

PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH UNIT MOTOR'S CENTRE FINANCING PLAZA MOTOR DI SAMARINDA

Adam Husaien
Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas 17 Agustus 1945, Samarinda Indonesia
Adam_boy_cool@yahoo.com

ABSTRAK

Adam Husaien. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada UMC Financing Plaza Motor. Bimbingan oleh Theresia Militina sebagai dosen pembimbing pertama dan Eka Yudhyani sebagai dosen pembimbing kedua.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada UMC Financing Plaza Motor Kota Samarinda dan untuk mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada UMC Financing Plaza Motor Kota Samarinda

Hasil dari penelitian ini pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa Variabel *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Emphaty* (X_5) secara bersamaan (Simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Unit Motor's Centre (UMC) Plaza Motordengan hasil uji F sebesar 38,410 dan a 0,000.

Hasil dari penelitian ini pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa *Responsiveness* (X_3) berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Unit Motor's Centre (UMC) Plaza Motor dengan hasil uji t sebesar 7,807 dan a 0,000. Kemudian nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,800 atau 80,0% dan nilai R (koefisien korelasi berganda) Sebesar 0,894 atau 89,4%

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan uraian tersebut, penulis berniat untuk mengkaji dan meneliti serta membahas pelayanan yang diberikan oleh Unit Motor's Centre (UMC) Plaza Motor terhadap kepuasan pelanggan mereka dengan memilih judul : **"PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA UNIT MOTOR'S CENTRE FINANCING PLAZA MOTOR."**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Apakah dimensi Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada UMC Financing Plaza Motor Kota Samarinda?
2. Dari dimensi variabel tersebut, manakah faktor yang Dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada Unit Motor's Centre (UMC) Plaza Motor Kota Samarinda?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Unit Motor's Centre (UMC) Plaza Motor Kota Samarinda.
2. Variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty*, yang dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada Unit Motor's Centre (UMC) Financing Plaza Motor Kota Samarinda.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan pokok yang telah dikemukakan maka akan dijelaskan manfaat penelitian ialah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan referensi bagi yang berminat untuk memperdalam masalah kepuasan pelanggan.
2. Bagi penulis, selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.
3. Dengan melakukan penelitian, diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berguna bagi peneliti untuk dapat berfikir secara analisis dan dinamis di masa yang akan datang.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Definisi pemasaran menurut Tousley, Clark dan Fred dalam Alma, (2005:2): "*Marketing consist of those effort which effect transfers in the ownership of goods and services and which provide for their physical distribution.*" Artinya adalah pemasaran terdiri dari usaha yang mempengaruhi pemindahan kepemilikan barang dan jasa dan termasuk distribusinya.

B. Konsep Jasa

1. Karakteristik Jasa

Peranan jasa pelayanan saat ini sangat memegang peranan penting terlebih lagi di bidang pendidikan. Pentingnya jasa pelayanan pendidikan dikarenakan untuk mengimbangi kemajuan sebagai pengaruh dari teknologi. Jasa menurut Kotler (2005 :

C. Konsep dan Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Menurut Assauri (2006:149) pelayanan merupakan bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat nasabah, dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat nasabah terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa.

D. Konsep Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap

produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kotler (2005 : 177) mendefinisikan kepuasan pelanggan :

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka dibuatlah hipotesis sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada UMC Financing Plaza Motor Kota Samarinda.
2. Variabel *Responsiveness* merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada UMC Financing Plaza Motor Kota Samarinda.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional

1. Variabel dependent
kepuasan nasabah (Y). Adapun indikator-indikator dari kepuasan nasabah di UMC Financing Plaza Motor dalam penelitian ini adalah:
 - 1) Kenyamanan yang dirasakan nasabah pada saat pelayanan diberikan
 - 2) Keyakinan nasabah atas pelayanan yang diberikan
 - 3) Minat untuk selalu menggunakan jasa
2. Variabel Independen
 - a. *Tangibles* (X₁)
Adapun indikator-indikator *tangible* di Unit Motor's

Centre (UMC) Financing Plaza Motor dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bangunan dan interior yang bagus dan menarik
 - 2) Kebersihan dan kenyamanan
 - 3) Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan
 - 4) Area tempat parkir
- b. *Reliability* (X₂)
Adapun indikator-indikator *reliability* di UMC Financing Plaza Motor dalam penelitian ini adalah:
 - 1) Kecepatan *receptionist* dalam melayani nasabah
 - 2) Prosedur pelayanan atau pendaftaran untuk nasabah yang tidak berbelit-belit
 - 3) Penanganan yang diberikan kepada nasabah
 - c. *Responsiveness* (X₃)
Adapun indikator-indikator *responsiveness* di UMC Financing Plaza Motor dalam penelitian ini adalah:
 - 1) Tanggap terhadap keluhan nasabah
 - 2) Kesiediaan karyawan membantu nasabah
 - 3) Kecepatan dalam menyelesaikan masalah
 - d. *Assurance* (X₄)
Adapun indikator-indikator *assurance* di Unit Motor's Centre (UMC) Financing Plaza Motor dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kemampuan dalam melayani nasabah
- 2) Pengetahuan yang luas
- 3) Keamanan nasabah terjamin

e. *Emphaty* (X_5)

Adapun indikator-indikator *emphaty* di Unit Motor's Centre (UMC) Financing Plaza Motor dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bersedia mencari / menawarkan solusi dari masalah nasabah
- 2) Mengetahui keinginan nasabah
- 3) Mampu berkomunikasi dengan baik

B. Populasi dan Sampel

Populasi ialah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian (Ferdinand, 2006 : 223). Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan kredit motor Unit Motor's Centre (UMC) Financing Plaza Motor. Dalam penelitian yang menjadi responden adalah sebanyak 54 responden, yaitu hasil pembulatan dari perhitungan dengan menggunakan rumus slovin diatas.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan :

1. Kuesioner
2. Observasi penelitian.
3. Studi Pustaka

E. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis

Alat analisis dan pengujian hipotesis sehubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Sedangkan untuk menilai tanggapan nasabah mengenai indikator-indikator di atas, maka penulis menggunakan metode skala Likert yang tiap jawaban diberi skor sebagai berikut:

1. Jawaban a (sangat setuju) diberi skor 5
2. Jawaban b (setuju) diberi skor 4
3. Jawaban c (cukup setuju) diberi skor 3
4. Jawaban d (tidak setuju) diberi skor 2
5. Jawaban e (sangat tidak setuju) diberi skor 1

1. Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

Regresi berganda (*multiple regression*) adalah model regresi yang terdiri dari lebih dari satu variabel independen.

Menurut Widarjono (2007:63) bentuk umum regresi berganda sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki} + e_i$$

2. Koefisien Korelasi (R)

Konsep yang sangat erat kaitannya dengan koefisien determinasi (R^2) adalah koefisien korelasi (R). Koefisien korelasi (R) mengukur derajat keeratan antara dua variabel. Semakin besar nilai R, maka semakin tepat model regresi yang dipakai sebagai alat perhitungan karena total variasi dapat menjelaskan variabel tidak bebas. Menurut Umar (2001 : 69) perhitungan ini dinyatakan dengan rumus:

$$R = \sqrt{\frac{b_1 \sum x_1 y - b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Mengukur seberapa baik garis regresi cocok dengan datanya untuk mengukur persentase total variasi Y yang dijelaskan oleh garis regresi digunakan konsep koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) didefinisikan sebagai proporsi atau persentase dari total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan oleh garis regresi (variabel independen X).

Menurut Widarjono (2007 : 29) formula R^2 adalah sebagai berikut:

$$R^2 \equiv \frac{ESS}{TSS} \\ \equiv \frac{\sum (\hat{Y}_i - \bar{Y})^2}{\sum (Y_i - \bar{Y})^2}$$

Keterangan :

ESS = *Explained sum of squares*

TSS = *Total sum of squares*

Jika garis regresi tepat pada semua data Y maka ESS sama dengan TSS sehingga $R^2 = 1$, sedangkan jika garis regresi tepat pada rata-rata nilai Y maka ESS=0 sehingga R^2 sama dengan nol. Dengan demikian, nilai koefisien determinasi ini terletak antara 0 dan 1.

$$0 \leq R^2 \leq 1$$

4. Uji Hipotesis Koefisien Regresi Secara Menyeluruh: Uji F

Menurut Widarjono (2007:74) formula uji statistik F adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah pengamatan

k = Jumlah parameter yang diestimasi

5. Uji t Koefisien Regresi Parsial

Menurut Widarjono (2007:70) formula uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\hat{\beta}_k - \beta_k}{se(\hat{\beta}_k)}$$

Keterangan :

se = *Standar error*

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

C. Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Emphaty* (X_5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) maka digunakan model analisis regresi berganda. Untuk mempermudah pengolahan data digunakan bantuan program (*Statistical Pacages For Social Science*).

Dari hasil analisis diperoleh persamaan Regresi Linear Berganda sebagai berikut :

$$Y' = 0,138 + 0,531X_1 + 0,618X_2 + 1,111X_3 + 0,658X_4 + 0,449X_5 + e$$

2. Uji Regresi Serempak (F – test)

Berdasarkan hasil analisis diketahui $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ (38,410 > 2,41) Maka H_0 Ditolak, artinya ada pengaruh secara signifikan antara *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Emphaty* (X_5) secara bersama – sama

terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

3. Uji Regresi Parsial (t-test)

a. Pengaruh *Tangibles* (X_1) *Reliability* (X_2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan menganggap variabel lainnya konstan.

b. Pengaruh *Responsiveness*

c. Pengaruh *Assurance* (X_4)

d. Pengaruh *Empathy* (X_5)

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil analisa regresi linear berganda diketahui bahwa variabel *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Empathy* (X_5) secara bersama-sama (Simultan) berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Unit Motor's Centre (UMC) Plaza Motor. Hal ini diketahui dengan nilai $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ ($38,410 > 2,41$) sehingga hipotesis pertama diterima.

B. Saran

1. *Tangibles*
2. *Reliability*
3. *Responsiveness*

1. DAFTAR PUSTAKA

[1] Alma Buchori, 2005. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Penerbit Alpa Beta. Bandung.

[2] Assauri,sofyan, 2006, **Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep Dan Strategi)**, penerbit PT. Grafindo Persada, Jakarta

[3] Bilson, Simamora. 2004. **Panduan Riset Perilaku Konsumen**.PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

[4] Ferdinand, A.T. 2006, **Metode Penelitian Manajemen**, BP Undip. Semarang

[5] Hasan .2006. **Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang**

[6] Sugiyono, 2007, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Kesembilan, Alfabeta, Bandung.

[7] Tjiptono, Fandy and Gregorius Chandra. 2006. Service, *Quality Satisfaction*. Andi Ofset. Yogyakarta.

[8] Tjiptono, Fandy. 2005. **Strategi Pemasaran (Edisi II)**. Penerbit Andi. Yogyakarta.

[9] Umar, Husein. 2007, **Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen**, PT Gramedia. Jakarta.