

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Adi Service Samarinda

Mahfud ¹, Mardiana ², Nurfitriani ³
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : mahfud100996@gmail.com

Keywords :

Reliability,
Responsiveness,
Assurance, Empathy,
Tangible, Price,
Customer Satisfaction

ABSTRACT

The purpose of this study is : 1.) To find out the reliability effect the customer satisfaction at the Samarinda Adi Service workshop. 2.) To find out responsiveness effect the customer satisfaction at Samarinda Adi Service workshop. 3.) To find out the assurance effect on customer satisfaction at Samarinda Adi Service workshop. 4.) To find out empathy effect customer satisfaction at the Samarinda Adi Service workshop. 5.) To find out tangible effect customer satisfaction at Samarinda Adi Service workshop. 6.) To find out the price effect on customer satisfaction at Samarinda Adi Service workshop. 7.) To find out the reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible and price together effect customer satisfaction at the Samarinda Adi Service workshop. The theory used in this research is service quality, price and customer satisfaction.

This research was conducted at Samarinda Adi Service Workshop. Samples taken as many as 77 respondents with the Probability Sampling method with sampling techniques using Simple Random Sampling. Data collection by distributing questionnaires using a Likert scale to measure each indicator. The analytical tool in the study used multiple linear regression analysis using SPSS v23 statistical program tools.

The results showed that : 1.) Reliability variable has a significant effect on customer satisfaction at Samarinda Adi Service Workshop. 2.) Responsiveness variable had no significant effect on customer satisfaction at the Samarinda Adi Service workshop. 3.) Assurance variable has a significant effect on customer satisfaction at the Samarinda Adi Service workshop. 4.) Empathy variable has a significant effect on customer satisfaction at Samarinda Adi Service Workshop. 5.) Tangible variable has a significant effect on customer satisfaction at Samarinda Adi Service Workshop. 6.) Price variable had no significant effect on customer satisfaction at the Samarinda Adi Service workshop. 7.) The variables of reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible and price together have a significant effect on customer satisfaction at the Samarinda Adi Service workshop.

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya kemajuan otomotif yang terus meningkat dan pertumbuhan populasi manusia yang semakin meningkat telah membuat berbagai macam perusahaan berlomba – lomba untuk membuat produk pemenuhan kebutuhan manusia seperti layanan sarana transportasi bagi masyarakat yang telah menjadi suatu kebutuhan. Kebutuhan yang dimaksud adalah bagaimana sebuah alat transportasi dapat membantu setiap aktivitas yang dilakukan masyarakat seperti motor ataupun mobil. Hal inilah yang menyebabkan banyak orang yang mendirikan usaha bengkel dalam sektor jasa yang bergerak di bidang perbaikan atau perawatan kendaraan.

Meningkatnya jumlah pesaing menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya sekedar mendirikan bengkel tetapi juga harus berlomba – lomba melakukan atau membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan dan harga yang unggul untuk memperoleh kepuasan pelanggan. Dunia usaha yang berorientasi kepada pelanggan ialah yang akan berhasil menarik hati pelanggan, sehingga usaha tersebut akan unggul dan disenangi dalam persaingan pasar. Pelanggan dalam mengambil keputusan mengenai alternatif pilihan bengkel akan mempertimbangkan berbagai faktor, faktor tersebut diantaranya yaitu kualitas pelayanan dan harga yang dapat memberikan kepuasan tersendiri.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Keandalan (*Reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Adi *Service* Samarinda ?
2. Apakah Daya Tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Adi *Service* Samarinda ?
3. Apakah Jaminan (*Assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Adi *Service* Samarinda ?
4. Apakah Empati (*Empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Adi *Service* Samarinda ?
5. Apakah Bukti Fisik (*Tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Adi *Service* Samarinda ?
6. Apakah Harga (*Price*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Adi *Service* Samarinda ?
7. Apakah Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangible*) dan Harga (*Price*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Adi *Service* Samarinda ?

Teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Pemasaran

Menurut H. Nystrom dalam Oentoro (2012 : 1) : “Pemasaran merupakan suatu kegiatan penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen”.

Manajemen Pemasaran

Menurut Hasan (2013 : 1) : “Pemasaran merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi stakeholder (pelanggan, karyawan dan pemegang saham”.

Kualitas Pelayanan

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011 : 107) : “kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima atau diperoleh.”

Dimensi kualitas pelayanan, menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman dalam Yamit (2013 : 10) : Telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah :

1. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan.
5. *Empathy* (empati), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Harga

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2014 : 131) : “Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa”.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Hasan (2013:90) : Kepuasan atau ketidakpuasan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja produk yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Ketidak sesuaian menciptakan ketidakpuasan.

METODE PENELITIAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Priyatno (2017 : 182) model hubungan nilai pelanggan dengan variabel - variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Keterangan :

- Y' : Variabel Dependen (nilai yang diprediksikan)
a : Konstanta (nilai Y' apabila X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₆ = 0)
b₁ : Koefisien regresi variabel kehandalan
X₁ : Variabel kehandalan
b₂ : Koefisien regresi variabel daya tanggap
X₂ : Variabel daya tanggap
b₃ : Koefisien regresi variabel jaminan
X₃ : Variabel jaminan
b₄ : Koefisien regresi variabel empati
X₄ : Variabel empati
b₅ : Koefisien regresi variabel bukti fisik
X₅ : Variabel bukti fisik
b₆ : Koefisien regresi variabel harga
X₆ : Variabel harga

2. Uji t (Parsial)

Menurut Ghazali (2009 : 88) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangible*) dan

Harga (*Price*)) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Kepuasan Pelanggan). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Bila t statistik signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak
- b. Bila t statistik signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima

3. Uji F (Simultan)

Mnurut Ghozali (2009 : 88) uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen (Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangible*) dan Harga (*Price*)) yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Bila f statistik signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak
- b. Bila f statistik signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2009 : 87) koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangible*) dan Harga (*Price*)) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel Kehandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empathy*) (X_4), Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) dan Harga (*Price*) (X_6) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada bengkel *Adi Service*.

Perhitungan statistik analisis regresi linear berganda menggunakan bantuan program SPSS for Windows. Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel beriku ini.

Tabel 1 : Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,528	1,218		3,719	,000
X1	-,185	,083	-,247	-2,219	,030
X2	,107	,127	,164	,841	,403
X3	,493	,114	,717	4,334	,000
X4	,419	,114	,593	3,676	,000
X5	-,286	,109	-,457	-2,635	,010
X6	,098	,088	,128	1,118	,267

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda dari variabel Kehandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empathy*) (X_4), Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) dan Harga (*Price*) (X_6) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai berikut :

$$Y' = 4,528 - 0,185 X_1 + 0,107 X_2 + 0,493 X_3 + 0,419 X_4 - 0,286 X_5 + 0,098 X_6$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta yaitu bernilai sebesar 4,528. Artinya jika variabel kehandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), bukti fisik (X_5) dan harga (X_6) nilainya adalah 0, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah 4,528.
2. Koefisien regresi variabel kehandalan (X_1) yaitu bernilai sebesar -0,185.
3. Koefisien regresi variabel daya tanggap (X_2) yaitu bernilai sebesar 0,107.
4. Koefisien regresi variabel jaminan (X_3) yaitu bernilai sebesar 0,493.
5. Koefisien regresi variabel empati (X_4) yaitu bernilai sebesar 0,419.
6. Koefisien regresi variabel bukti fisik (X_5) yaitu bernilai sebesar -0,286.
7. Koefisien regresi variabel harga (X_6) yaitu bernilai sebesar 0,098.

2. Uji t (Parsial)

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya menggunakan uji t (uji parsial) dengan bantuan program SPSS. Uji t (uji parsial) dilakukan untuk melihat secara individual berpengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikan dengan tingkat signifikansi 0,05, jika nilai signifikan yang dihasilkan dari perhitungan dibawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika nilai signifikan hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2 : Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,528	1,218		3,719	,000
X1	-,185	,083	-,247	-2,219	,030
X2	,107	,127	,164	,841	,403
X3	,493	,114	,717	4,334	,000
X4	,419	,114	,593	3,676	,000
X5	-,286	,109	-,457	-2,635	,010
X6	,098	,088	,128	1,118	,267

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan yang terdapat pada tabel diatas dapat dijelaskan pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari variabel (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) pada bengkel Adi Service di Samarinda sebagai berikut :

1. Variabel kehandalan (X_1)
 Nilai signifikan variabel kehandalan (X_1) sebesar 0,030. Karena $0,030 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel kehandalan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Variabel daya tanggap (X_2)
 Nilai signifikan variabel daya tanggap (X_2) sebesar 0,403. Karena $0,403 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel daya tanggap (X_2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. Variabel jaminan (X_3)
 Nilai signifikan variabel jaminan (X_3) sebesar 0,000. Karena $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel daya tanggap (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
4. Variabel empati (X_4)
 Nilai signifikan variabel empati (X_4) sebesar 0,000. Karena $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel empati (X_4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
5. Variabel bukti fisik (X_5)
 Nilai signifikan variabel bukti fisik (X_5) sebesar 0,010. Karena $0,010 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel bukti fisik (X_5) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
6. Variabel harga (X_6)
 Nilai signifikan variabel harga (X_6) sebesar 0,267. Karena $0,267 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel kehandalan (X_1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

3. Uji F (Simultan)

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya menggunakan uji F (uji simultan) dengan bantuan program SPSS. Uji F (uji simultan) dilakukan untuk melihat secara bersama-sama berpengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikan dengan tingkat signifikansi 0,05, jika nilai signifikan yang dihasilkan dari perhitungan dibawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika nilai signifikan hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3 : Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	138,951	6	23,159	8,442	,000 ^b
Residual	192,036	70	2,743		
Total	330,987	76			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X6, X3, X1, X5, X4, X2

Berdasarkan hasil perhitungan yang terdapat pada tabel diatas, pengujian pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dilakukan dengan menggunakan uji F (uji simultan). Hasil perhitungan statistika menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05, jadi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa secara simultan variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) ditentukan dengan melihat nilai R square. Hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4 : Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,648 ^a	,420	,370	1,656

a. Predictors: (Constant), X6, X3, X1, X5, X4, X2

Berdasarkan tabel 5.21 diatas diperoleh nilai koefisien kolerasi (R) sebesar 0,648 yang berarti terjadi hubungan yang kuat antara variabel Kehandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empathy*) (X_4), Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) dan Harga (*Price*) (X_6) terhadap kepuasan pelanggan (Y) karena nilainya mendekati 1 dan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) pada kolom R Square sebesar 0,420 yang artinya 42% proporsi perubahan variabel terikat (kepuasan pelanggan (Y)) ditentukan atau dipengaruhi oleh variabel bebas (Kehandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empathy*) (X_4), Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) dan Harga (*Price*) (X_6)), sedangkan 58% ditentukan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Adi Service

Berdasarkan pada halaman 72 yaitu tabel 5.19 output SPSS uji t (uji parsial) melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan program SPSS versi 23 diketahui nilai signifikan variabel kehandalan (X_1) sebesar 0,030. Dapat dikatakan bahwa variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai signifikan variabel kehandalan (X_1) lebih kecil dari tingkat signifikansi. Hasil pengujian hipotesis (H_1) telah membuktikan terdapat pengaruh signifikan antara kehandalan terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis 1 diterima. Artinya bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel kehandalan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Adi Service Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian diterima.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tri Wibowo (2015) dengan judul penelitian "Analisis Pengaruh Kualitas Terhadap Pelayanan Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT.JNE Surakarta)" sependapat dengan penelitian ini, karena kehandalan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Adi Service

Berdasarkan pada halaman 72 yaitu tabel 5.19 output SPSS uji t (uji parsial) melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan program SPSS versi 23 diketahui nilai signifikan variabel daya tanggap (X_2) sebesar 0,403. Dapat dikatakan bahwa variabel daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai signifikan variabel daya tanggap (X_2) lebih besar dari tingkat signifikansi. Hasil pengujian hipotesis (H_2) telah membuktikan tidak terdapat pengaruh signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis 2 ditolak. Artinya bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel daya tanggap terhadap kepuasan

pelanggan pada bengkel *Adi Service* Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian ditolak.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tri Ulfa Wardani (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)” sependapat dengan penelitian ini, karena daya tanggap tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel *Adi Service*

Berdasarkan pada halaman 72 yaitu tabel 5.19 output SPSS uji t (uji parsial) melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan program SPSS versi 23 diketahui nilai signifikan variabel jaminan (X3) sebesar 0,000. Dapat dikatakan bahwa variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai signifikan variabel jaminan (X3) lebih kecil dari tingkat signifikansi. Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan terdapat pengaruh signifikan antara jaminan terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis 3 diterima. Artinya bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel jaminan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel *Adi Service* Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian diterima.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tri Wibowo (2015) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kualitas Terhadap Pelayanan Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT.JNE Surakarta)” sependapat dengan penelitian ini, karena jaminan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel *Adi Service*

Berdasarkan pada halaman 72 yaitu tabel 5.19 output SPSS uji t (uji parsial) melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan program SPSS versi 23 diketahui nilai signifikan variabel empati (X4) sebesar 0,000. Dapat dikatakan bahwa variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai signifikan variabel empati (X4) lebih kecil dari tingkat signifikansi. Hasil pengujian hipotesis (H4) telah membuktikan terdapat pengaruh signifikan antara empati terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis 4 diterima. Artinya bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel empati terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel *Adi Service* Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian diterima.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saiful Tamrin (2018) dengan judul penelitian “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tepian Multimedia Di Samarinda” sependapat dengan penelitian ini, karena empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel *Adi Service*

Berdasarkan pada halaman 72 yaitu tabel 5.19 output SPSS uji t (uji parsial) melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan program SPSS versi 23 diketahui nilai signifikan variabel bukti fisik (X5) sebesar 0,010. Dapat dikatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai signifikan variabel bukti fisik (X5) lebih kecil dari tingkat signifikansi. Hasil pengujian hipotesis (H5) telah membuktikan terdapat pengaruh signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis 5 diterima. Artinya bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel *Adi Service* Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian diterima.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saiful Tamrin (2018) dengan judul penelitian “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tepian Multimedia Di Samarinda” sependapat dengan penelitian ini, karena bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

6. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Adi Service

Berdasarkan pada halaman 72 yaitu tabel 5.19 output SPSS uji t (uji parsial) melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan program SPSS versi 23 diketahui nilai signifikan variabel harga (X6) sebesar 0,267. Dapat dikatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai signifikan variabel harga (X6) lebih besar dari tingkat signifikansi. Hasil pengujian hipotesis (H6) telah membuktikan tidak terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis 6 ditolak. Artinya bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Adi *Service* Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian ditolak.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Abidin (2015) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Servis Motor AHASS Honda Universitas Muhammadiyah Surakarta)” tidak sependapat dengan penelitian ini, karena harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

7. Pengaruh Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Adi Service

Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000, dimana nilai signifikan lebih kecil dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel Kehandalan (Reliability) (X1), Daya Tanggap (Responsiveness) (X2), Jaminan (Assurance) (X3), Empati (Empathy) (X4), Bukti Fisik (Tangible) (X5) dan Harga (Price) (X6) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada bengkel Adi *Service* Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian diterima.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tri Ulfa Wardani (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)” mendukung penelitian ini, karena secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Variabel kehandalan (X1) yang diberikan oleh pihak bengkel Adi Service berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), terbukti dari hasil analisis uji t output SPSS dengan demikian hipotesis 1 diterima.
2. Variabel daya tanggap (X2) yang diberikan oleh pihak bengkel Adi Service tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), terbukti dari hasil analisis uji t output SPSS dengan demikian hipotesis 2 ditolak.
3. Variabel jaminan (X3) yang diberikan oleh pihak bengkel Adi Service berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), terbukti dari hasil analisis uji t output SPSS dengan demikian hipotesis 3 diterima.
4. Variabel empati (X4) yang diberikan oleh pihak bengkel Adi Service berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), terbukti dari hasil analisis uji t output SPSS dengan demikian hipotesis 4 diterima.
5. Variabel bukti fisik (X5) yang diberikan oleh pihak bengkel Adi Service berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), terbukti dari hasil analisis uji t output SPSS dengan demikian hipotesis 5 diterima.
6. Variabel harga (X6) yang diberikan oleh pihak bengkel Adi Service tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), terbukti dari hasil analisis uji t output SPSS dengan demikian hipotesis 6 ditolak.

7. Variabel kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4), bukti fisik (X5) dan harga (X6) yang diberikan oleh pihak bengkel Adi Service secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), terbukti dari hasil analisis uji F output SPSS dengan demikian hipotesis 7 diterima.

Saran

1. Terhadap perusahaan atau bengkel Adi Service harus memperhatikan dan meningkatkan kehandalan, jaminan, empati dan bukti fisik karena kehandalan, jaminan, empati dan bukti fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebab pelanggan dalam memberikan nilai kepuasan memperhatikan dan menilai dari variabel tersebut. Bengkel Adi Service juga harus tetap meningkatkan daya tanggap dan memperhatikan harga meskipun pelanggan dalam memberikan nilai kepuasan tidak memperhatikan dan tidak menilai dari unsur variabel tersebut yaitu agar pelanggan merasa puas dan terus melakukan perbaikan dan perawatan kendaraan bermotor roda duanya,.
2. Bagi kalangan akademis atau penelitian selanjutnya sebaiknya dapat memperluas populasi penelitian yaitu dengan menambah jumlah responden. Penelitian selanjutnya sebaiknya bisa mencari indikator atau variabel lain sebagai alat pengukur terhadap kepuasan pelanggan dan lebih mengevaluasi pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner agar dapat mewakili secara tepat variabel yang hendak diukur dan diteliti.

REFERENCES

- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan, Ali. 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Oentoro, Deliyanti. 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : LaksBang PRESSindo
- Priyatno, Duwi. 2017. Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS. Yogyakarta : Andi
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti H. Aksa. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Bogor : Ghalia Indonesia
- Sunyoto, Danang. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan kasus). Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Yamit, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi ke 1. Cetakan Keenam. Yogyakarta : EKONISIA.