

PENGARUH FAKTOR KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BENGKEL NITA MOTOR SIDOARJO

Dr. Wulandari Harjanti SE, S.Sos, MM¹
Nuzulul Fatimah, SE, MM²
Chiko Sianggono³
STIE Mahardhika Surabaya

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen bengkel Nita Motor Sidoarjo secara parsial maupun secara bersamaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan sampel penelitian sebanyak 60 responden. Teknik pengambilan sampel melalui non probability sampling dengan metodenya menggunakan insidental sampling, yaitu peneliti di tempat penelitian atau orang-orang yang diketahui pernah menggunakan jasa tersebut, maka dapat dijadikan sampel dalam penelitian, penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran likert. Tipe analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen atau pelanggan yang mengunjungi Bengkel Nita Motor Sidoarjo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dengan indikator bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) memiliki pengaruh secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo. Saran yang dapat penulis sampaikan pada Bengkel Nita Motor Sidoarjo adalah dengan hasil penelitian tersebut maka sebaiknya tetap mempertahankan atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang telah ada pada saat ini dengan terus memperhatikan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kualitas layanan dengan indikator diantaranya bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) sehingga tetap menjaga kepuasan pelanggan.

Kata kunci: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Mempunyai pelanggan yang merasa puas terhadap hasil pelayanan yang diberikan sangatlah penting bagi organisasi atau perusahaan jasa, apalagi dengan adanya paradigma yaitu *relationship high contact service* serta tingkat kompetensi yang tinggi. Jadi tingkat kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan yang di dapatkan. Jika sebuah kinerja pekerjaan tidak sesuai harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas, dan jika kinerja pekerjaan sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas. Alat transportasi motor merupakan transportasi darat yang mudah kita gunakan di berbagai macam aktivitas, dapat digunakan dalam satu tempat dan berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain dengan cepat. Pilihan alat transportasi motor tersebut karena harga sepeda motor lebih terjangkau untuk kalangan masyarakat di Indonesia. Pasar sepeda motor di Indonesia khususnya di Sidoarjo ini mempunyai persaingan yang sangat ketat serta mempunyai berbagai macam merk, kualitas, harga bahkan design yang dapat menarik minat konsumen. Produk motor lama memang semakin ditinggalkan, tetapi disisi lain banyak orang yang masih menggunakan motor produk lama seperti Vespa. Tidak

jarang orang menganggap bahwa Vespa merupakan tumpangan bagi para Priyayi atau Bangsawan. Vespa merupakan produk dari Itali yang di desain berbeda dengan motor-motor pada umumnya. Bentuknya yang klasik membuat kebanyakan orang memilih untuk menggunakan motor vespa klasik. Semakin tua tahun pembuatan Vespa, maka semakin klasik bentuk dari Vespa ini dan tidak kalah penting yaitu harganya semakin tinggi.

Bengkel Nita Motor merupakan salah satu bengkel motor yang melayani jasa perbengkelan untuk urusan motor klasik, motor tua dan vespa sekalipun, selalu berhubungan dengan para pelanggan dan dihadapkan pada situasi dengan kepuasan pelanggan yang setiap hari di hadapi. Bengkel Nita Motor adalah bengkel yang menyediakan jasa service sepeda motor yang dikerjakan langsung oleh para montir yang sudah berpengalaman di bidangnya sehingga selalu memberikan pelayanan yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan para pelanggan. Bengkel Nita Motor juga menerima pelayanan ganti oli, service tune up, penjualan suku cadang (spare part) dan masih banyak lagi lainnya. Bengkel Nita Motor juga siap bersaing dengan bengkel lainnya yang beroperasi di area sekitar Sidoarjo.

Kebutuhan akan kendaraan sebagai alat transportasi semakin meningkat. sebuah alat transportasi tersebut mampu membantu setiap aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat. Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang banyak digunakan di Indonesia sehingga berbagai perusahaan mulai melirik bisnis jasa tersebut. bisnis dan usaha servis motor menjadi semakin maju pesat sebagaimana dapat dilihat banyaknya penyedia jasa servis motor seperti dealer resmi yang bekerjasama dengan merk-merk sepeda motor tertentu maupun bengkel-bengkel yang juga menyediakan pelayanan servis motor mengakibatkan adanya persaingan untuk mendapatkan konsumen. Selain itu fungsi sepeda motor tidak hanya sebagai alat transportasi untuk melakukan setiap aktivitas, faktor kenyamanan dalam berkendara sekarang menjadi perhatian penting konsumen seiring berkembangnya ilmu dan teknologi. Untuk itulah secara tidak langsung konsumen juga membutuhkan sarana dan prasarana untuk merawat maupun memperbaiki kendaraannya supaya sepeda motor menjadi nyaman dikendarai dan tidak kalah dengan produk baru.

Untuk memenuhi permintaan dan kebutuhan dari para pelanggan Nita Motor sehingga pelanggan merasa betah dan dapat memenuhi kebutuhan selama proses servis kendaraannya, maka di dalam bengkel tersebut juga disediakan fasilitas-fasilitas yang nantinya pelanggan dapat menikmati secara langsung sehingga tidak merasa jenuh saat menunggu. Adapun beberapa fasilitas penunjang yang terdapat di dalam tempat tunggu yang juga merupakan bagian dari fasilitas Bengkel Nita Motor antara lain, tempat duduk, televisi, koran, kamar mandi dan tidak lupa juga disediakan tempat untuk membeli minuman dingin. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing.

Bengkel Nita Motor diharapkan untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan para pelanggan dan konsumen dari segi kualitas pelayanan yang diberikan agar tercipta kepuasan bagi konsumennya. Fasilitas dan pelayanan yang memadai dan mencukupi yang diberikan oleh pihak Bengkel Nita Motor diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi para pelanggan. Dengan demikian kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ini dapat diukur berdasarkan dimensi kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono dalam Indra (2013:4) dimensi kualitas pelayanan yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Peneliti melakukan prasurvei selama studi lapangan yang dilakukan peneliti antara lain, Bukti fisik (*tangibles*) meliputi, ruangan yang terlalu penuh peralatan kerja, lokasi parkir yang ramai, penataan meja dan kursi yang kurang sejajar, keandalan (*reliability*) meliputi, kecepatan montir dalam pelayanan dan ketepatan informasi yang diberikan masih kurang lengkap. Hal ini dirasakan dalam menunggu proses servis diperlukan waktu yang cukup lama, daya tanggap (*responsiveness*) meliputi, kemauan melayani konsumen dan memberikan informasi yang seakurat mungkin agar konsumen bisa memperkirakan estimasi biaya servis, jaminan (*assurance*) meliputi, keamanan bertransaksi dalam urusan pembayaran, empati (*emphaty*) meliputi, rasa peka terhadap kondisi pelanggan. Hal ini terlihat saat konsumen memerlukan bantuannya, para montir kurang peka menanggapi. Berdasarkan pemikiran tersebut diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan pada pelanggan Bengkel Nita Motor dengan judul "Pengaruh Faktor Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Nita Motor Sidoarjo".

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran dalam sebuah dunia usaha adalah suatu kegiatan pokok yang harus dilakukan untuk menjalankan roda bisnis guna mempertahankan kelangsungan hidup usaha itu sendiri. Suatu aktivitas pemasaran dari perusahaan merupakan usaha yang secara langsung dilakukan untuk mencapai, membujuk, dan menginformasikan konsumen untuk membeli dan menggunakan produknya. Pemasaran (marketing) berasal dari kata market (pasar). Pemasaran merupakan faktor dimana usaha suatu perusahaan untuk menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan konsumen. Menurut Kotler dalam Sunyoto (2014:220) pemasaran (marketing) adalah suatu kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan melalui proses pertukaran.

Pengertian Kualitas Jasa

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah, misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan, kesehatan atau pemecahan masalah yang dihadapi konsumen, (Lupiyoadi dalam Anindita, 2012:15).

Pengertian Kualitas Layanan

Aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas yang berhubungan dengan pelayanan adalah kualitas pelayanan. Menurut Nasution dalam Khusaini (2016). "Pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan". Secara garis besar menyatakan ada 4 unsur pokok dalam konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.

Pengertian Daya tanggap (*responsiveness*)

Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksiapan atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif. Tuntutan pelayanan yang menyikapi berbagai keluhan dari bentuk-bentuk pelayanan yang diberikan menjadi suatu respek positif dari daya tanggap pemberi pelayanan dan yang menerima pelayanan. Sayangnya

pihak yang memberikan pelayanan apabila menemukan orang yang dilayani kurang mengerti atas berbagai syarat prosedur atau mekanisme, maka perlu diberikan suatu pengertian dan pemahaman yang jelas secara bijaksana, berwibawa dan memberikan berbagai alternatif kemudahan untuk mengikuti syarat pelayanan yang benar, sehingga kesan dari orang yang mendapat pelayanan yang benar, sehingga kesan orang yang mendapat pelayanan memahami atau tanggap terhadap keinginan orang yang dilayani.

Pengertian Jaminan (*assurance*)

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu layanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

Pengertian Bukti fisik (*tangibility*)

Pengertian bukti fisik dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.

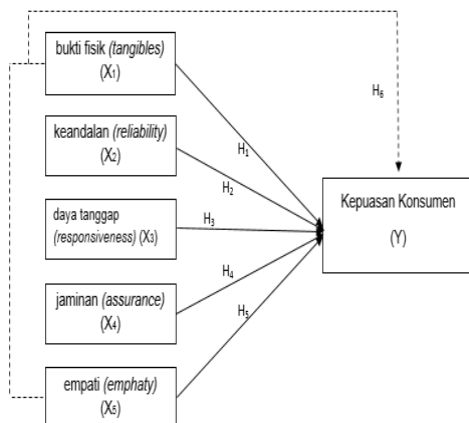
Pengertian Empati (*empathy*)

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan .

Pengertian Kendalan (*reliability*)

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.

Berdasarkan latar belakang masalah dan dasar pemikiran teoritis, maka kerangka konseptual dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

- H1: bukti fisik (*tangibles*) (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen bengkel Nita Motor Sidoarjo.
- H2: keandalan (*reliability*) (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen bengkel Nita Motor Sidoarjo.
- H3: daya tanggap (*responsiveness*) (X_3) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen bengkel Nita Motor Sidoarjo.
- H4: jaminan (*assurance*) (X_4) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen bengkel Nita Motor Sidoarjo.
- H5: empati (*emphaty*) (X_5) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen bengkel Nita Motor Sidoarjo.
- H6: bukti fisik (*tangibles*) (X_1), keandalan (*reliability*) (X_2), daya tanggap (*responsiveness*) (X_3), jaminan (*assurance*) (X_4), dan empati (*emphaty*) (X_5) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) bengkel Nita Motor Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Populasi

Populasi menurut Sugiyono dalam Hendra (2015:117), adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah para konsumen atau pelanggan dari Bengkel Nita Motor yang datang berkunjung di Bengkel Nita Motor tersebut, dengan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti.

Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui non probability sampling. Berdasarkan teknik ini, setiap unsur dalam populasi tidak mendapat kesempatan atau peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel. Sedangkan metodenya menggunakan insidental sampling yaitu mereka yang dijumpai peneliti di tempat penelitian atau orang-orang yang diketahui pernah menggunakan jasa tersebut, maka ia dapat dijadikan sampel dalam penelitian.

Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada tidak diketahui jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada. Apabila jumlah populasi tidak diketahui menurut Hair dan Black et., al. (2010) merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Indikator dalam penelitian ini yang terdiri dari 5 variabel bebas dan 1 variabel terikat berjumlah 12, sehingga total pertanyaan dalam penelitian ini adalah 12 pertanyaan, dengan demikian minimal ukuran sampel penelitian ini $12 \times 5 = 60$. Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 orang responden atau pelanggan yang mengunjungi Bengkel Nita Motor.

Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono dalam Hatch dan Farhady (2015:63) menyebutkan bahwa variabel sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan yaitu variabel independen, dan variabel dependen.

Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2014) menyatakan kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik pengumpulan data yang

digunakan dalam penelitian adalah kuesioner yang diberikan kepada responden atau pelanggan yang mengunjungi Bengkel Nita Motor.

Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah :

1. Menurut Sugiyono dalam Hendra (2015) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Berdasarkan pendapat penulis menyimpulkan bahwa data primer merupakan data utama yang didapatkan langsung dari apa yang akan diteliti. Sumber data primer merupakan sumber data yang didapat dan diolah secara langsung dari subjek yang berhubungan langsung dengan penelitian. Data primer ini diantaranya didapat dari hasil observasi langsung dan data hasil pengisian kuisisioner.
2. Penggunaan data sekunder adalah sebagai penunjang yang menguatkan perolehan data hasil yang didapat dari artikel, internet, dan dokumen-dokumen yang dimiliki organisasi yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Jadi penulis mengambil kesimpulan bahwa data sekunder adalah data tambahan yang didapatkan untuk membantu penelitian. Data sekunder didapat melalui obesrvasi atau dokumentasi kegiatan penelitian.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Jadi pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrument dalam menjalankan fungsi. Instrumen dikatakan valid jika instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Instrumen penenelitian dikatan valid jika nila koefiesien korelasi (r) diatas 0,03 (Sugiyono dalam Hendra, 2013:43).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent (Ghozali, 2011:105). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 dan batas tolerance mendekati angka 1 atau lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas atau jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) ≥ 10 dan batas tolerance lebih kecil dari 0,10 maka terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi berganda terjadi ketidaksamaan varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan sebaliknya apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi berganda yang baik adalah homokedastisitas. Berdasarkan hasil perhitungan semua nilai signifikasi dengan signifikasi level 5% adalah $> 0,05$ hal ini menandakan bahwa model regresi adalah Homokedastiositas.

Uji Normalitas

Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Pengujian normalitas data menggunakan uji kolmogorov-smirnov one sampel test.

Uji Autokorelasi

Pendeteksian dengan menggunakan metode statistik dari Durbin-Watson (Uji D-W) dengan ketentuan sebagai berikut : (Alghifari dan Agus dalam Hendra 2015:97).

1. Nilai D-W <1,10 berarti ada / terdapat korelasi
2. Nilai D-W antara 1,10 s.d 1,54 berarti tanpa kesimpulan
3. Nilai D-W antara 1,55 s.d 2,46 berarti tidak terjadi autokorelasi
4. Nilai D-W antara 2,47 s.d 2.90 berarti tanpa kesimpulan
5. Nilai D-W >2,91 berarti ada / terdapat korelasi

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*, terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Nita Motor Sidoarjo. Adapun model hubungan antar variabel dapat di susun dalam persamaan di bawah ini :
$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Uji Hipotesis

Uji t Parsial

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali dalam Hendra 2015).

H_0 = variabel independen (*responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*) tidak berpengaruh positif terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

H_a = variabel independen (*responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*) berpengaruh positif terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria angka probabilitas signifikan sebagai berikut :

- a. Jika probabilitas $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak
- b. Jika probabilitas $t < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a di terima

Uji F Simultan

Uji f pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang di masukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali dalam Hendra 2015). Adapun hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

H_0 = variabel independen (*responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*) tidak berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

H_a = variabel independen (*responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*) berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

Adapun dasar kriteria pengambilan keputusannya yaitu melalui angka probabilitas signifikan sebagai berikut :

- a. Jika probabilitas $f > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak
- b. Jika probabilitas $f < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_a di terima

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan untuk setiap skor indikator dengan total skor item dalam setiap variabel secara statistik, hasil analisis dari korelasi *product moment* (r_{hitung}) dan nilai kritis (r_{tabel}) adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas

No.	Indikator / Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Bukti Fisik (<i>tangibles</i>)			
	X1.1	0,622	0,250	Valid
	X1.2	0,507		Valid
	X1.3	0,690		Valid
	X1.4	0,687		Valid
2	Keandalan (<i>reliability</i>)			
	X2.1	0,562	0,250	Valid
	X2.2	0,749		Valid
	X2.3	0,622		Valid
	X2.4	0,698		Valid
3	Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)			
	X3.1	0,566	0,250	Valid
	X3.2	0,720		Valid
	X3.3	0,647		Valid
	X3.4	0,636		Valid
4	Jaminan (<i>assurance</i>)			
	X4.1	0,577	0,250	Valid
	X4.2	0,687		Valid
	X4.3	0,463		Valid
	X4.4	0,701		Valid
5	Empati (<i>emphaty</i>)			
	X5.1	0,422	0,250	Valid
	X5.2	0,514		Valid
	X5.3	0,410		Valid
	X5.4	0,640		Valid
6	Kepuasan Konsumen			
	Y1.1	0,695	0,250	Valid
	Y1.2	0,654		Valid
	Y1.3	0,715		Valid
	Y1.4	0,435		Valid
	Y1.5	0,711		Valid
	Y1.6	0,361		Valid
	Y1.7	0,674		Valid

Sumber : olah data spss

Dari tabel 4.10 diatas hasil uji validitas dalam instrumen penelitian yang digunakan semuanya mempunyai nilai r_{hitung} yang lebih besar atau berada diatas nilai kritis (r_{tabel}) yang diperoleh sebesar 0,250 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pada instrumen penelitian bisa dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Suatu intrumen penelitian dinilai memiliki konsistensi internal yang baik atau reliabel jika $\alpha > 0.6$ Hasil pengujian reliabilitas ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Bukti_Fisik	76,40	50,210	,819	,920
Keandalan	76,45	51,506	,812	,922
Daya_Tanggap	76,43	51,402	,786	,924
Jaminan	76,42	51,298	,872	,916
Empati	76,55	55,642	,826	,926
Kepuasan_Konsumen	66,58	39,366	,892	,924

Sumber: olah data spss

Berdasarkan hasil tabel 4.11 di atas diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai $\alpha > 0.60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner terhadap pelanggan atau konsumen Bengkel Nita Motor Sidoarjo yang digunakan memiliki konsistensi atau reliabel.

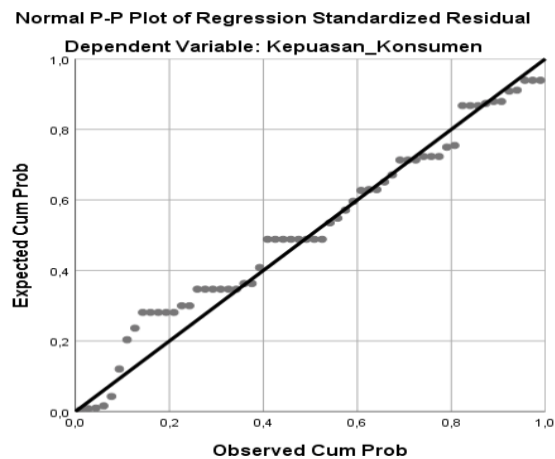
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

residualnya. Dan hasil uji normalitas dapat di lihat pada gambar ini :

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas



Sumber: olah data spss

Berdasarkan hasil output gambar 4.1 diketahui bahwa data (titik) menyebar di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat di simpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance value*. Bebas dari multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Hasil uji multikolinieritas pada tabel :

Tabel 4.12 Pengujian Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,848	1,520		1,216	,029		
Bukti_Fisik	,461	,157	,311	2,943	,005	,267	3,751
Keandalan	,117	,170	,121	2,100	,001	,256	3,906
Daya_Tanggap	,400	,144	,262	2,784	,003	,336	2,978
Jaminan	,697	,192	,422	3,625	,001	,219	4,566
Empati	,123	,220	,211	2,106	,000	,259	3,862

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

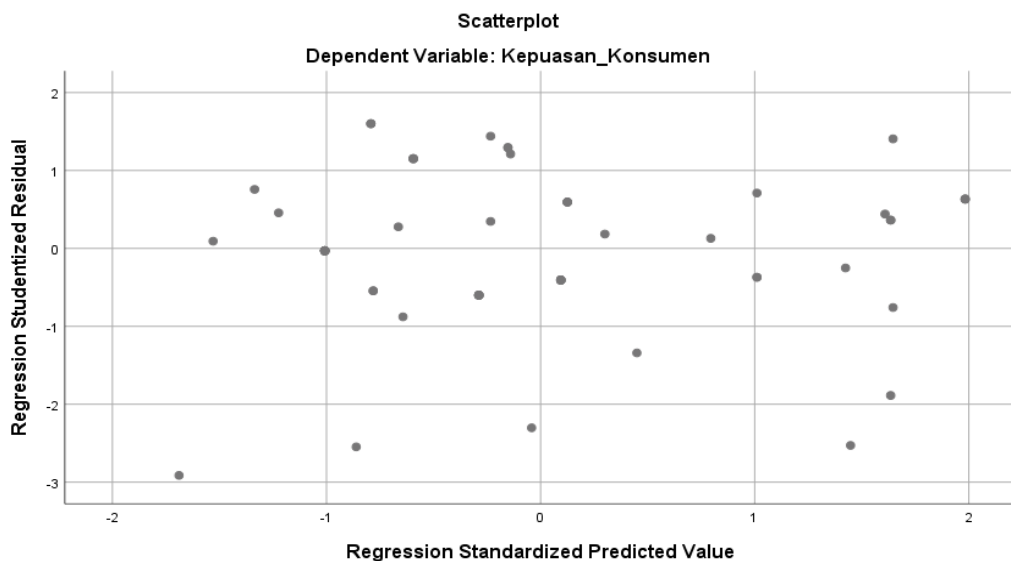
Sumber: olah data spss

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan masing-masing variabel independent memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independent, dan hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hasil yang sama yaitu variabel independent yang memiliki nilai VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independent dalam model regresi ini.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu y adalah yang telah di prediksi dan sumbu x adalah residunya (y prediksi y sesungguhnya) yang telah di *standardized*.

Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: olah data spss

Berdasarkan gambar 4.2 di atas diketahui bahwa dari hasil pengujian uji heterokadekastisitas bahwa tidak terdapat pola yang jelas, serta titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu y, dapat disimpulkan tidak terjadi heterokadastisitas pada model regresi ini.

Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi korelasi ini dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson.

Tabel 4.13 Pengujian Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,916 ^a	,840	,825	,976	2,136

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti_Fisik, Daya_Tanggap, Keandalan, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: olah data spss

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa nilai DW 2,136 selanjutnya nilai ini akan kita bandingkan dengan nilai table signifikansi 5%, jumlah sampel N=60 dan jumlah variabel Independen 5 (k=5) = 5 ; 60 diperoleh nilai DU 1,767.

Nilai DW 2,136 lebih besar dari batas atas (DU) yakni 1,767 dan kurang dari (4-DU) 4 - 1,767 = 2,233 sehingga disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Hasil Uji Hipotesis t Parsial

Analisis uji parsial t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial (sendiri) terhadap variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.15 Hasil Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,848	1,520		1,216	,029
	Bukti_Fisik	,461	,157	,311	2,943	,005
	Keandalan	,117	,170	,121	2,100	,001
	Daya_Tanggap	,400	,144	,262	2,784	,003
	Jaminan	,697	,192	,422	3,625	,001
	Empati	,123	,220	,211	2,106	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: olah data spss

Dari tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa nilai uji t (t_{hitung}) untuk masing-masing variabel lebih besar dari nilai (t_{tabel}) 1,670 berarti bahwa semua variabel yaitu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen Bengkel Nita Motor Sidoarjo.

Hasil Uji F Sumultan

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen untuk mengambil keputusan hipotesis diterima atau ditolak dengan membandingkan tingkat signifikansi (α) sebesar 5%.

Tabel 4.16 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	269,508	5	53,902	56,546	,000 ^b
	Residual	51,475	54	,953		
	Total	320,983	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Empati, Bukti_Fisik, Daya_Tanggap, Keandalan, Jaminan

Sumber: olah data spss

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.16 di atas, dapat dilihat nilai F hitung diperoleh sebesar 56,546. Cara mencari F tabel dengan taraf kesalahan 5% f (k ; (n-k) = f (6 ; (60-6). f = (6 ; 54) maka diperoleh F tabel sebesar 2,27.

Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung > F tabel yaitu $56,546 > 2,27$. Dan diketahui bahwa nilai signifikansi regresi sebesar $0,000 < \text{nilai signifikansi } 0,05$. Maka variabel kualitas layanan dengan indikator bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda digunakan sebagai alat analisis statistik karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel-variabel yang berpengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari satu.

Tabel 4.14 Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1 (Constant)	1,848	1,520		1,216	,029		
Bukti_Fisik	,461	,157		,311	2,943	,005	,267 3,751
Keandalan	,117	,170		,121	2,100	,001	,256 3,906
Daya_Tanggap	,400	,144		,262	2,784	,003	,336 2,978
Jaminan	,697	,192		,422	3,625	,001	,219 4,566
Empati	,123	,220		,211	2,106	,000	,259 3,862

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: olah data spss

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.14 dapat disajikan ke dalam bentuk persamaan regresi *standardized* sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y = 1,848 + 0,461 X_1 + 0,117 X_2 + 0,400 X_3 + 0,697 X_4 + ,123 X_5 + e$$

Nilai konstanta (a) adalah menunjukkan besarnya nilai kepuasan konsumen (Y) indikator bukti fisik (*tangibles*), *keandalan* (*reliability*), *daya tanggap* (*responsiveness*), *jaminan* (*assurance*), dan *empati* (*emphaty*) dinyatakan konstan dengan nilai kepuasan konsumen sebesar 1,848.

Koefisien regresi variabel kualitas layanan untuk indikator bukti fisik (*tangibles*) (X1) sebesar 0,461 maka menyatakan bahwa adanya pengaruh antara bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan konsumen Bengkel Nita Motor Sidoarjo.

Koefisien regresi variabel kualitas layanan untuk indikator *keandalan* (*reliability*) (X2) sebesar 0,117 maka menyatakan bahwa adanya pengaruh antara *keandalan* (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen Bengkel Nita Motor Sidoarjo.

Koefisien regresi variabel kualitas layanan untuk indikator *daya tanggap* (*responsiveness*) (X3) sebesar 0,400 maka menyatakan bahwa adanya pengaruh antara *daya tanggap* (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen Bengkel Nita Motor Sidoarjo.

Koefisien regresi variabel kualitas layanan untuk indikator *jaminan* (*assurance*) (X4) sebesar 0,697 maka menyatakan bahwa adanya pengaruh antara *jaminan* (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen Bengkel Nita Motor Sidoarjo.

Koefisien regresi variabel kualitas layanan untuk indikator *empati* (*emphaty*) (X5) sebesar 0,123 maka menyatakan bahwa adanya pengaruh antara *empati* (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen Bengkel Nita Motor Sidoarjo.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Sebaliknya, jika nilai R square semakin mendekati 1 besarnya koefisien determinasi (r²) suatu persamaan regresi, semakin besar pula pengaruh semua variabel independent terhadap variabel dependent.

Tabel 4.17 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,916 ^a	,840	,825	,976	2,136

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti_Fisik, Daya_Tanggap, Keandalan, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: olah data spss

Berdasarkan output tabel 4.17 *model summary* diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,840. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) sama dengan 84,0% angka tersebut berarti bahwa variabel kualitas layanan dengan indikator bukti fisik (*tangibles*), *keandalan* (*reliability*), *daya tanggap* (*responsiveness*), *jaminan* (*assurance*), *empati* (*emphaty*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo sebesar 84,0% sedangkan sisanya 16,0% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi penelitian ini.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan pembuktian dari hipotesis yang di ajukan pada bab sebelumnya sebagai berikut :

1. Analisis pengaruh bukti fisik (*tangibles*) terhadap variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi *Standardize Coefficients* (Beta) sebesar 0,311 dan diperoleh nilai uji t (t_{hitung}) 2,943 lebih besar dari nilai (t_{tabel}) 1,670 dengan signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ yang berarti bahwa adanya pengaruh secara parsial antara bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.
2. Analisis pengaruh *keandalan* (*reliability*) terhadap variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi *Standardize Coefficients* (Beta) sebesar 0,121 dan diperoleh nilai uji t (t_{hitung}) 2,100 lebih besar dari nilai (t_{tabel}) 1,670 dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa adanya pengaruh secara parsial antara *keandalan* (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.
3. Analisis pengaruh *daya tanggap* (*responsiveness*) terhadap variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi *Standardize Coefficients* (Beta) sebesar 0,262 dan diperoleh nilai uji t (t_{hitung}) 2,784 lebih besar dari nilai (t_{tabel}) 1,670 dengan signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh secara parsial antara *daya tanggap* (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.
4. Analisis pengaruh *jaminan* (*assurance*) terhadap variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi *Standardize Coefficients* (Beta) sebesar 0,422 dan diperoleh nilai uji t (t_{hitung}) 3,625 lebih besar dari nilai (t_{tabel}) 1,670 dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa adanya pengaruh secara parsial antara *jaminan* (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.
5. Analisis pengaruh *empati* (*emphaty*) terhadap variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi *Standardize Coefficients* (Beta) sebesar 0,211 dan diperoleh nilai uji t (t_{hitung}) 2,106 lebih besar dari nilai (t_{tabel}) 1,670 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa adanya pengaruh secara parsial antara *empati* (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 56,546 dengan taraf kesalahan 5% diperoleh F tabel sebesar 2,27. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $56,546 > 2,27$ dengan nilai signifikansi regresi sebesar $0,000 <$ nilai signifikansi 0,05. Maka variabel kualitas layanan dengan indikator bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang juga pernah dilakukan oleh Bernadetta Dwiyani Anindita, 2012 dengan judul penelitian Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Tembalang Dari Dimensi Pelayanan (Studi Kasus Pada Alfamart Jl. Ngesrep Timur V / 69, Kota Semarang) Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2012. Dari penelitian ini diharapkan dapat diketahui seberapa besar pengaruh *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung serta berbelanja di Alfamart Tembalang. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang pernah berkunjung ke Alfamart Tembalang, dengan menggunakan metode accidental sampling dan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel

responsiveness, tangible, assurance, empathy, dan tangible berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sementara hasil uji F atau simultan sebesar 30,077 dengan signifikasi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hal ini berarti semua variabel berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan uji determinasi adalah sebesar 0,595 yang berarti 59,5% kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan yaitu *responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan tangible* dan sisanya sebesar 40,5% dipengaruhi variabel lainya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dibahas di bab sebelumnya maka dapat diambil simpulan sebagai berikut ini :

1. Analisis pengaruh bukti fisik (*tangibles*) terhadap variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi *Standardize Coefficients* (Beta) sebesar 0,311 dan diperoleh nilai uji t (t_{hitung}) 2,943 lebih besar dari nilai (t_{tabel}) 1,670 dengan signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ yang berarti bahwa adanya pengaruh secara parsial antara bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.
2. Analisis pengaruh *keandalan (reliability)* terhadap variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi *Standardize Coefficients* (Beta) sebesar 0,121 dan diperoleh nilai uji t (t_{hitung}) 2,100 lebih besar dari nilai (t_{tabel}) 1,670 dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa adanya pengaruh secara parsial antara *keandalan (reliability)* terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.
3. Analisis pengaruh *daya tanggap (responsiveness)* terhadap variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi *Standardize Coefficients* (Beta) sebesar 0,262 dan diperoleh nilai uji t (t_{hitung}) 2,784 lebih besar dari nilai (t_{tabel}) 1,670 dengan signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh secara parsial antara *daya tanggap (responsiveness)* terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.
4. Analisis pengaruh *jaminan (assurance)* terhadap variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi *Standardize Coefficients* (Beta) sebesar 0,422 dan diperoleh nilai uji t (t_{hitung}) 3,625 lebih besar dari nilai (t_{tabel}) 1,670 dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa adanya pengaruh secara parsial antara *jaminan (assurance)* terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.
5. Analisis pengaruh *empati (emphaty)* terhadap variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi *Standardize Coefficients* (Beta) sebesar 0,211 dan diperoleh nilai uji t (t_{hitung}) 2,106 lebih besar dari nilai (t_{tabel}) 1,670 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa adanya pengaruh secara parsial antara *empati (emphaty)* terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.
6. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 56,546 dengan taraf kesalahan 5% diperoleh F tabel sebesar 2,27. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $56,546 > 2,27$ dengan nilai signifikansi regresi sebesar $0,000 <$ nilai signifikansi 0,05. Maka variabel kualitas layanan dengan indikator bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.

Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis pada pelanggan atau konsumen Bengkel Nita Motor Sidoarjo diperoleh hasil yang menyebutkan

- bahwa konsumen puas dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Nita Motor Sidoarjo.
2. Dengan hasil penelitian tersebut maka Bengkel Nita Motor Sidoarjo sebaiknya tetap mempertahankan atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang telah ada pada saat ini dengan terus memperhatikan faktor faktor yang bisa mempengaruhi kualitas layanan dengan indikator diantaranya bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).
 3. Untuk penelitian berikutnya diharapkan untuk memperdalam mengenai variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan juga faktor atau indikator lain apa saja yang dapat memberikan pengaruh di dalam meningkatkan kualitas layanan di Bengkel Nita Motor Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Khusain (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Club Arena Yogyakarta. Program Studi Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta
- Basu, Swasta dan Hani Handoko. (2010). Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen. BPFE. Yogyakarta.
- Bernadetta Dwiyani Anindita, 2012. Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Tembalang Dari Dimensi Pelayanan (Studi Kasus Pada Alfamart Jl. Ngesrep Timur V / 69, Kota Semarang) Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2012.
- Fandy Tjiptono. (2005). Prinsip-Prinsip Total Quality Service. Edisi V. Yogyakarta. Penerbit ANDI.
- Fure, Hendra. 2013. "Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca". Jurnal EMBA, Vol.1 No.3. pp: 273-283.
- Gary Amstrong, Philip Kotler. (2002). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. (penerjemah Alexander Sindoro dan Benjamin Molah). Jakarta: Prehalindo.
- Indra Wahyu Dianto, 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta. Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2013.
- J. Supranto.(2001). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pasar. Cet.2. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Julia Ramadani Nasution, 2019. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Febi Angkatan 2014 Uin Sumatera Utara). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan 2019 M/1440 H.
- Kabu Khadka & Soniya Maharjan 2017, with the research title Customer Satisfaction and Customer Loyalty Case Travel Cleaning Services (Trivsel siivouspalvelu). Thesis Centria University Of Applied Sciences Business Management. November 2017*
- Kotler dan Amstrong. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran. (Damos Sihombing dan Wisnu Chandra K. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K.L (2009) Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. (Bob sabran. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- M. Nur Nasution. (2004). Manajemen Jasa Terpadu. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Parasuraman A Valerie. (2001). Delivering Quality Service. (diterjemahkan oleh sutanto). New York. The free press.

- Ramadani Nasution, 2019 dengan judul penelitian Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan 2019 M/1440 H.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. (2002). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Yong C. Z, Yun y.w Loh L. (2003). The Quest Of Global Quality. (diterjemahkan oleh Sutanto). Jakarta: Pustaka Delapratasa.