



## Kontribusi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri

### *Contribution to Service Quality Customer Satisfaction in The Workshop of PT. Hayati Pratama Mandiri*

Ranti Oktaviani <sup>1\*</sup>, Milana <sup>1</sup>, Rifdarmon <sup>1</sup>, M. Yasep Setiawan <sup>1</sup>.

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri. Adapun metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif korelasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di ruang lingkup bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri dengan jumlah rata-rata 1551 orang setiap bulannya. Pengambilan sampel menggunakan teknik *quota sampling* dengan ketentuan rumus *slovin* dan didapat sampel sebanyak 95 responden. Data hasil penelitian selanjutnya diolah dengan bantuan IBM SPSS 20 dan Excel 2019. Berdasarkan data hasil penelitian yang sudah diuji menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen sebesar 64,7%.

#### Kata Kunci

Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Kualitas Jasa Bengkel

#### Abstract

*This research aims to find out how much service quality contributes to customer satisfaction at PT workshops. Hayati Pratama Mandiri. The method used in this research is a quantitative correlation research method. The population used in this research is consumers who are within the scope of the PT workshop. Hayati Pratama Mandiri with an average of 1551 people every month. Sampling used the quota sampling technique with the provisions of the Slovin formula and a sample of 95 respondents was obtained. The research data was then processed with the help of IBM SPSS 20 and Excel 2019. Based on research data that has been tested, it shows that the service quality variable influences the consumer satisfaction variable by 64.7%.*

#### Keywords

*Service Quality, Customer Satisfaction, Workshop Service Quality*

<sup>1</sup>Departemen Teknik Otomotif, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Padang  
Jln. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar, Padang Sumatera Barat, Indonesia

\* [oktavianir837@gmail.com](mailto:oktavianir837@gmail.com)

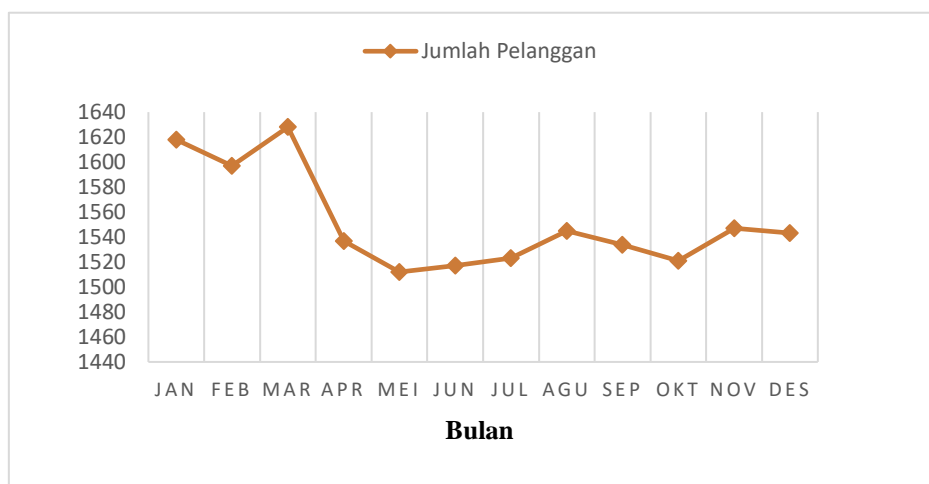
Dikirimkan: 9 Mei 2024. Diterima: 29 Mei 2024. Diterbitkan: 5 Juni 2024.



## PENDAHULUAN

Di era globalisasi, sepeda motor menjadi kendaraan yang sangat penting bagi kegiatan manusia. Sepeda motor bukanlah barang mewah lagi karena sudah termasuk kepentingan primer bagi semua kalangan termasuk pelajar. Tercatat sebanyak 354,9 ribu unit kendaraan sepeda motor di kota Padang [1]. Begitu juga dengan bengkel yang tersebar di beberapa lokasi, sekitar 119 bengkel sudah mendaftarkan izin usahanya di kota padang [1]. Tentu akan menimbulkan persaingan ketat dan menuntut perubahan yang terus menerus demi menjaga daya saing di industri otomotif. Sehingga pelaku usaha jasa ini menggunakan berbagai cara untuk menarik perhatian konsumen dengan mengutamakan kepuasan konsumen. Konsumen akan puas apabila produk yang mereka gunakan berkualitas dan mendapat pelayanan sesuai bahkan lebih dari yang mereka harapkan[2].

PT. Hayati Pratama Mandiri bergerak di bidang otomotif berlokasi di Jl. Pemuda No. 35 Padang. Selain melakukan penjualan sepeda motor dan suku cadang, PT. Hayati Pratama Mandiri juga melayani jasa perawatan sepeda motor. PT. Hayati Pratama Mandiri berkomitmen memberikan pelayanan prima dalam perbaikan sepeda motor. Agar tetap kompetitif, bengkel harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan lebih cepat dibandingkan kompetitornya. Agar berhasil dalam persaingan, bengkel harus memiliki prasyarat untuk mencapai tujuan akuisisi dan retensi konsumen. Untuk mencapai tujuannya, bengkel harus mampu memahami perilaku konsumen di pasarayanya, karena keberlangsungannya bergantung pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Jumlah konsumen di bengkel PT. hayati pratama mandiri selama satu tahun terakhir dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kondisi *Trend* Jumlah Konsumen Pada Tahun 2023

Berdasarkan data pada Gambar 1 terlihat bahwa konsumen yang datang untuk perawatan ke bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri tidak stabil. Hal tersebut menjadi perhatian khusus bagi bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri agar terus meningkatkan kualitas pelayanannya. Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan optimal sehingga terciptanya kepuasan konsumen. Kepuasan adalah kondisi dimana keinginan serta harapan dipenuhi. Kepuasan ialah penilaian konsumen bahwa pelayanan yang diberikan telah menciptakan kepuasan dimana pemenuhan ini bisa lebih atau kurang [2]. Jadi kepuasan konsumen merupakan perasaan senang yang dirasakan konsumen jika yang ia dapatkan sesuai dengan yang ia harapkan. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis meneliti tentang hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Khususnya mengenai kepuasan terhadap kualitas pelayanan sehingga dijadikan acuan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan.

## METODA PENELITIAN

Jenis metode penelitian kuantitatif korelasi, dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih faktor lain. Penelitian dirancang untuk menjelaskan dan menggambar kontribusi variabel (X) terhadap variabel (Y) melalui data yang sudah diteliti. Peneliti memperoleh data dari kuesioner yang diisi oleh konsumen bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri. Peneliti menganalisis kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di ruang lingkup bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri dengan jumlah rata-rata 1551 orang setiap bulannya. Desain dalam penelitian ini menggunakan quota sampling. Peneliti menargetkan sampel dengan ciri responden yang sudah pernah berkunjung sebelumnya ke bengkel, dan juga dibedakan berdasarkan gender. Untuk menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini digunakan rumus *Slovin*.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Total Populasi

e = Nilai kritis atau batas toleransi kesalahan 10 %

$$n = \frac{1551}{1 + 1551(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1551}{16,51} = 93,95$$

Sehingga peneliti memutuskan sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 95 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Bagian ini akan menampilkan deskripsi data-data penelitian dan hasil analisis data yang dilakukan.

### Data Variabel Kualitas Pelayanan (X)

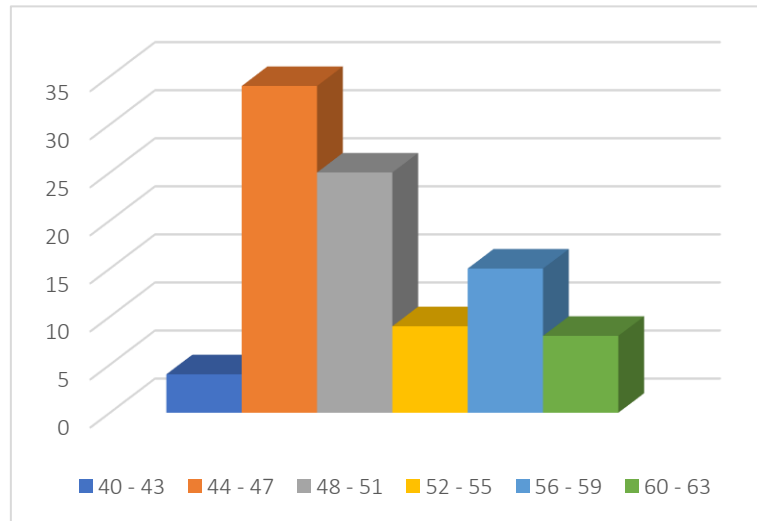
Distribusi data variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Data Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan	
Mean	50,14
Median	48
Modus	45
Standard Deviation	5,58
Range	20
Kualitas Pelayanan	

Banyak kelas	6
Panjang kelas	3
Minimum	40
Maximum	60
Count	95

Dengan didapatkannya banyak kelas dan panjang kelas maka distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan pada Gambar 2.



Gambar 2. Histogram Variabel Kualitas Pelayanan

Untuk pengkategorian kualitas pelayanan responden digunakan interval seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Interval Kekuatan Hubungan Variabel Kualitas Pelayanan

Skor	Kekuatan Hubungan
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi
0,60 – 0,80	Tinggi
0,40 – 0,60	Sedang
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah

Rata-rata tingkat pencapaian skor kualitas pelayanan adalah sebesar 0,83 termasuk dalam kategori sangat tinggi.

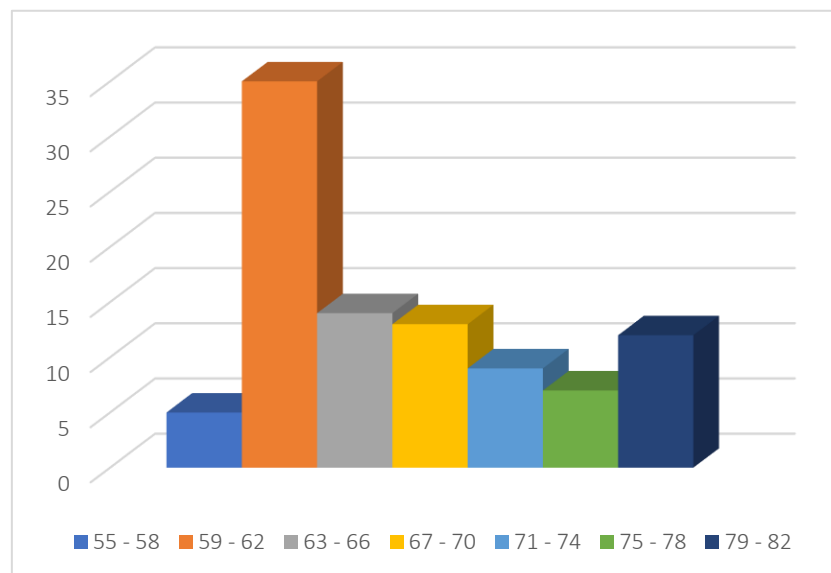
### Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berikut data distribusi variabel kepuasan konsumen dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Data Variabel Kepuasan Konsumen

N	95
Mean	66,61
Median	64
Modus	60
Standard Deviation	7,40
Banyak Kelas	7
Panjang Kelas	3
Range	25
Minimum	55
Maximum	80

Dengan didapatkannya banyak kelas dan panjang kelas maka distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan pada Gambar 3.



Gambar 3. Histogram Variabel Kepuasan Konsumen

Untuk pengkategorian kepuasan konsumen responden digunakan interval seperti yang terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Interval Kekuatan Hubungan Variabel Kepuasan Konsumen

Skor	Kekuatan Hubungan
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi
0,60 – 0,80	Tinggi
0,40 – 0,60	Sedang
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah

Berdasarkan rata-rata tingkat pencapaian skor kepuasan konsumen adalah sebesar 0,83 termasuk dalam kategori sangat tinggi.

### Uji Persyaratan Analisis Data

Proses uji persyaratan analisis data, menggunakan uji normalitas dan uji linearitas dari data yang di kumpulkan.

### Uji Normalitas

Menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov test*. Berdistribusi normal jika nilai signifikansi pengujian *Kolmogorov-Smirnov test* > 0,05 (5%). Berdasarkan analisis data dengan bantuan program IBM SPSS 20 pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	439.638.135
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.086
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070

### Uji Linearitas

Bertujuan melihat apakah antara variabel X dan Y memiliki hubungan linear atau tidak. Dengan bantuan IBM SPSS 20 data analisis pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil uji linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN * KUALITAS	Between Groups	(Combined)	3.744.884	19	197.099	10.561	<,001
		Linearity	3.327.742	1	3.327.742	178.309	<,001
		Deviation from Linearity	417.142	18	23.175	1.242	.252
	Within Groups		1.399.706	75	18.663		
	Total		5.144.589	94			

### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara uji regresi sederhana, uji korelasi dan uji koefisien determinasi antar variabel yang diteliti.

### Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil perhitungan suatu persamaan nilai (a) atau konstan sebesar 13,154 yang menjelaskan jika kualitas pelayanan bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan konsumen tetap bernilai 13,154. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 1,066 (positif) menunjukkan kontribusi searah, artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan satu satuan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 1,066. Untuk lebih detailnya dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil uji regresi linear sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.154	4.121		3.192	.002
X Kualitas Pelayanan	1.066	.082	.804	13.051	<,001

### Uji Korelasi

Hasil uji korelasi pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Korelasi

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas	Pearson Correlation	1	.804
	Sig. (2-tailed)		<,001
Kepuasan	Pearson Correlation	.804	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
N		95	95

### Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804a	.647	.643	4.420

Berdasarkan Tabel 9 nilai  $R^2$  sebesar 0,647 yang berarti 64,7% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

### Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan melalui uji regresi linear sederhana menghasilkan suatu persamaan sebesar  $y = 13,154 + 1,066x$  yang berarti bahwa kualitas pelayanan bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan konsumen tetap bernilai 13,154. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 1,066 (positif) menunjukkan kontribusi searah, artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan satu satuan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 1,066. Kemudian dilakukan uji korelasi diperoleh nilai signifikan 0,804 maka dikatakan bahwa tingkat kekuatan kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berada pada interval yang sangat tinggi. Kemudian dilakukan uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,647 berarti terdapat hubungan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen di bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri.

Berdasarkan data hasil penelitian, didapat hasil bahwa indikator variabel kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu dimensi empati karena banyak disetujui oleh responden sedangkan indikator yang tidak disetujui oleh responden terdapat pada dimensi daya tanggap. Pada variabel kepuasan konsumen yang sangat

berpengaruh yaitu dimensi tetap loyal sedangkan yang tidak disetujui oleh responden terdapat pada dimensi minat berkunjung kembali.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan data hasil penelitian yang menggunakan metode kuantitatif korelasi untuk mengetahui sejauh mana variabel kualitas pelayanan berkaitan dengan variabel kepuasan konsumen menunjukkan kontribusi searah. Dari hasil uji korelasi menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,647 berarti 64,7% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Jadi terdapat hubungan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen.

### Saran

Diantara pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama ini, maka penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dijadikan acuan evaluasi bisnis untuk meningkatkan kualitas bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri.

Bagi peneliti yang melakukan penelitian serupa harus menyadari keterbatasan yang akan dihadapi. Selain itu juga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terutama dalam hal kualitas pelayanan yang lebih sempurna.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*.
- [2] Anugrah, K., & Sudarmayasa, W. (2020). *Kualitas Pelayanan Jasa Akomodasi*. Gorontalo: Ideas.
- [3] Barat, B. P. (2023). *Statistik Transportasi Provinsi Sumatera Barat Volume 3*. Sumatera Barat: Cv Graphic Dwipa.
- [4] Bps. (2022). Padang Kota.Bps. Retrieved From Padang Kota.Bps: <https://Padangkota.Bps.Go.Id>
- [5] Chien, L., & Chi, S. (2019). Corporate Image As A Mediator Between Service Quality And Customer Satisfaction: Difference Across Categorized Exhibitors. *Heliyon*.
- [6] Dpmpstsp. (2022). Web Dpmpstsp Padang. Retrieved From Web Dpmpstsp Padang: <https://Web.Dpmpstsp.Padang.go.id>
- [7] Hasan, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Bengkel Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Cv. Kombos Service Station Toyota Sudirman). Manado: ISSN.
- [8] Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- [9] Kamil, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Bunda Mulia Motor. Padang: JTPVI
- [10] Laila, I. (2020). Pengaruh Tingkat Pelayanan Jasa Servis Sepeda Motor Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bengkel Yamaha Duta Kiat Motor Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam. Pekanbaru: UKI Press.
- [11] Lubis, I. M., & Setiawati, C. I. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tiki Agen Batununggul Bandung. *E- Proceeding Of Management*.
- [12] Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2001). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- [13] Maramis, F. S., & Dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Air Manado. *Jurnal Emba*, 1658-1667.
- [14] Parasuraman, & Dkk. (2005). A Multiple Item Scale For Assessing Electronic Service Quality. *Jurnal Of Marketing*.



- [15] Parasuraman, A., & Dkk. (2009). A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implications For Future Research. *Jurnal Of Marketing*.
- [16] Purnomo, W., & Dkk. (2015). Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel dengan Metode Ipa (Importance Performance Analysis) Di Pt Arina Parama Jaya Gresik. *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*, 55-63.
- [17] Sinaga, D. (2014). *Statistika Dasar*. Jakarta Timur: UKI Press.
- [18] Sulaeman, E. R. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Charly Vht Family Karaoke Cabang Garut). *Jurnal Manajemen*, 176.
- [19] Susanto, A. B., & Philip, K. (2000). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Salemba.
- [20] Tenti, H. (2019). Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen*, 10.
- [21] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- [22] Yeo, G. T., & Dkk. (2015). An Analysis Of Port Service Quality and Customer Satisfaction: The Case Of Korean Container Ports. *The Asian Journal of Shipping and logistic*.

Halaman ini sengaja dikosongkan.