

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Bengawann Motor Samarinda

Andi Merna Mutiara Adha ¹, Eddy Soegiarto ², Umi Kulsum ³
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : merna33mutiara@gmail.com

Keywords:

**Reliability,
Responsiveness,
Assurance,
Empathy,
Tangible,
Customer Satisfac**

ABSTRACT

The purpose of this study is : 1.) To find out the reliability affects the customer satisfaction at the CV. Bengawan Motor Samarinda. 2.) To find out responsiveness affects the customer satisfaction at CV. Bengawan Motor Samarinda. 3.) To find out the assurance effect on customer satisfaction at CV. Bengawan Motor Samarinda. 4.) To find out empathy affects customer satisfaction at the CV. Bengawan Motor Samarinda. 5.) To find out tangible affect customer satisfaction at CV. Bengawan Motor Samarinda. 6.) To find out the reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible together affect customer satisfaction at the CV. Bengawan Motor Samarinda. 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 100 respondents with the Non 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.

Analysis test equipment includes validity test, reliability test and multiple linear regression analysi. Then the interpolation of the results of data processing has been carried out by giving information explanation.

The results showed that : 1.) Reliability variable has a significant effect on customer satisfaction at CV. Bengawan Motor Samarinda. 2.) Responsiveness variable has a significant effect on customer satisfaction at the CV. Bengawan Motor Samarinda. 3.) Assurance variable has no significant effect on customer satisfaction at the CV. Bengawan Motor Samarinda. 4.) Empathy variable has no significant effect on customer satisfaction at CV. Bengawan Motor Samarinda. 5.) Tangible variable has a significant effect on customer satisfaction at CV. Bengawan Motor Samarinda. 6.) The variables of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible together have a significant effect on customer satisfaction at the CV. Bengawan Motor Samarinda.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi dewasa ini, pasar Indonesia telah dibanjiri oleh berbagai macam produk yang berteknologi tinggi yang menawarkan berbagai macam kelebihan dan keunggulan masing-masing. Perkembangan industri otomotif yang terjadi dalam beberapa tahun ini menyebabkan tuntutan konsumen akan sepeda motor bukan hanya didasarkan pada fungsi semula yaitu sebagai sarana transportasi saja, akan tetapi lebih dari itu, yaitu lebih didasarkan atas gengsi (*prestige*) yang didapat dan kepuasan atas produk tersebut. Suatu perusahaan akan dikatakan berhasil jika telah mampu mencapai tujuan yang utama yaitu mampu berorientasi pada kepuasan konsumen.

Peningkatan Kualitas Pelayanan CV. Bengawan Motor Samarinda sangat diperlukan berkaitan dengan adanya persaingan usaha jasa dalam pelayanan pembelian motor. Dalam pelaksanaan dan perkembangannya, banyak konsumen yang mempertanyakan kualitas pelayanan CV. Bengawan Motor Samarinda dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang dirasa belum maksimal kepada konsumen, misal jika ada konsumen yang datang sebaiknya segera di layani karena itu juga merupakan strategi perusahaan. Hal ini tentu saja merupakan satu fenomena yang menunjukkan bahwa CV. Bengawan Motor Samarinda belum dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Masalah yang perlu digaris bawahi utamanya adalah masalah pelayanan, karena dengan pelayanan yang prima dan ramah terhadap konsumen maka kepuasan konsumen dapat tercapai.

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

1. Apakah variabel kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Bengawan Motor Samarinda ?
2. Apakah variabel daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Bengawan Motor Samarinda. ?
3. Apakah variabel empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Bengawan Motor Samarinda ?
4. Apakah variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Bengawan Motor Samarinda ?
5. Apakah variabel bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Bengawan Motor Samarinda ?
6. Apakah variabel Kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*), dan bukti fisik (*Tangibles*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bengawan Motor Samarinda

Menurut Robbins (2010:7) mengatakan bahwa : “Manajemen adalah aktivitas kerja yang melibatkan koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga pekerjaan tersebut dapat diselesaikan secara efisien dan efektif”.

Menurut Assauri (2009:12) : Mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai kegiatan penganalisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui pasar sasaran guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang.

Pengertian Kualitas Pelayanan, menurut Lupiyoadi (2013:216): “Mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima”.

Menurut Rangkuti (2011:31) mendefinisikan : “Kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian”.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan dasar teori maka, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 : Variabel kehandalan (*reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Bengawan Motor Samarinda.
- 2 : Variabel daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Bengawan Motor Samarinda.
- 3 : Variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Bengawan Motor Samarinda.
- 4 : Variabel empati (*empathy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Bengawan Motor Samarinda.
- 5 : Variabel bukti fisik (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Bengawan Motor Samarinda.
- 6 : Variabel kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti fisik (*tangible*) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Bengawan Motor Samarinda.

METODE PENELITIAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Misbahuddin (2013:159) uji statistik regresi linear berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya. Analisis regresi berganda melibatkan lebih dari dua variabel, yaitu variabel terikat (Y) dan dua atau lebih variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$). Dalam penelitian ini variabel bebas (X) yang terdiri dari Kehandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3) Empati (X4) dan Bukti Fisik (X5) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen, sehingga persamaan regresi berganda estimasinya sebagai berikut :

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

Dimana :

| | | |
|--|---|----------------------------------|
| Y | = | Kepuasan Konsumen |
| X ₁ | = | Kehandalan |
| X ₂ | = | Daya Tanggap |
| X ₃ | = | Jaminan |
| X ₄ | = | Empati |
| X ₅ | = | Bukti Fisik |
| a | = | Konstanta |
| b ₁ , b ₂ , b ₃ | = | Koefisien masing-masing variabel |
| e | = | Error |

2. Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2013:178) uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing- masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika uji $t_{hitung} > t_{table}$, maka H_a diterima atau nilai signifikan $< 0,05$
2. Jika uji $t_{hitung} < t_{table}$, maka H_a ditolak. atau nilai signifikan $> 0,05$

3. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2013:177) uji statistik F digunakan untuk mengetahui semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama - sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$), dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika uji $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau signifikan diatas 0,05 maka H_a ditolak.
2. Jika uji $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau signifikan dibawah 0,05 maka H_a diterima

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013:177) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji *goodness - fit* atau kelayakan model. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel - variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel - variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

5. Koefisien Korelasi (r)

Menurut Supriyadi (2014:51) koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat derajat keeratan hubungan linear berganda. Salah satu uji korelasi yang digunakan yaitu korelasi *pearson*. *Metode Pearson Product Moment* disimbolkan dengan huruf r. Nilai korelasi bergerak antara -1 sampai +1 atau $-1 \leq r \leq +1$

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 Keandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empathy*) (X_4), dan Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada CV. Bengawan Motor

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) | 3,404 | 1,197 | | 2,843 | ,005 |
| X1 | ,196 | ,094 | ,211 | 2,086 | ,040 |
| X2 | ,391 | ,102 | ,419 | 3,819 | ,000 |
| X3 | -,051 | ,116 | -,051 | -,444 | ,658 |
| X4 | -,050 | ,111 | -,046 | -,450 | ,654 |
| X5 | ,233 | ,104 | ,254 | 2,243 | ,027 |

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 1 diatas diperoleh persamaan regresi linier berganda Kehandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4), Bukti Fisik (X5) sebagai berikut $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$

$$Y = 3,404 + 0,196 (X_1) + 0,391 (X_2) - 0,051 (X_3) - 0,050 (X_4) + 0,233 (X_5)$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 3,404. Artinya jika variabel kehandalan (X₁), daya tanggap (X₂), jaminan (X₃), empati (X₄), dan bukti fisik (X₅) nilainya adalah 0, maka nilai kepuasan konsumen (Y) adalah 3,404
- Nilai koefisien regresi variabel (X₁) nilai nya adalah = 0,196. Artinya bila variabel kehandalan (X₁) naik satu satuan maka kepuasan konsumen (Y) akan naik sebesar 0,196.
- Nilai koefisien regresi variabel daya tanggap (X₂) nilai nya adalah = 0,391. Artinya bila variabel daya tanggap (X₂) naik satu satuan maka kepuasan konsumen (Y) akan naik sebesar 0,391.
- Nilai koefisien regresi variabel jaminan (X₃) nilai nya adalah = -0,051. Artinya bila variabel jaminan (X₃) naik satu satuan maka kepuasan konsumen (Y) menurun sebesar -0,051.
- Nilai koefisien regresi variabel empati (X₄) nilai nya adalah = -0,050. Artinya bila variabel empati (X₄) naik satu satuan maka kepuasan konsumen (Y) menurun sebesar -0,050.
- Nilai koefisien regresi variabel bukti fisik (X₅) nilai nya adalah = 0,233. Artinya bila variabel bukti fisik (X₅) naik satu satuan maka kepuasan konsumen (Y) akan naik sebesar 0,233.

2. Uji t (Parsial)

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya menggunakan uji parsial (uji t) dengan bantuan program SPSS. Uji parsial (uji t) 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 :

**Tabel 2 : Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3,404 | 1,197 | | 2,843 | ,005 |
| X1 | ,196 | ,094 | ,211 | 2,086 | ,040 |
| X2 | ,391 | ,102 | ,419 | 3,819 | ,000 |
| X3 | -,051 | ,116 | -,051 | -,444 | ,658 |
| X4 | -,050 | ,111 | -,046 | -,450 | ,654 |
| X5 | ,233 | ,104 | ,254 | 2,243 | ,027 |

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan yang terdapat pada tabel 2. diatas dapat dijelaskan pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari variabel (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) pada CV. Bengawan Motor di Samarinda sebagai berikut :

1. Variabel Kehandalan (X_1)
 Nilai signifikan variabel kehandalan (X_1) sebesar $0,040 < 0,05$. Karena $0,040 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel kehandalan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. Variabel Daya Tanggap (X_2)
 Nilai signifikan variabel Daya Tanggap (X_2) sebesar $0,000$. Karena $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel daya tanggap (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
3. Variabel Jaminan (X_3)
 Nilai signifikan variabel Jaminan (X_3) sebesar $0,658$. Karena $0,658 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel jaminan (X_3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
4. Variabel Empati (X_4)
 Nilai signifikan variabel empati (X_4) sebesar $0,654$. Karena $0,654 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel empati (X_4) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
5. Variabel Bukti Fisik (X_5)
 Nilai signifikan variabel kehandalan (X_5) sebesar $0,027 < 0,05$. Karena $0,027 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel bukti fisik (X_5) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

3. Uji F (Simultan)

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya menggunakan uji simultan (uji F) dengan bantuan program SPSS. Uji simultan (uji F) dilakukan untuk melihat secara bersama-sama berpengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan 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 Simultan (Uji F)
ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 159,476 | 5 | 31,895 | 13,927 | ,000 ^b |
| Residual | 215,274 | 94 | 2,290 | | |
| Total | 374,750 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Y

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

Berdasarkan hasil perhitungan yang terdapat pada tabel diatas, pengujian pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dilakukan dengan menggunakan uji simultan (uji F). Hasil perhitungan statistika menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan menggunakan tingkat signifikan 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, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

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^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,652 ^a | ,426 | ,395 | 1,513 |

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

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4 diatas diperoleh nilai koefisien kolerasi (R) sebesar 0,652 yang berarti terjadi hubungan yang kuat antara variabel Kehandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empaathy*) (X_4), Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) terhadap kepuasan konsumen (Y) karena nilainya mendekati 1 dan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) pada kolom *R square* sebesar 0,426 yang artinya 42,6% proporsi perubahan variabel terikat (kepuasan konsumen Y)

diterntukan atau di pengaruhi oleh variabel bebas Kehandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empaathy*) (X_4), Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5), sedangkan 57,4% ditentukan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

5 Koefisien Korelasi (r)

Koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui untuk mengetahui keeratan hubungan linear antara dua variabel atau lebih dari dua variabel. Nilai korelasi bergerak antara -1 sampai +1 atau $-1 \leq r \leq +1$. Pada penelitian ini dilakukan untuk menghitung nilai koefisien korelasi dengan menggunakan uji korelasi *pearson*. Berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

Tabel 5 : Uji Koefisien Korelasi (r)

| <i>Correlations</i> | | | | | | |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | Y |
| X1 Pearson Correlation | 1 | ,568** | ,476** | ,431** | ,422** | ,512** |
| Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2 Pearson Correlation | ,568** | 1 | ,395** | ,613** | ,357** | ,581** |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3 Pearson Correlation | ,476** | ,395** | 1 | ,382** | ,700** | ,376** |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X4 Pearson Correlation | ,431** | ,613** | ,382** | 1 | ,427** | ,391** |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X5 Pearson Correlation | ,422** | ,357** | ,700** | ,427** | 1 | ,437** |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y Pearson Correlation | ,512** | ,581** | ,376** | ,391** | ,437** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 5 diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kehandalan (X_1)
 Nilai korelasi antara kehandalan dan kepuasan konsumen sebesar 52,1% dan terdapat pengaruh yang signifikan antara kehandalan dan kepuasan konsumen nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$
2. Daya Tanggap (X_2)
 Nilai korelasi antara daya tanggap dan kepuasan konsumen sebesar 58,1% dan terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tanggap dan kepuasan konsumen dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Jaminan (X_3)
 Nilai korelasi antara jaminan dan kepuasan konsumen sebesar 37,6% dan terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara jaminan dan kepuasan konsumen dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Empati (X_4)
 Nilai korelasi antara empati dan kepuasan konsumen sebesar 39,1% dan terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara empati dan kepuasan konsumen dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$
5. Bukti Fisik (X_5)
 Nilai korelasi antara bukti fisik dan kepuasan konsumen sebesar 43,7% dan terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti fisik dan kepuasan konsumen dengan nilai sig $0,000 > 0,05$

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Bengawan Motor

Berdasarkan pada halaman 60 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) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,086 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,040 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya bahwa kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dan hipotesis 1 diterima. Artinya bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel kehandalan terhadap kepuasan konsumen pada CV.Bengawan Motor di Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian diterima.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eswika Nilasari dan Istiatin (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo” mendukung penelitian ini, karena kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Bengawan Motor

Berdasarkan pada halaman 60 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) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,819 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dan hipotesis 2 diterima. Artinya bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada CV.Bengawan Motor di Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian diterima.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saiful Tamrin (2018) dengan judul penelitian “Analisis Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tepian Multimedia di Samarinda” mendukung penelitian ini, karena daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Bengawan Motor

Berdasarkan pada halaman 60 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 (X_3) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $-0,444$ lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,0658 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang artinya bahwa jaminan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dan hipotesis 3 ditolak. Artinya bahwa tidak ada pengaruh antara variabel jaminan terhadap kepuasan konsumen pada Bengawan Motor di Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian ditolak.

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

4. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Bengawan Motor

Berdasarkan pada halaman 60 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 (X_4) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $-0,450$ lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,0654 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang artinya bahwa empati berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dan hipotesis 4 ditolak. Artinya bahwa tidak ada pengaruh antara variabel empati terhadap kepuasan konsumen pada Bengawan Motor di Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian ditolak. .

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

5. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Bengawan Motor

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 (X_5) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,243 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985. Kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,027 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dan hipotesis 5 diterima. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada Bengawan Motor di 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” mendukung penelitian ini, karena bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

6. Pengaruh Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Bengawan Motor

Uji F (uji simultan) dilakukan untuk mengetahui variabel Kehandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empaathy*) (X_4), dan Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) 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. Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000, dimana nilai signifikan lebih kecil dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Y). Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel Kehandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empaathy*) (X_4), dan Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen (Y) pada *showroom* CV. Bengawan Motor di Samarinda dengan demikian hipotesis penelitian diterima.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eswika Nilasari dan Istiatin (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo” mendukung penelitian ini, karena secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Variabel Kehandalan (X_1) yang diberikan oleh pihak *showroom* CV. Bengawan Motor berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), SPSS dengan demikian hipotesis 1 diterima. Yang berarti faktor kehandalan ini menjadi salah satu faktor kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian motor pada CV. Bengawan Motor Samarinda
2. Variabel Daya Tanggap (X_2) yang diberikan oleh pihak *showroom* CV. Bengawan Motor berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan demikian hipotesis 2 diterima. Yang berarti faktor daya tanggap ini menjadi salah satu faktor kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian motor pada CV. Bengawan Motor Samarinda
3. Variabel Jaminan (X_3) yang diberikan oleh pihak *showroom* CV. Bengawan Motor tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan demikian hipotesis 3 ditolak. Yang berarti faktor jaminan ini tidak menjadi salah satu faktor kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian motor pada CV. Bengawan Motor Samarinda
4. Variabel Empati (X_4) yang diberikan oleh pihak *showroom* CV. Bengawan Motor tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan demikian hipotesis 4 ditolak. Yang berarti faktor empati ini tidak menjadi salah satu faktor kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian motor pada CV. Bengawan Motor Samarinda
5. Variabel Bukti Fisik (X_5) yang diberikan oleh pihak *showroom* CV. Bengawan Motor berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), terbukti dari hasil analisis uji t output SPSS dengan demikian hipotesis 5 diterima. Yang berarti faktor bukti fisik ini menjadi salah satu faktor kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian motor pada CV. Bengawan Motor Samarinda
6. Variabel Kehandalan (X_1), Daya Tanggap (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4), dan Bukti Fisik (X_5) yang diberikan oleh pihak *showroom* CV. Bengawan Motor

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), terbukti dari hasil analisis uji f output SPSS dengan demikian hipotesis 6 diterima. Yang berarti faktor kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik ini menjadi salah satu faktor kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian motor pada CV. Bengawan Motor Samarinda

Saran

1. Terhadap perusahaan atau showroom sebaiknya dapat memperhatikan variable kehandalan, daya tanggap, dan bukti fisik karena variabel tersebut yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada CV. Bengawan Motor Samarinda. Artinya kepuasan para konsumen lebih disebabkan oleh unsur dari variabel tersebut yaitu kehandalan, daya tanggap, dan bukti fisik.
2. Bagi kalangan akademis atas 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 konsumen dan lebih mengevaluasi pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuisioner agar dapat mewakili secara tepat variabel yang hendak diukur dan diteliti.

REFERENCES

- Assauri, S. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. Jakarta : Penerbit. PT. Raja Grafindo Persada
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lupiyoadi R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Misbahuddin, Hasan Iqbal. 2013. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Edisi ke 2, Cetakan 2. Jakarta : Bumi Aksara.
- Rangkuti, F. 2011. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, P Stephen. 2010. *Manajemen. Edisi Kesepuluh Jilid 1*. Alih Bahasa Bob Sabran, M.M. dan Devri Barnadi Putera, S.E. Jakarta : Erlangga.