❖ Man Shabara Zhafira : ”Barang siapa yang bersabar, maka ia akan beruntung.”
- ❖ Man Sara Ala Darbi Washala : ”Barang siapa yang menapaki jalan-Nya maka ia akan sampai ke tujuan.”
- ❖ Selalu ada harapan bagi mereka yang sering berdoa. Selalu ada jalan bagi mereka yang sering berusaha.
- ❖ Ilmu diperoleh dari lidah yang gemar bertanya serta akal yang suka berpikir (Abdullah bin Abbas).
- ❖ Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak (Albert Einstein).

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya,

Nama : **Pramushinta Kinayungan**

NIM : 141114943

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS: USAHA CUCI MOTOR BASUDEWA)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 12 Februari 2018

Pramushinta Kinayungan

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus: Usaha Cuci Motor Basudewa)

Oleh

Pramushinta Kinayungan

NIM. 141114943

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa. Penilaian kualitas pelayanan didasarkan pada dimensi *serqual* (*service quality*) yang terdiri dari lima dimensi, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian).

Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan cuci motor sebanyak 60 orang responden. Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner. Seluruh item pertanyaan dalam kuesioner bersifat valid dan reliabel. Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dalam penelitian ini adalah $Y = 11,738 + 0,337 X_1 + 0,053 X_2 + 0,088 X_3 - 0,368 X_4 - 0,031 X_5$.

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena t hitung $> t$ tabel, yaitu $2,873 > 1,674$ dengan signifikansi 0,006, variabel *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena t hitung $< t$ tabel, yaitu $0,312 < 1,674$ dengan signifikansi 0,757, variabel *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena t hitung $< t$ tabel, yaitu $0,609 < 1,674$ dengan signifikansi 0,545, variabel *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena t hitung $< t$ tabel, yaitu $-1,884 < 1,674$ dengan signifikansi 0,065, dan variabel *empathy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena t hitung $< t$ tabel yaitu $-0,179 < 1,674$ dengan signifikansi 0,859.

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa sebesar 2,547 dengan signifikansi 0,038.

Variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* mampu menjelaskan kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa sebesar 19,1%, sedangkan sisanya sebesar 80,9% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian), kepuasan pelanggan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia Nya yang telah memberikan kesehatan dan nikmat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sesuai waktu yang telah direncanakan.

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Usaha Cuci Motor Basudewa)”**, disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Suci Utami Wikaningtyas, MM, selaku dosen pembimbing yang selama ini dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan untuk segera menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Drs. Muhammad Subkhan, MM, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
3. Ibu Dilla Damayanti, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen.

4. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta yang telah mendidik, memberikan wawasan, dan membagi ilmu pengetahuan pada peneliti selama berkuliah.
5. Seluruh karyawan dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
6. Pemuda Basudewa, selaku pemilik Usaha Cuci Motor Basudewa dan responden yang telah membantu peneliti untuk mendapatkan data-data guna menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan, memberikan semangat, motivasi, dan dorongan yang luar biasa untuk menyelesaikan skripsi pada jenjang S1 ini.
8. My army, Fajar Widodo yang selalu memberikan doa dan menjadi sumber semangat utama di kala malas mengerjakan skripsi. Terimakasih tak henti-hentinya mengingatkan untuk segera menyelesaikan studi dan bekerja.
9. Megananda, Sekar, dan Afilla, ketiga keponakan kesayangan yang selalu menghibur hati setiap saat, terutama saat badmood mengerjakan skripsi.
10. Sahabat-sahabat karib seperjuangan, Sari Okta, Nia Prastiwi, dan Fitri Kurnia. Terimakasih untuk doa, dukungan, semangat, perhatian, dan ketulusan persahabatan yang diberikan selama ini. Semoga persahabatan kita akan terus berlanjut selamanya.
11. Best partner, Anggit yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan hiburan ketika merasa kesulitan menghadapi skripsi ini.

12. Maria Ella, adik tingkat yang selalu bisa menghibur dengan tingkah kocaknya.
 13. Nafisah, teman sekelas yang setia menemani jelajah perpustakaan demi terselesaikannya skripsi ini.
 14. Ariska, teman sekelas yang membantu segala macam kesulitan yang dihadapi peneliti selama menulis skripsi ini.
 15. Teman-teman Manajemen 2014 yang telah memberikan banyak pengalaman, kenangan, canda tawa, dan saling mendukung untuk kelancaran skripsi ini.
 16. Semua pihak yang telah membantu peneliti untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
- Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

Kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk kesempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan sumber pengetahuan dan menjadi karya yang bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 12 Februari 2018

Pramushinta Kinayungan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN TEORI	8
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Kualitas Pelayanan	9

2.2.2 Kepuasan Pelanggan	15
2.3 Model Empiris/Kerangka Teoritis	22
2.4 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Lokasi Penelitian	24
3.2 Definisi Operasional Variabel	24
3.3 Instrumen Penelitian	26
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data	27
1. Sumber Data	27
a. Data Primer	27
b. Data Sekunder	27
2. Jenis Data.....	27
3. Metode Pengumpulan Data	28
a. Kuesioner	28
b. Observasi	28
3.5 Populasi dan Sampel	28
1. Populasi	28
2. Sampel	29
3.6 Alat Analisis	29
1. Uji Instrumen Data	29
a. Uji Validitas	29
b. Uji Reliabilitas	30
2. Analisis Regresi Linier Berganda	31

3. Uji Hipotesis	33
a. Uji T	33
b. Uji F	34
4. Koefisien Determinasi	35
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Profil Usaha Cuci Motor Basudewa	36
4.2 Gambaran Umum Responden	38
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia	40
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	42
4.3 Hasil Analisis Data	43
4.3.1 Uji Validitas	43
4.3.2 Uji Reliabilitas	45
4.3.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	46
4.3.4 Uji T (Parsial)	51
4.3.5 Uji F (Simultan)	56
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	62
1. Saran Untuk Usaha Cuci Motor Basudewa	62
2. Saran Untuk Penelitian yang Akan Datang	64

Daftar Pustaka	65
----------------------	----

Lampiran

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	16
Gambar 2.2 Alur Kerangka Teoritis.....	22

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4.8 Hasil Uji T	52
Tabel 4.9 Hasil Uji F	56
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam memajukan perekonomian nasional khususnya di era pasar bebas ini, terlihat banyak bentuk-bentuk usaha yang berdiri baik usaha kecil, usaha menengah, hingga usaha besar. Berbagai bentuk-bentuk usaha tersebut selalu diarahkan pemerintah agar dapat menciptakan lapangan kerja guna mengurangi tingkat pengangguran yang ada. Usaha adalah suatu kegiatan perekonomian yang berfokus pada penjualan barang atau jasa dengan tujuan untuk mencari dan memperoleh keuntungan. Terdapat beberapa persiapan pokok yang harus diperhatikan ketika akan merintis sebuah usaha baru yaitu, keberanian untuk menerima risiko baik fisik maupun *financial*, semangat dan kemauan keras untuk berjuang menjadi seorang pemenang, pengetahuan yang luas tentang dunia usaha, serta keahlian untuk bisa bersaing dalam dunia usaha. Namun, pada kenyataannya tidak banyak orang yang tertarik untuk terjun dalam dunia usaha karena takut mengambil risiko pada usaha yang akan dijalankan.

Berbisnis atau berwirausaha adalah salah satu cara untuk memanfaatkan kemampuan unik yang dimiliki seseorang dengan cara membangun dan menjalankan usaha agar dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan masyarakat.

Pada umumnya, dengan mendirikan usaha sendiri akan memberikan banyak keuntungan daripada bekerja dengan orang lain sebagai karyawan, bisa menggaji diri sendiri, dan menambah daya tampung tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran.

Saat ini, industri jasa berhasil menarik banyak pelanggan dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik pada pelanggannya. Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Cuci motor adalah peluang usaha jasa yang prospektif karena tidak semua orang mempunyai waktu luang untuk merawat dan mencuci motornya sendiri dikarenakan kesibukan aktivitas sehari-hari. Pada umumnya, setiap pengguna motor menginginkan agar motornya selalu terlihat bersih dan nyaman saat digunakan karena hal ini akan menjadikan penggunaannya semakin percaya diri ketika bepergian kemanapun. Dalam hal ini, penyedia jasa layanan cuci motor sangat berperan aktif untuk membantu pelanggan merawat dan membersihkan motornya. Kondisi tersebut sekaligus dapat membawa dampak positif bagi wirausahawan untuk membuka usaha cuci motor. Selain itu, transportasi motor khususnya di Kota Bantul Yogyakarta yang terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun dapat menjadikan usaha cuci motor ini berpeluang menjadi usaha besar yang sangat menguntungkan.

Bayuran Sumbering Deso Eko Wargo atau yang biasa dikenal dengan Basudewa adalah sekelompok Pemuda Desa Bayuran Sumberagung Jetis Bantul yang mencoba mendirikan usaha cuci motor kecil-kecilan. Usaha cuci motor ini pertama kali dijalankan pada tanggal 10 September 2017 dan berlokasi di dekat Gudang Peralatan Masjid Al-Huda Bayuran. Harga yang ditetapkan untuk melakukan cuci motor sangat terjangkau, yaitu Rp 5.000. Pemuda Basudewa memanfaatkan *microphone* masjid untuk melakukan promosi pada seluruh warga Desa Bayuran dan sekitarnya. Reaksi dan respon warga desa sungguh di luar dugaan, banyak warga desa berbondong-bondong menuju lokasi usaha untuk melakukan cuci motor. Tercatat sekitar 40 motor berhasil dicuci oleh Pemuda Basudewa. Melihat peluang yang cukup baik di hari pertama, Pemuda Basudewa melanjutkan usaha cuci motor ini setiap 2 minggu sekali. Walaupun terjadi kenaikan jumlah pelanggan yang melakukan cuci motor, terdapat beberapa komplain yang diajukan pelanggan pada usaha ini. Berdasarkan wawancara dengan Ketua Pemuda Basudewa yaitu Slamet Efendi Yusuf, beberapa komplain yang diajukan tersebut antara lain:

1. Komplain pelanggan yang berkaitan dengan antrian

Pemuda Basudewa tidak memasang nomor antrian pada motor yang akan dicuci sehingga motor yang datang awal dan akhir tidak bisa dibedakan. Hal tersebut bisa membuat pelanggan yang datang pertama di lokasi Usaha Cuci Motor Basudewa menjadi kecewa dan harus mengantri lama.

2. Komplain pelanggan yang berkaitan dengan hasil kebersihan motor

Hasil kebersihan motor dalam antrian awal, pertengahan, dan akhir sangat berbeda. Hasil kebersihan motor yang berada dalam antrian awal dan pertengahan terlihat bersih dan mengkilap, sedangkan pada antrian akhir menurun. Menurunnya hasil kebersihan motor ini disebabkan beberapa faktor. Faktor yang paling utama adalah kelelahan Pemuda Basudewa dalam mencuci motor yang cukup banyak sehingga hasil kebersihan motor di antrian akhir tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Hal inilah yang menjadi daya tarik peneliti untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus: Usaha Cuci Motor Basudewa)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, ditengarai bahwa kepuasan pelanggan masih rendah karena kualitas pelayanan yang dijalankan Usaha Cuci Motor Basudewa masih kurang.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah dimensi-dimensi dalam kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Cuci Motor Basudewa secara parsial?
2. Apakah dimensi-dimensi dalam kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Cuci Motor Basudewa secara simultan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada Usaha Cuci Motor Basudewa ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi dalam kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Cuci Motor Basudewa secara parsial.
2. Untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi dalam kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Cuci Motor Basudewa secara simultan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian pada Usaha Cuci Motor Basudewa ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Usaha Cuci Motor Basudewa

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja serta pelayanan jasa di masa yang akan datang dalam memenuhi dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini peneliti dapat mengaplikasikan pengetahuan yang didapat dalam bangku kuliah terutama pada mata kuliah manajemen pemasaran.

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan referensi bagi peneliti lain yang ingin melaksanakan penelitian dan pembahasan terhadap masalah yang sama di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Usaha Cuci Motor Basudewa)” ini terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II : KAJIAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian terdahulu, landasan teori yang mendasari penelitian, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang lokasi dan waktu penelitian, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, data dan teknik pengumpulan data, penentuan populasi dan sampel, serta alat analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, berisi tentang hasil penelitian yang dianalisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah ditetapkan. Setelah itu, akan dilanjutkan dengan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab terakhir ini, berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran-saran sebagai masukan bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan oleh Munica Apriani (2011) dengan judul Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap terciptanya minat mereferensikan pada jasa cuci kendaraan *Star Clean* di Semarang. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan dengan satu variabel dependen, yakni minat mereferensikan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji reliabilitas dan uji validitas, uji asumsi klasik, uji T dan uji F, koefisien determinasi, serta analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis data, variabel fasilitas dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif paling besar terhadap minat mereferensikan, sedangkan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yang paling kecil terhadap minat mereferensikan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas dapat memberikan suatu dorongan pada pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang baik pada pelanggan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari pelanggannya. Parasuraman (2001:165) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu pelayanan yang memuaskan atau tidak memuaskan. Terdapat tiga konsep dalam kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. Konsep kualitas pelayanan dikatakan bermutu (*quality surprise*), apabila pelayanan yang diterima melebihi pelayanan yang diharapkan pelanggan.
2. Konsep kualitas pelayanan dikatakan memuaskan (*satisfactory quality*), apabila pelayanan yang diterima sama dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan.
3. Konsep kualitas pelayanan dikatakan tidak bermutu (*unacceptable quality*), apabila pelayanan yang diterima lebih rendah dari pelayanan yang diharapkan pelanggan.

Dalam mempertahankan komitmen pelayanan jasa dan meningkatkan mutu pelayanan yang berkualitas, suatu perusahaan harus melakukan pengukuran terhadap kinerja atas kualitas pelayanan agar mampu menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Salah satu pendekatan dalam mengukur kualitas pelayanan jasa yang dapat digunakan adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. *Service Quality* dapat diukur dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Berikut ini lima dimensi dalam kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman (2001:32) yaitu sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*Tangible*)

Bukti fisik merupakan suatu bentuk aktualisasi nyata secara fisik yang terlihat atau digunakan oleh pegawai untuk membantu pelanggan dalam mencapai tingkat kepuasan atas suatu pelayanan yang digunakannya (Parasuraman, 2001:32). Bukti fisik mengacu pada kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Hal ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*Reliability*)

Setiap pelayanan memerlukan keandalan, artinya dalam memberikan pelayanan setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan, pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerjanya dapat

menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan tanpa ada keluhan dari pelanggan (Parasuraman, 2001:48).

3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap diartikan sebagai suatu kebijakan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat pada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan harus mengutamakan aspek pelayanan yang baik untuk pelanggan, sehingga diperlukan kemampuan dari pegawai untuk melayani pelanggan sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, dan ketidaksesuaian atas berbagai bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya (Parasuraman, 2001:52).

4. Jaminan (*Assurance*)

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan sehingga pelanggan akan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukannya akan terselesaikan dengan tuntas, cepat, tepat, mudah, dan lancar (Parasuraman, 2001:69).

5. Perhatian (*Empathy*)

Dalam kualitas pelayanan, perhatian tulus dan bersifat individual diberikan pada pelanggan dengan upaya memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar apabila

setiap pihak yang berkepentingan di dalamnya memiliki rasa empati dalam menyelesaikan atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan (Parasuraman, 2001:40).

Menurut Parasuraman dkk, *reliability* secara konsisten merupakan dimensi paling kritis dari dimensi yang lainnya. Pada tingkat kedua adalah *assurance*, tingkat ketiga adalah *tangible* (terutama oleh perusahaan perbankan), tingkat keempat adalah *responsiveness*, dan kadar kepentingan yang paling rendah adalah *empathy*.

Disisi lain, dimensi-dimensi dalam kualitas pelayanan harus diramu dengan sebaik mungkin. Bila tidak hal tersebut dapat menyebabkan terjadinya kesenjangan antara perusahaan dengan pelanggan karena adanya perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan.

Terdapat lima kesenjangan (*gap*) yang dapat menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

1. Kesenjangan persepsi manajemen

Kesenjangan persepsi manajemen terjadi karena adanya perbedaan penilaian pelayanan menurut pelanggan dengan persepsi manajemen mengenai harapan pelanggan. Beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya kesenjangan ini adalah kurangnya orientasi penelitian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dengan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, dan banyaknya tingkatan dalam manajemen.

2. Kesenjangan spesifikasi kualitas

Kesenjangan spesifikasi kualitas terjadi karena adanya perbedaan persepsi manajemen mengenai harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas jasa. Beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya kesenjangan ini adalah tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standardisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.

3. Kesenjangan penyampaian jasa

Kesenjangan penyampaian jasa terjadi antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa. Kesenjangan ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Ambiguitas peran, adalah sejauh mana pegawai/karyawan dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer dan memuaskan pelanggan.
- b. Konflik peran, adalah sejauhmana pegawai/karyawan meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak.
- c. Kesesuaian pegawai/karyawan dengan tugas yang harus dikerjakannya.
- d. Kesesuaian teknologi yang digunakan oleh pegawai/karyawan
- e. Sistem pengendalian dari atasan, adalah tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan.

- f. Kontrol yang diterima, adalah sejauh mana pegawai/karyawan merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan.
- g. Kerja tim, adalah sejauh mana pegawai/karyawan dan manajemen merumuskan tujuan bersama di dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.

4. Kesenjangan komunikasi pemasaran

Kesenjangan komunikasi pemasaran adalah kesenjangan yang terjadi antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan mengenai kualitas jasa dipengaruhi oleh pertanyaan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. Kesenjangan ini terjadi karena tidak memadainya komunikasi horizontal dan adanya kecenderungan memberikan janji yang berlebihan.

5. Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan

Kesenjangan ini terjadi karena adanya perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif.

2.2.2 Kepuasan Pelanggan

Memberikan kepuasan bagi pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Untuk perusahaan yang berfokus pada pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran utama sekaligus alat pemasaran yang paling efektif. Berikut ini terdapat dua definisi tentang kepuasan pelanggan menurut para ahli, yaitu sebagai berikut:

1. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:138-139), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.
2. Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pengertian ini didasarkan pada *disconfirmation paradigm* dari Oliver (dalam Engel, et al., 1990; Pawitra 1993).

Berdasarkan kedua definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu konsep yang berisi perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan ini akan memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang atas produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dan memunculkan sikap yang loyal pada suatu produk atau jasa perusahaan.

Untuk mengetahui proses terjadinya kepuasan pelanggan, perhatikan konsep kepuasan pelanggan pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber: Tjiptono (1997:25)

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan itu sendiri, maka sebagai pemasok produk kita perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan menurut Zeithaml (1990:167), yaitu:

1. Apa yang didengar pelanggan dari pelanggan lain (*word of mounth communication*). Hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan.
2. Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu yang didasarkan atas kebutuhan pribadi individu tersebut (*personnel needs*).

3. Pengalaman masa lalu (*past experience*), artinya dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan.
4. Komunikasi dengan pihak eksternal (*external communication*) dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Dengan demikian, kemungkinan antara ekspektasi pelanggan dan kualitas pelayanan (jasa) yang diterimanya adalah:

1. Pelanggan menjadi senang, jika kualitas pelayanan yang diterima lebih baik dari perkiraannya.
2. Pelanggan menjadi biasa saja, jika kualitas pelayanan yang diterima sama dengan perkiraannya.
3. Pelanggan menjadi kecewa, jika kualitas pelayanan yang diterima lebih buruk dari apa yang diperkirakannya.

Dalam menentukan kepuasan pelanggan, pemasok harus memperhatikan beberapa faktor penting antara lain (Lupiyoadi, 2001):

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan merasa yakin bahwa orang lain akan kagum apabila ia menggunakan produk

dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga, yaitu produk dengan kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang diinginkan.

Selain faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di atas, pemasok juga harus memperhatikan aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara efektif, yaitu:

1. Biaya garansi (*Warranty cost*)

Kegagalan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan biasanya dikarenakan tidak memberi jaminan terhadap produk yang mereka jual pada pelanggan.

2. Penanganan terhadap komplain dari pelanggan

Secara statistik hal ini penting untuk diperhatikan, namun seringkali terlambat bagi perusahaan untuk menyadarinya. Apabila terjadi komplain atau klaim dari pelanggan yang tidak secepatnya diatasi, maka *customer defections* tidak dapat dicegah.

3. Pangsa pasar (*Market share*)

Merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Jika *market share* diukur, maka yang diukur adalah kuantitas, bukan kualitas dari pelayanan perusahaan.

4. *Costs of poor quality*

Hal ini dapat bernilai memuaskan apabila biaya untuk *defecting customer* dapat diperkirakan.

5. *Industry reports*

Terdapat banyak jenis dari *industry reports* ini, seperti yang disampaikan oleh J.D Power dalam Bhole, yakni report yang *fairest*, *most accurate*, dan *most eagerly* yang dibuat oleh perusahaan.

Di sisi lain, Kotler (2002:42) mengidentifikasi bahwa terdapat empat metode yang biasanya digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Keempat metode tersebut adalah:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi atau perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi pelanggan untuk memberikan kritik, saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi yang strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, *website*, dan sebagainya.

2. Survei kepuasan pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei (McNeal dan Lamb, dikutip dalam Peterson dan Wilson, 1992), baik survei melalui pos, telepon,

e-mail, *website*, maupun wawancara langsung. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu:

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tentang tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

b. *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut 2 hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut yang relevan dan persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan yang bersangkutan (*perceived performance*).

c. *Problem analysis*

Dalam teknik ini, pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan 2 hal pokok, yaitu masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran produk atau jasa perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance-performance analysis*

Dalam teknik ini, responden diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu, responden juga diminta meranking

seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

3. Belanja siluman (*Ghost shopping*)

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu, *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut dan datang langsung untuk melihat bagaimana karyawan berinteraksi serta memperlakukan para pelanggannya.

4. Analisis pelanggan yang hilang (*Lost customer analysis*)

Pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain.

Hal yang diharapkan adalah memperoleh informasi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kesulitan penerapan metode ini adalah mengidentifikasi dan menghubungi mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya (Tjiptono dan Chandra, 2005):

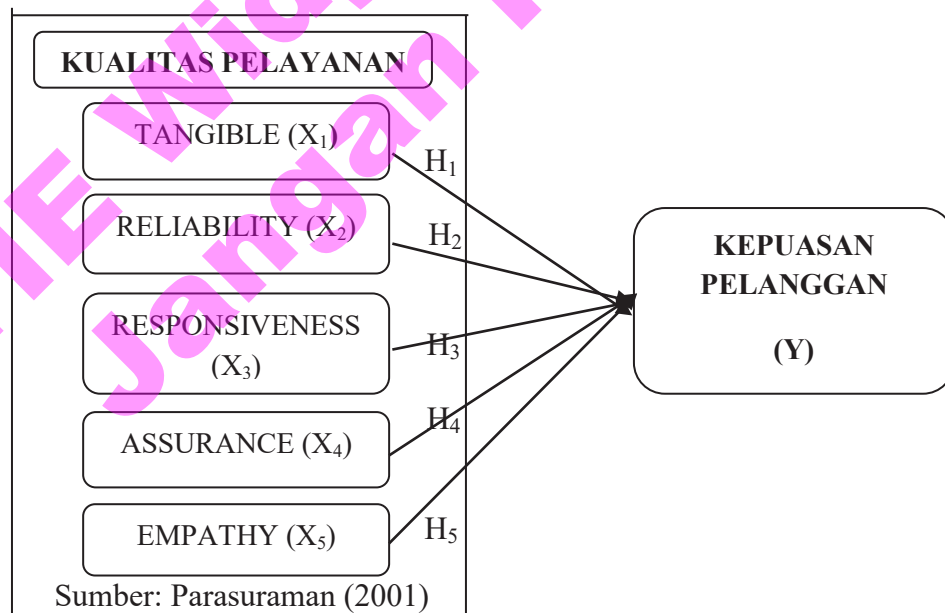
1. Hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis.

2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.
6. Laba yang diperoleh menjadi meningkat.

2.3 Model Empiris / Kerangka Teoritis

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, secara skematis model kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2 Alur Kerangka Teoritis



Model tersebut menerangkan bahwa variabel *tangible* (X₁), *reliability* (X₂), *responsiveness* (X₃), *assurance* (X₄), dan *empathy* (X₅) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Usaha Cuci Motor Basudewa.

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan ilmiah sementara terhadap suatu fenomena yang perlu dibuktikan atau diuji kebenarannya secara empiris (Riadi, 2016:83). Berdasarkan kerangka pemikiran pada gambar di atas, hipotesis yang diajukan dan akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi, yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*) yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Formulasi hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Ada pengaruh yang signifikan antara dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Cuci Motor Basudewa secara parsial.

H₂: Ada pengaruh yang signifikan antara dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Cuci Motor Basudewa secara simultan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 19 November s/d 24 Desember 2017 di Usaha Cuci Motor Basudewa yang terletak di Desa Bayuran Sumberagung Jetis Bantul.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 1997:74). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen).

1. Variabel terikat (Y) adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti dalam sebuah penelitian (Ferdinand, 2006:26). Variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Kotler, 2009:36):

- a. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk menciptakan kepuasan pada pelanggan.
- b. Kualitas pelayanan yang diberikan pada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan Usaha Cuci Motor Basudewa.
- c. Minat untuk selalu menggunakan jasa pelayanan cuci motor.

2. Variabel bebas (X) adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan variabel terikat baik yang pengaruhnya positif maupun negatif (Ferdinand, 2006:26). Dalam penelitian ini variabel bebas yang dimaksud adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu:

a. *Tangible* (X_1)

Dimensi ini meliputi perlengkapan dan peralatan yang digunakan, penampilan pegawai/karyawan, dan tampilan bangunan pada Usaha Cuci Motor Basudewa.

b. *Reliability* (X_2)

Dimensi ini meliputi kemampuan Usaha Cuci Motor Basudewa untuk memberikan pelayanan yang terbaik pada pelanggan secara akurat, cepat, sigap, simpatik, dan tepat waktu.

c. *Responsiveness* (X_3)

Dimensi ini meliputi kebijakan pegawai/karyawan Usaha Cuci Motor Basudewa yang dilakukan dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dalam mencuci motor dan tanggap terhadap kritik, saran, serta keluhan yang disampaikan pelanggan.

d. *Assurance* (X_4)

Dimensi ini meliputi pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan Usaha Cuci Motor Basudewa dalam memberikan pelayanan cuci motor terbaik pada pelanggan. Selain itu, dimensi ini juga meliputi sikap sopan pegawai/karyawan pada setiap pelanggan yang datang di Usaha Cuci Motor Basudewa.

e. *Empathy* (X_5)

Dimensi ini meliputi kemampuan pegawai/karyawan dalam menjalin komunikasi yang baik pada pelanggan. Selain itu, Usaha Cuci Motor Basudewa juga memberikan kemudahan antar jemput motor pelanggan yang akan dicuci dan bertanggungjawab terhadap kehilangan barang milik pelanggan yang disimpan di dalam jok motor, seperti mantrol.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi lebih mudah dan sistematis (Arikunto, 2010:265). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan observasi. Teknik yang digunakan untuk mengukur skala dalam kuesioner adalah skala likert (*likert scale*). Skala likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini terdapat lima jawaban dengan bobot yang berbeda-beda, yaitu sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1
2. Tidak Setuju (TS) diberi bobot 2
3. Netral (N) diberi bobot 3
4. Setuju (S) diberi bobot 4
5. Sangat Setuju (SS) diberi bobot 5

3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data secara langsung pada subyek penelitian sebagai sumber informasi untuk data yang dicari (Wiyono, 2011:131). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang diberikan pada pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pihak lain dan tidak langsung didapatkan oleh peneliti dari subyek penelitiannya (Wiyono, 2011:131). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku, situs internet, dan penelitian terdahulu berupa skripsi atau jurnal ilmiah.

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka atau bilangan (Wiyono, 2011:130).

Data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang diberikan pada pelanggan dan observasi secara langsung pada Usaha Cuci Motor Basudewa.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang ditujukan pada responden (Wiyono, 2011:144). Dalam penelitian ini, kuesioner diberikan pada setiap pelanggan yang melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti melalui proses pengamatan secara langsung pada obyek penelitian (Jogiyanto, 2008). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada Usaha Cuci Motor Basudewa yang terletak di Desa Bayuran Sumberagung Jetis Bantul.

3.5 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61). Populasi pada penelitian ini adalah semua pelanggan yang melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2012:62). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Arikunto (2008:116), “Apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-55%”. Banyaknya jumlah pelanggan yang melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa seluruhnya adalah 108 orang pelanggan. Berdasarkan data tersebut, akan diambil sampel sebesar 55% dari jumlah seluruh pelanggan yang melakukan cuci motor. Jadi, sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak $108 \times 55\% = 59,4$ atau dibulatkan menjadi 60 orang responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu penarikan sampel secara kebetulan dengan cara memilih pelanggan yang kebetulan ditemui di Usaha Cuci Motor Basudewa.

3.6 Alat Analisis

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005).

Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir kuesioner indikatornya adalah:

- Jika r hitung positif dan r hitung $> r$ tabel, maka butir kuesioner atau variabel tersebut dikatakan valid.
- Jika r hitung tidak positif dan r hitung $< r$ tabel, maka butir kuesioner atau variabel tersebut dikatakan tidak valid.

Uji validitas dilakukan dengan cara mengorelasikan antara skor item dengan skor total item menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

(Sumber: Wiyono, 2011:112)

Di mana:

R_{ix} = Koefisien korelasi item – total (*bivariate pearson*)

i = Skor item

x = Skor total

n = Banyaknya subyek

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu

(Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini realibilitas diukur dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* (α). Metode α ini banyak dipakai karena rumus yang digunakan tidak terpengaruh jika varian dan kovarian dari komponen-komponennya tidak sama. Metode α sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala atau skor rentangan.

Suatu variabel atau konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60 dan jika angka reliabilitas *Alpha* < 0,60, maka item variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel. Rumus metode α adalah sebagai berikut (Wiyono, 2011:116):

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma^2_{XL}}{\sigma^2_X} \right]$$

Di mana:

α = *Cronbach's Coefficient Alpha*

k = Jumlah pecahan atau banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma^2_{XL}$ = Total dari varian masing-masing pecahan

σ^2_X = Varian dari total skor

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara 2 atau lebih variabel indepen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_N$) dengan variabel dependen (Y).

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel

independen berpengaruh positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dengan demikian persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005:82):

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

Di mana:

Y = Variabel kepuasan pelanggan

a = Konstanta dari persamaan regresi

b_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1 (dimensi bukti fisik)

X_1 = Dimensi bukti fisik

b_2 = Koefisien regresi untuk variabel X_2 (dimensi kehandalan)

X_2 = Dimensi kehandalan

b_3 = Koefisien regresi dari variabel X_3 (dimensi daya tanggap)

X_3 = Dimensi daya tanggap

b_4 = Koefisien regresi untuk variabel X_4 (dimensi jaminan)

X_4 = Dimensi jaminan

b_5 = Koefisien regresi untuk variabel X_5 (dimensi perhatian)

X_5 = Dimensi perhatian

e = Kesalahan prediksi

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T atau yang biasa dikenal dengan uji parsial digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi (Ghozali, 2005:84).

Angka probabilitas signifikansi yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Selain menggunakan dasar pengambilan keputusan di atas, pengujian hipotesis dalam penelitian ini juga bisa dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- Jika $T_{hitung} = T_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

- Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

b. Uji F (Simultan)

Uji F dikenal dengan uji serempak (bersama-sama), yaitu uji yang digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2005).

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi (Ghozali, 2005:84).

Angka probabilitas signifikansi yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Selain menggunakan dasar pengambilan keputusan di atas, pengujian hipotesis dalam penelitian ini juga bisa dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- Jika $F_{hitung} = F_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009:87). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Koefisien determinasi nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Usaha Cuci Motor Basudewa

Usaha cuci motor Basudewa adalah salah satu jenis usaha dalam bidang jasa yang didirikan pada tanggal 10 September 2017 dan berlokasi di desa Bayuran Sumberagung Jetis Bantul. Pemilik usaha cuci motor ini adalah sekelompok Pemuda Basudewa Bayuran. Jumlah Pemuda Basudewa yang aktif dalam mengembangkan usaha cuci motor ini adalah sebanyak 25 orang. Untuk melakukan pelayanan yang cepat dan tepat pada pelanggan, 25 orang tersebut dibagi menjadi 4 kelompok, yaitu 8 orang bertugas untuk mencuci motor, 5 orang bertugas untuk melakukan antar jemput motor pelanggan, 7 orang bertugas untuk mengkilapkan motor, dan 5 orang bertugas untuk mengeringkan motor yang baru selesai dicuci. Pembagian kelompok tersebut dimaksudkan agar Pemuda Basudewa dapat bekerjasama secara efektif dan efisien untuk memberikan kepuasan pada pelanggan dengan cara menjadikan motor pelanggan bersih dan mengkilap.

Awal mula terbentuknya usaha ini karena tercetusnya ide kreatif dari Ketua Pemuda Basudewa, yaitu Slamet Efendi Yusuf yang saat itu ingin menambah pemasukan uang kas pemuda untuk ikut menyumbangkan *doorprize* dalam rangka memeriahkan acara Jalan Sehat Sumpah Pemuda 28 Oktober 2017 di desa Bayuran. Slamet dan rekan-rekan Pemuda Basudewa yang lain sepakat memilih tempat untuk mencuci motor di dekat Gudang

Peralatan Masjid Al-Huda Bayuran. Alasan pemilihan tempat tersebut karena lokasinya sangat luas dan strategis. Selain itu, Pemuda Basudewa dapat dengan mudah mendapatkan sumber air dari air kran masjid. Pemilihan tempat tersebut juga sudah mendapatkan izin dan persetujuan dari kepala desa, ketua RT setempat, dan takmir masjid dengan persyaratan Pemuda Basudewa diberi beban untuk ikut membayar listrik Masjid Al-Huda sebesar 25% atau sekitar Rp 15.000 per bulan. Di sisi lain, tempat yang dipilih untuk mengeringkan dan mengkilapkan motor juga tak jauh dari tempat untuk mencuci motor, yaitu Gedung Serbaguna Masjid Al-Huda. Gedung tersebut adalah bekas Sekolah Dasar (SD) yang sudah tidak terpakai dan tidak terawat.

Dalam menjalankan usahanya yang pertama kali, Pemuda Basudewa hanya bermodalkan 10 *sachet* sampo kit motor, 10 *sachet* kit pengkilap motor, 1 wadah *kanebo*, dan 3 plastik spon yang dibeli dari warung terdekat. Untuk melakukan promosi usaha pada warga desa Bayuran dan sekitarnya, Pemuda Basudewa memanfaatkan *microphone* masjid. Reaksi dan respon warga desa sungguh diluar dugaan, banyak warga desa datang berbondong-bondong mendatangi lokasi usaha dan ingin melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa. Harga yang ditetapkan untuk mencuci motor pun relatif terjangkau, yaitu Rp 5.000. Pada hari pertama tercatat 40 motor berhasil di cuci oleh Pemuda Basudewa. Melihat perkembangan di hari pertama yang cukup baik, Pemuda Basudewa sepakat akan melanjutkan usaha cuci motor ini setiap 2 minggu sekali. Akan tetapi, jika berhalangan dengan

adanya acara penting usaha cuci motor ini akan dibuka kembali pada minggu berikutnya.

Saat ini, Usaha Cuci Motor Basudewa sudah memiliki 1 unit *Jet Cleaner Loipro* atau alat semprot motor yang dapat memudahkan dalam melakukan cuci motor sehingga tidak perlu lagi mengambil dari kran Masjid. Persediaan alat-alat yang digunakan untuk mencuci motor pun cukup lengkap seperti, 5 botol shampo motor, 1 botol besar kit pengkilap motor, 7 buah spon, 4 wadah kanebo, kuas motor, dan sikat motor. Lambat laun, pelanggan yang berdatangan pun tidak hanya berasal dari dalam desa melainkan juga berasal dari luar desa di sekitar desa Bayuran. Setiap minggunya, usaha cuci motor ini dapat mencuci motor sebanyak 40 sampai 60 motor. Pemasukan bersih yang diterima Pemuda Basudewa dari minggu ke minggu pun terus mengalami peningkatan yang cukup baik sehingga dapat dikatakan bahwa usaha yang dijalankan sekelompok Pemuda Basudewa ini berhasil dan menghasilkan keuntungan yang cukup besar.

4.2 Gambaran Umum Responden

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner pada 60 orang responden, dapat diketahui bahwa karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa kelompok, yaitu karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan pendapatan.

Berikut ini akan diuraikan karakteristik-karakteristik responden tersebut, yaitu sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu pria dan wanita. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
	Dalam Angka	Persentase (%)
Pria	26	43,33
Wanita	34	56,67
Jumlah	60	100

Sumber: Data primer diolah (2018)

Hasil tabulasi jawaban responden yang tercantum pada tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa dari 60 responden yang pernah melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa, 26 responden (43,33%) diantaranya adalah pria, sedangkan 34 responden (56,67%) diantaranya adalah wanita. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan yang melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa adalah wanita.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia

Berdasarkan karakteristik umur/usia, maka responden dalam penelitian ini dibagi menjadi enam kelompok. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2

No.	Umur/Usia	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase (%)
1.	20–25 tahun	11	18,33
2.	26–31 tahun	5	8,33
3.	32–37 tahun	13	21,67
4.	38–43 tahun	9	15
5.	44–49 tahun	10	16,67
6.	Lebih dari 50 tahun	12	20
	Jumlah	60	100

Sumber: Data primer diolah (2018)

Hasil tabulasi jawaban responden yang tercantum pada tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa dari 60 responden yang pernah melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa, 11 responden (18,33%) diantaranya termasuk kategori usia 20–25 tahun, 5 responden (8,33%) diantaranya termasuk kategori usia 26–31 tahun, 13 responden (21,67%) diantaranya termasuk kategori usia 32–37 tahun, 9 responden (15%) diantaranya termasuk kategori usia 38–43 tahun, 10 responden (16,67%) diantaranya termasuk kategori usia 44–49 tahun, dan 12 responden (20%) termasuk kategori usia lebih dari 50 tahun.

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan yang melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa adalah pelanggan yang berusia 32–37 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan karakteristik pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini dibagi menjadi enam kelompok. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini.

Tabel 4.3

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase (%)
1.	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	3	5
2.	Pegawai Swasta	12	20
3.	Wiraswasta	13	21,67
4.	Pedagang	6	10
5.	Pelajar/Mahasiswa	4	6,67
6.	Lain-Lain	22	36,66
	Jumlah	60	100

Sumber: Data primer diolah (2018)

Hasil tabulasi jawaban responden yang tercantum pada tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa dari 60 responden yang pernah melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa, 3 responden (5%) diantaranya bekerja sebagai PNS, 12 responden (20%) diantaranya bekerja sebagai pegawai swasta, 13 responden (21,67%) diantaranya bekerja wiraswasta, 6 responden (10%) diantaranya bekerja sebagai pedagang, 4 responden (6,67%) diantaranya berstatus sebagai

pelajar/mahasiswa, dan 22 responden (36,66%) diantaranya bekerja lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan yang melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa adalah pelanggan yang bekerja lain-lain.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan karakteristik pendapatan, maka responden dalam penelitian ini dibagi menjadi lima kelompok. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4

No.	Pendapatan	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase (%)
1.	Kurang dari Rp 500.000	14	23,33
2.	Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000	9	15
3.	Rp 1.000.000 s/d Rp 1.500.000	21	35
4.	Rp 1.500.000 s/d Rp 2.000.000	12	20
5.	Lebih dari Rp 2.000.000	4	6,67
	Jumlah	60	100

Sumber: Data primer diolah (2018)

Hasil tabulasi jawaban responden yang tercantum pada tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa dari 60 responden yang pernah melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa, 14 responden (23,33%) diantaranya mempunyai pendapatan kurang dari Rp 500.000, 9 responden (15%) diantaranya mempunyai pendapatan Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000, 21 responden (35%) diantaranya mempunyai pendapatan

Rp 1.000.000 s/d Rp 1.500.000, 12 responden (20%) diantaranya mempunyai pendapatan Rp 1.500.000 s/d Rp 2.000.000, dan 4 responden (6,67%) diantaranya mempunyai pendapatan lebih dari Rp 2.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan yang melakukan cuci motor di Usaha Cuci Motor Basudewa mempunyai pendapatan sebesar Rp 1.000.000 s/d Rp 1.500.000.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kriteria yang digunakan untuk menguji valid tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan antara r hitung terhadap r tabel. Nilai r tabel dalam penelitian ini adalah r tabel dengan derajat kebebasan = 60 pada $\alpha = 5\%$, yaitu 0,254.

Dasar pengambilan keputusan uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Jika r hitung positif dan r hitung $> r$ tabel, maka butir kuesioner atau variabel tersebut dikatakan valid.
- Jika r hitung tidak positif dan r hitung $< r$ tabel, maka butir kuesioner atau variabel tersebut dikatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program *statistic SPSS* versi 17.0 untuk melakukan analisis pada butir-butir kuesioner. Adapun hasil uji validitas tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas

Indikator	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Tangible</i> (X1)	X _{1.1}	0,578	0,254	Valid
	X _{1.2}	0,438	0,254	Valid
	X _{1.3}	0,399	0,254	Valid
<i>Reliability</i> (X2)	X _{2.1}	0,538	0,254	Valid
	X _{2.2}	0,628	0,254	Valid
	X _{2.3}	0,401	0,254	Valid
<i>Responsiveness</i> (X3)	X _{3.1}	0,487	0,254	Valid
	X _{3.2}	0,257	0,254	Valid
	X _{3.3}	0,437	0,254	Valid
<i>Assurance</i> (X4)	X _{4.1}	0,410	0,254	Valid
	X _{4.2}	0,582	0,254	Valid
	X _{4.3}	0,470	0,254	Valid
<i>Empathy</i> (X5)	X _{5.1}	0,454	0,254	Valid
	X _{5.2}	0,368	0,254	Valid
	X _{5.3}	0,314	0,254	Valid
Kepuasan (Y)	Y1	0,641	0,254	Valid
	Y2	0,864	0,254	Valid
	Y3	0,811	0,254	Valid

Sumber: Data primer diolah (2018)

Hasil tersebut menunjukkan bahwa butir-butir kuesioner pertanyaan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai r hitung pada masing-masing item lebih besar dari r tabel (0,254), artinya seluruh butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Untuk mengetahui reliabilitas dari pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner digunakan teknik *Cronbach Alpha*.

Suatu instrumen dianggap reliabel apabila koefisien diatas 0,6 (Wiyono, 2011:116). Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program *statistic SPSS* versi 17.0.

Adapun hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.6, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Item Pertanyaan	Koefisien	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
<i>Tangible</i> (X ₁)	X _{1.1}	0,6	0,657	Reliabel
	X _{1.2}	0,6	0,685	Reliabel
	X _{1.3}	0,6	0,692	Reliabel
<i>Reliability</i> (X ₂)	X _{2.1}	0,6	0,679	Reliabel
	X _{2.2}	0,6	0,673	Reliabel
	X _{2.3}	0,6	0,688	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (X ₃)	X _{3.1}	0,6	0,677	Reliabel
	X _{3.2}	0,6	0,700	Reliabel
	X _{3.3}	0,6	0,696	Reliabel
<i>Assurance</i> (X ₄)	X _{4.1}	0,6	0,693	Reliabel
	X _{4.2}	0,6	0,675	Reliabel
	X _{4.3}	0,6	0,691	Reliabel

<i>Empathy</i> (X_5)	$X_{5.1}$	0,6	0,685	Reliabel
	$X_{5.2}$	0,6	0,705	Reliabel
	$X_{5.3}$	0,6	0,704	Reliabel
Kepuasan (Y)	Y_1	0,6	0,717	Reliabel
	Y_2	0,6	0,689	Reliabel
	Y_3	0,6	0,691	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian terhadap seluruh item pertanyaan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini, uji analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian) terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa. Dengan demikian persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$

Di mana:

Y = Variabel kepuasan pelanggan

a = Konstanta dari persamaan regresi

b_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1 (dimensi bukti fisik)

X_1 = Dimensi bukti fisik

b_2 = Koefisien regresi untuk variabel X_2 (dimensi kehandalan)

X_2 = Dimensi kehandalan

b_3 = Koefisien regresi dari variabel X_3 (dimensi daya tanggap)

X_3 = Dimensi daya tanggap

b_4 = Koefisien regresi untuk variabel X_4 (dimensi jaminan)

X_4 = Dimensi jaminan

b_5 = Koefisien regresi untuk variabel X_5 (dimensi perhatian)

X_5 = Dimensi perhatian

e = Kesalahan prediksi

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan bantuan program *statistic SPSS* versi 17.0 diperoleh hasil seperti yang tercantum dalam tabel 4.7, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	t hitung	Signifikan t
<i>Tangible</i> (X1)	0,337	0,117	2,873	0,006
<i>Reliability</i> (X2)	0,053	0,172	0,312	0,757
<i>Responsiveness</i> (X3)	0,088	0,144	0,609	0,545
<i>Assurance</i> (X4)	- 0,368	0,195	-1,884	0,065
<i>Emphaty</i> (X5)	- 0,031	0,172	-0,179	0,859
Konstanta	11,738			
R	0,437			
R Square	0,191			
F	2,547			
Sig F	0,038			

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan hasil perhitungan analisis linier regresi berganda, maka secara matematis dapat dituliskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 11,738 + 0,337 X_1 + 0,053 X_2 + 0,088 X_3 - 0,368 X_4 - 0,031 X_5$$

Pada persamaan di atas ditunjukkan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Adapun arti dari koefisien regresi linier berganda tersebut adalah:

1. Konstanta (a) = 11,738 artinya apabila variabel *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance*

(jaminan), dan *empathy* (perhatian) tidak ada atau sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan mempengaruhi sebesar 11,738.

2. Koefisien regresi $b_1 = 0,337$

Hubungan antara variabel *tangible* (X_1) dengan variabel kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi b_1 sebesar 0,337, artinya variabel *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yakni dapat menaikkan kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa sebesar 33,7%.

3. Koefisien regresi $b_2 = 0,053$

Hubungan antara variabel *reliability* (X_2) dengan variabel kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi b_2 sebesar 0,053, artinya variabel *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yakni dapat menaikkan kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa sebesar 5,3%.

4. Koefisien regresi $b_3 = 0,088$

Hubungan antara variabel *responsiveness* (X_3) dengan variabel kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi b_3 sebesar 0,088, artinya variabel *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yakni dapat menaikkan kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa sebesar 8,8%.

5. Koefisien regresi $b_4 = -0,368$

Hubungan antara variabel *assurance* (X_4) dengan variabel kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi b_4 sebesar -0,368, artinya variabel *assurance* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yakni hanya dapat menaikkan kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa sebesar -36,8 %.

6. Koefisien regresi $b_5 = -0,031$

Hubungan antara variabel *empathy* (X_5) dengan variabel kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi b_5 sebesar -0,031, artinya variabel *empathy* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yakni hanya dapat menaikkan kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa sebesar -3,1%.

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa variabel *tangible* mempunyai beta yang paling besar ($b_1 = 0,337$) dibandingkan dengan variabel yang lain, yaitu *reliability* ($b_2 = 0,053$), *responsiveness* ($b_3 = 0,088$), *assurance* ($b_4 = -0,368$) dan *empathy* ($b_5 = -0,031$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *tangible* mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

4.3.4 Uji T (Parsial)

Uji T dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing koefisien regresi secara individual variabel-variabel bebas (X) yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian) terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Cuci Motor Basudewa (Y). Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Rumus yang digunakan untuk menghitung dengan derajat kebebasan adalah sebagai berikut:

$$df = (\text{jumlah responden} - \text{jumlah variabel bebas} - 1).$$

$$= (60 - 5 - 1) = 54, \text{ maka diperoleh nilai } t \text{ tabel sebesar } 1,674.$$

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel (1,674).

- Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Apabila $t \text{ hitung} = t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian dengan bantuan program *statistic SPSS* versi 17.0, maka diperoleh nilai *t* hitung seperti yang disajikan dalam tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.738	2.650		4.429	.000
	Tangible (X1)	.337	.117	.382	2.873	.006
	Reliability (X2)	.053	.172	.048	.312	.757
	Responsiveness (X3)	.088	.144	.083	.609	.545
	Assurance (X4)	-.368	.195	-.311	-1.884	.065
	Empathy (X5)	-.031	.172	-.026	-.179	.859

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Hasil Uji T

Variabel Independen	t hitung	t tabel	Signifikansi	Keterangan
<i>Tangible</i> (X ₁)	2,873	1,674	0,006	Signifikan
<i>Reliability</i> (X ₂)	0,312	1,674	0,757	Tidak Signifikan
<i>Responsiveness</i> (X ₃)	0,609	1,674	0,545	Tidak Signifikan
<i>Assurance</i> (X ₄)	-1,884	1,674	0,065	Tidak Signifikan
<i>Empathy</i> (X ₅)	-0,179	1,674	0,859	Tidak Signifikan

Sumber: Data primer diolah (2018)

Maksud dari tabel 4.8 tentang hasil uji t di atas adalah sebagai berikut:

1. Pengujian terhadap variabel *tangible* (bukti fisik)

Kriteria hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *tangible* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

$H_a : b_1 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan variabel *tangible* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar (2,873) lebih besar dari t tabel (1,674), maka nilai t hitung berada di daerah penolakan H_0 sehingga keputusannya menolak H_0 dan menerima H_a . Berarti ada pengaruh yang signifikan variabel *tangible* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

2. Pengujian terhadap *reliability* (kehandalan)

Kriteria hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_2 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *reliability* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

$H_a : b_2 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan variabel *reliability* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar (0,312) lebih kecil dari t tabel (1,674), maka nilai t hitung berada di daerah penolakan H_a sehingga keputusannya menolak H_a dan menerima H_0 . Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *reliability* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

3. Pengujian terhadap variabel *responsiveness* (daya tanggap)

Kriteria hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_3 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

$H_a : b_3 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar (0,609) lebih kecil dari t tabel (1,674), maka nilai t hitung berada di daerah penolakan H_a sehingga keputusan menolak H_a dan menerima H_0 . Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

4. Pengujian terhadap *assurance* (jaminan)

Kriteria hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_4 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

$H_a : b_4 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar (-1,884) lebih kecil dari t tabel (1,674), maka nilai t hitung berada di daerah penolakan H_a sehingga keputusan menolak H_a dan menerima H_0 . Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

5. Pengujian terhadap *empathy* (perhatian)

Kriteria hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_5 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *empathy* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

$H_a : b_5 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan variabel *empathy* terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar (-0,179) lebih kecil dari t tabel (1,674), maka nilai t hitung berada di daerah penolakan H_a sehingga keputusan menolak H_a dan menerima H_0 . Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan Usaha Cuci Motor Basudewa.

4.3.5 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh bersama-sama yang diberikan variabel bebas yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (dayatanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Tabel hasil perhitungan uji F dan langkah-langkah pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.9

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.162	5	3.432	2.547	.038 ^a
	Residual	72.771	54	1.348		
	Total	89.933	59			

a. Predictors: (Constant), Empathy (X5), Responsiveness (X3), Tangible (X1), Reliability (X2), Assurance (X4)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber: Data primer (2018)

1. Hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$H_0 : b_1 = 0$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan variabel dimensi-dimensi dalam kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa secara bersama.

$H_a : b_1 \neq 0$ berarti ada pengaruh yang signifikan variabel dimensi-dimensi dalam kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa secara bersama.

2. Level of signifikan $\alpha = 0,05$

3. Penentuan Kriteria Pengujian

Nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Rumus yang digunakan untuk menghitung derajat kebebasan adalah $df = (\text{jumlah variabel bebas; (jumlah responden - jumlah variabel bebas - 1)})$.

$$df = (5; 60 - 5 - 1)$$

$$= (5; 54), \text{ maka diperoleh nilai } f \text{ tabel sebesar } 2,39$$

H_0 diterima apabila F hitung $< 2,39$.

H_0 ditolak apabila F hitung $> 2,39$.

4. Nilai F hitung = 2,547

5. Kesimpulan

Nilai F hitung sebesar 2,547 yang berarti F hitung (2,547) lebih besar dari pada F tabel (2,39), maka keputusannya menolak H_0 dan

menerima H_a . Dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (perhatian) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

4.3.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan sebagai alat analisis untuk menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independen yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Pengujian koefisien Determinasi (R^2) ini dengan menggunakan bantuan program *statistic SPSS* versi 17.0. Hasil analisis ini ditampilkan pada tabel 4.10 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.437 ^a	.191	.116	1.16087

a. Predictors: (Constant), Empathy (X5), Responsiveness (X3), Tangible (X1), Reliability (X2), Assurance (X4)

Sumber: Data primer diolah (2018)

Dari hasil pengujian di atas diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,191 yang menunjukkan bahwa sebesar 19,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian) sedangkan sisanya sebesar 80,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,437 hal ini menunjukkan bahwa variabel *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian) memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan Usaha Cuci Motor Basudewa terhadap kepuasan pelanggan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa:
 - a. Variabel *tangible* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung $>$ t tabel, yaitu $2,873 > 1,674$ dan koefisien beta sebesar 0,337 atau 33,7%.
 - b. Variabel *reliability* (kehandalan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung $<$ t tabel, yaitu $0,312 < 1,674$ dan koefisien beta sebesar 0,053 atau 5,3%.
 - c. Variabel *responsiveness* (daya tanggap) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung $<$ t tabel, yaitu $0,609 < 1,674$ dan koefisien beta sebesar 0,088 atau 8,8%.
 - d. Variabel *assurance* (jaminan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan

nilai t hitung $< t$ tabel, yaitu $-1,884 < 1,674$ dan koefisien beta sebesar $-0,368$ atau $-36,8 \%$.

- e. Variabel *empathy* (perhatian) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung $< t$ tabel, yaitu $-0,179 < 1,674$ dan koefisien beta sebesar $-0,031$ atau $-3,1\%$.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel *tangible* adalah variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa. Variabel bebas lain seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan mayoritas responden melakukan pengisian kuesioner dengan kategori jawaban setuju (bobot 4) dan sangat setuju (bobot 5).

2. Berdasarkan hasil perhitungan uji f menunjukkan bahwa variabel *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $2,547 > 2,39$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka saran-saran yang dapat diberikan guna perkembangan dan penentuan kebijaksanaan di masa mendatang adalah sebagai berikut:

1. Saran Untuk Usaha Cuci Motor Basudewa

Hasil analisis data dari uji *f* menyatakan bahwa semua variabel independen, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Usaha Cuci Motor Basudewa. Saran yang diberikan peneliti untuk Usaha Cuci Motor Basudewa adalah sebagai berikut:

a. Saran untuk variabel *tangible* (bukti fisik)

Pemuda Basudewa sebaiknya memperhatikan variabel *tangible* (bukti fisik) untuk meningkatkan kualitas pelayanan cuci motor pada pelanggannya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari variabel ini misalnya, mendesain gedung serbaguna yang digunakan sebagai tempat mengkilapkan motor menjadi unik dan menarik sehingga pelanggan merasa nyaman ketika berada di lokasi Usaha Cuci Motor Basudewa.

b. Saran untuk variabel *reliability* (kehandalan)

Pemuda Basudewa sebaiknya memperhatikan variabel *reliability* (kehandalan) untuk meningkatkan kualitas pelayanan cuci motor pada pelanggannya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari variabel ini misalnya, memberikan pelayanan cuci motor yang tepat waktu terutama

pada pelanggan yang motornya terburu-buru akan dipakai untuk bekerja atau bepergian jauh. Kepuasan pelanggan akan tercipta dengan adanya pelayanan cuci motor yang tepat waktu pada pelanggan.

c. Saran untuk variabel *responsiveness* (daya tanggap)

Pemuda Basudewa sebaiknya memperhatikan variabel *responsiveness* (daya tanggap) untuk meningkatkan kualitas pelayanan cuci motor pada pelanggannya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari variabel ini misalnya, mendengarkan dan menanggapi dengan baik kritik serta saran yang disampaikan pelanggan. Kritik dan saran tersebut dapat membantu Usaha Cuci Motor Basudewa untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang buruk dan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik untuk memberikan kepuasan pada pelanggan.

d. Saran untuk variabel *assurance* (jaminan)

Pemuda Basudewa sebaiknya memperhatikan variabel *assurance* (jaminan) untuk meningkatkan kualitas pelayanan cuci motor pada pelanggannya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari variabel ini misalnya, bersikap sopan dan ramah pada setiap pelanggan yang datang di Usaha Cuci Motor Basudewa tanpa membedakan status sosialnya. Sikap sopan dan ramah tersebut dapat menjadi kunci utama untuk memberikan kepuasan dan kenyamanan pada pelanggan saat berada di lokasi Usaha Cuci Motor Basudewa.

e. Saran Untuk Variabel *Empathy* (Perhatian)

Pemuda Basudewa sebaiknya memperhatikan variabel *empathy* (perhatian) untuk meningkatkan kualitas pelayanan cuci motor pada pelanggannya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari variabel ini misalnya, menjalin komunikasi dan kedekatan yang lebih baik lagi pada pelanggan sehingga bisa mengetahui kritik, saran, dan keluhan yang disampaikan pelanggan dan memberikan respon yang terbaik untuk memuaskan pelanggan. Selain itu, Pemuda Basudewa perlu meningkatkan tanggungjawabnya atas kehilangan barang milik pelanggan yang disimpan di dalam jok motor pelanggan tidak hanya mantrol, tetapi bisa STNK dan barang-barang lainnya.

2. Saran Untuk Penelitian Di Masa yang Akan Datang

Saran yang diberikan peneliti untuk penelitian di masa yang akan datang adalah kemampuan untuk memprediksi lima variabel independen terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini hanya sebesar 19,1%, sedangkan sisanya sebesar 80,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Untuk penelitian yang akan datang, disarankan untuk menambah variabel independen lainnya yang potensial memberikan kontribusi dan gambaran yang lebih luas terhadap kepuasan pelanggan seperti, strategi harga dan strategi promosi melalui sosial media.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, MM (2015), *Metodologi Penelitian Kuantitatif* Edisi 1, Yogyakarta: Andi Offset.
- Amir “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Kotagede II” Skripsi Tidak Diterbitkan, Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha Yogyakarta, 2015.
- Apriani, Munica “Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan” Skripsi Tidak Diterbitkan, Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Azwar, Saifuddin (1997), *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi (2008), *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*, Yogyakarta: Bina Aksara.
- Arikunto, Suharsimi (2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Budianto, Apri (2015), *Manajemen Pemasaran* Edisi Revisi, Yogyakarta: Ombak.
- Daryanto dkk (2013), *Kewirausahaan* Edisi 1, Yogyakarta: Gava Media.
- Ferdinand, Augusty (2006), *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2009), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi 4, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hardiyati, Ratih “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebuh Teh Pagilaran” Skripsi Tidak Diterbitkan, Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2010.

Jogiyanto (2008), *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*, Yogyakarta: Andi Offset.

Kotler, Phillip (2002), *Manajemen Pemasaran* (terjemahan Hendra Teguh dkk) Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Prenhallindo.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani (2006), *Manajemen Pemasaran Jasa* Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.

Nilasari, Eswika dan Istiatin. (2015). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo” Jurnal Paradigma, Vol 13, No. 1 (Februari-Juli), 1-12.

Panjaitan, J.E. dan Ai Lili Yuliati (2016). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung” DeReMa Jurnal Manajemen, Vol 11, No. 2 (September), 265-289.

Parasuraman, A. Valerie (2001), *Delivering Quality Service* (Diterjemahkan oleh Sutanto), The Free Press, New York.

Riadi, Edi (2016), *Statistika Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.

Sugiyono (2012), *Statistika Untuk Penelitian* Edisi 20, Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2005), *Service, Quality & Satisfaction*

Edisi 1, Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy (1997), *Strategi Pemasaran* Edisi 2, Yogyakarta: Andi Offset.

Wiyono, Gendro, 2011, *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS*

17.0 & Smart PLS 2.0. Edisi Pertama, Yogyakarta: STIM YKPN.

[https://muji-gunarto.wordpress.com/2009/01/02/pengertian-servqual-by-muji-](https://muji-gunarto.wordpress.com/2009/01/02/pengertian-servqual-by-muji-gunarto/)

[gunarto/](https://muji-gunarto.wordpress.com/2009/01/02/pengertian-servqual-by-muji-gunarto/), Diakses pada tanggal 5 Desember 2017 pukul 04.26 WIB.

[https://damayantihilda4.wordpress.com/2013/04/14/variabel-penelitian-dan-](https://damayantihilda4.wordpress.com/2013/04/14/variabel-penelitian-dan-definisi-operasional/)

[definisi-operasional/](https://damayantihilda4.wordpress.com/2013/04/14/variabel-penelitian-dan-definisi-operasional/), Diakses pada tanggal 5 Desember 2017 pukul 04.18

WIB