

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL ANTO MOTOR PEKANBARU

M. Rachmadi

(Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan Pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru. Penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru .

Hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : “diduga bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru telah sesuai dengan harapan pelanggan”.

Penelitian ini memerlukan data primer dan data sekunder, dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel secara Purposive Sampling, dengan menggunakan rumus Slovin, dimana teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu orang yang benar-benar pelanggan Bengkel Anto Motor Pekanbaru. Dalam melakukan analisis data penulis menggunakan metode analisis Deskriptif kuantitatif dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (Analisis Tingkat Kepentingan dan kinerja/kepuasan pelanggan).

Pada penelitian ini variabel yang dibahas yaitu Bukti fisik(*tangible*), Jaminan(*assurance*), Keandalan(*reability*), Ketanggapan(*responsiveness*) dan Empati(*emphaty*)

Dari penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut : Bukti fisik (*tangible*), Jaminan (*assurance*), Keandalan (*reability*), Ketanggapan (*responsiveness*) dan Empati (*emphaty*) mempengaruhi kepuasan Pelanggan pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru, hal ini terlihat dari hasil olahan data, ini berarti variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang erat secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru.

Kata kunci: Bukti fisik, Jaminan, Keandalan, Ketanggapan dan Empati

PENDAHULUAN

Di negara Indonesia ini sudah sangat cukup maju dan telah banyak perusahaan di Indonesia ini yang bergerak dalam industri otomotif. Di dalam industri otomotif ini terjadi persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat bertahan suatu perusahaan otomotif harus menyediakan produk-produk yang berkualitas agar pelanggan tidak lari ke bengkel lain. Selain produk tersebut harus didukung juga oleh pelayanan jasa yang baik.

Layanan jasa tersebut dapat memberikan keuntungan. Bengkel Anto Motor Pekanbaru selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memuaskan pelanggannya, yaitu dengan cara berusaha

mengetahui perilaku-perilaku konsumen, membeli serta memakai barang atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, informasi yang dibutuhkan perusahaan tidak saja menyangkut tentang produk, model dan jasa apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan, tapi juga termasuk alasan mengapa membeli dan memakai produk dan jasa tersebut. Hal ini perlu dilakukan pada hakekatnya keinginan dan selera pelanggan selalu berubah dari waktu ke waktu.

Pelanggan akan menggunakan jasa bengkel lain apabila dalam pelayanan diatas tidak dilakukan dan juga bisa dapat mengurangi pendapatan dan bahkan dapat mengakibatkan bengkel kehilangan pelanggan, oleh karena itu apa-apa saja yang menjadi kelemahan dari perusahaan bisa diatasi dengan

baik sehingga tidak kehilangan pelanggan, bahkan jika kemungkinan dapat menambah pelanggan yang baru.

Bengkel Anto Motor Pekanbaru merupakan salah satu bengkel yang memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan transportasi dan bengkel ini telah berdiri semenjak tahun 2009.

Maka dari itu untuk mengetahui data pelanggan yang mendapat pelayanan pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru pada 5 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1
Perkembangan Pengguna Jasa Pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru Tahun 2009-2013

No	Bidang Jasa (Pelayanan)	Dalam Orang				
		2009	2010	2011	2012	2013
1	Pekerjaan Berat	27	31	39	55	60
	a. Bongkar / pasang Mesin					
2	b. Press Body	15	18	21	27	30
	Pekerjaan Ringan					
	a. Ganti Oli	150	268	389	406	424
	b. Stel Karburator	278	302	367	405	447
	c. Ganti kanvas rem	175	258	309	380	408
	d. Stel klep	185	220	294	312	324
Jumlah		830	1097	1419	1585	1693

Sumber : Bengkel Anto Motor Pekanbaru

Menurut data diatas dapat dilihat bahwa pada setiap tahunnya jumlah pelanggan Bengkel Anto Motor Pekanbaru terjadi peningkatan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut : **“Bagaimanakah Tingkat kepuasan Pelanggan pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru.**

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Beberapa pengertian para ahli tentang kepuasan pelanggan bila dilihat secara sepintas menunjukkan perbedaan antara yang satu dengan yang lainnya, akan tetapi mempunyai tujuan yang sama. Beberapa pendapat ahli tentang kepuasan pelanggan :

Menurut **Lina Anatan (2008;76)** kepuasan pelanggan adalah sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau *outcome* yang dirasakan dengan harapan-harapan terhadap produk tersebut.

Menurut Richard Oliver Kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari konsumen, hasil penilaian dari konsumen bahwa produk atau layanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang (**Handi Irawan ; 2009; 3**).

Kepuasan Pelanggan di definisikan sebagai respon pelanggan terhadap tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaiannya (**Freddy Rangkuti, 2006 ;30**).

Supaya layanan dapat memuaskan pelanggan, petugas yang melayani harus memenuhi 4 kriteria pokok yaitu : (**Moenir, 2000:197**)

1. Tingkah laku yang sopan
2. Cara penyampaian sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
3. Waktu menyampaikan yang tepat
4. Keramahtamahan.

Jadi, kepuasan atau tidak kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakan pemakainya

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan

Menurut **Zeithamal dan Bitner** faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah

persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006:192).

Menurut Christopher Lovelock terdapat lima kriteria yang pada dasarnya identik dengan beberapa jenis jasa yang memberikan kepuasan kepada para pelanggan (Freddy Rangkuti, 2006:18), berikut lima kriteria tersebut yaitu :

- a. **Bukti Fisik (Tangible) yaitu** penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan alat-alat komunikasi. Bukti fisik ini sangat berpengaruh karena memiliki hasil yang nyata dari pekerjaan tersebut, keharmonisan interior dan eksterior ruangan dan terkesan rapi, indah sejuk, asri dan teratur, merupakan salah satu bentuk jasa yang ditawarkan pada konsumen atau pelanggan.
- b. **Jaminan (Assurance) yaitu**, pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri. Beberapa aspek dari jaminan yaitu :
 1. Keramahan
 2. Rasa percaya diri dan jaminan keamanan terhadap penyedia jasa.
 3. Ketrampilan dan pengetahuan karyawan.
- c. **Kehandalan (Reliability) yaitu**, dimensi yang mengukur kehandalan dari perusahaan atau penyedia jasa dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Kehandalan juga menentukan kepuasan pelanggan.
- d. **Ketanggapan (Responsiveness) yaitu**, kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Dipengaruhi oleh :
 1. Kecepatan Pelayanan,
 2. Komunikasi tentang pelanggan tentang proses pelayanan,
 3. Ketulusan menjawab pertanyaan atau permintaan pelanggan
 4. Sikap kesigapan karyawan.
- e. **Empati (Empathy) yaitu**, karyawan harus memberikan perhatian secara

individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen.

2.3. Kualitas Pelayanan/Jasa

Kualitas merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan.

Definisi kualitas jasa terpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2000: 51).

Kualitas jasa merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wykof dalam Tjiptono, 2005 : 52).

Selanjutnya menurut Barata (2004:37), kualitas layanan terbagi dua, yaitu

1. Kualitas Layanan Internal

Berkaitan dengan interaksi jaringan pegawai organisasi/perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal, antara lain :

- a. Pola manajemen umum organisasi / perusahaan
- b. Penyediaan fasilitas pendukung
- c. Pengembangan Sumber Daya Manusia
- d. Iklim kerjadan keselarasan hubungan kerja
- e. Pola insentif

Jika faktor-faktor diatas dikembangkan, loyalitas dan integritas pada diri masing-masing pegawai akan mampu untuk mengembangkan pelayanan yang terbaik diantara mereka.

2. Kualitas layanan eksternal

Mengenai kualitas layanan kepada pelanggan eksternal, kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain : (2004:37-38),

- a. Yang berkaitan dengan penyediaan jasa

- 1) Pola layanan dan tata cara penyediaan / pembentukan jasa tertentu.
 - 2) Pola layanan distribusi jasa
 - 3) Pola layanan penjualan jasa
 - 4) Pola layanan dalam penyampaian jasa
- b. Yang berkaitan dengan penyediaan barang
- 1) Pola layanan dan pembuatan barang berkualitas atau penyediaan barang berkualitas.
 - 2) Pola layanan pendistribusian barang
 - 3) Pola layanan penjualan barang
 - 4) Pola layanan purna jual

Keempat jenis layanan diatas dapat disebut sebagai kinerja pelayanan (*Service Performance*)

2.4. Pengertian dan Karakteristik Jasa

Terdapat lima karakteristik utama jasa bagi pembeli utamanya (Tjiptono,2004:18) :

1. *Intangibility* (tidak berwujud) Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*perfomance*), atau usaha. Oleh sebab itu, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.
2. *Variability / Heterogeneity* (berubah-ubah) Jasa bersifat variabel karena merupakan *non-standarized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung kepada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.
3. *Perishability* (tidak tahan lama) Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. *Lack Of Ownership* merupakan perbedaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya.

Variabel Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh **Freddy Rangkuti (2006:18)** terhadap pengukuran

pada kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Bukti fisik (*tangible*)
2. Jaminan (*assurance*)
3. Keandalan (*reliability*)
4. Ketanggapan (*responsiveness*)
5. Empati (*emphaty*)

Populasi dan Sampel

Didasari dari jumlah populasi data konsumen pengguna jasa pada Tahun 2013, yaitu sebanyak 1.693 orang. Maka populasi tersebut menjadikan dasar untuk mendapatkan sampel penelitian.

Sampel dalam penelitian ini adalah diambil dari jumlah populasi atau konsumen pengguna jasa pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru pada tahun 2013 sebanyak 1.693 orang. Adapun cara untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus **Slovin (Umar, 2003 : 146)**.

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

Jadi, jumlah sampel yang diperlukan sebesar 94 Orang Pelanggan Bengkel Anto Motor Pekanbaru.

Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Purposive Sampling*, dimana teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu orang tersebut benar-benar ahli dalam bidangnya. (Sugiono, 2006: 78).

Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Untuk menjawab rumusan masalah, digunakan *Importance-Performance Analysis* atau Analisis Tingkat Kepentingan dan kinerja/kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y. X adalah tingkat kinerja bengkel AntoMotor Pekanbaru yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen (kenyataan yang dirasakan konsumen) sedangkan Y adalah kepentingan

konsumen (harapan yang diinginkan oleh konsumen). Rumus yang digunakan :

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dihitung dengan :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

X = skor rata-rata tingkat pelaksanaan / kepuasan

Y = skor rata-rata tingkat kepentingan

n = jumlah responden

Perhitungan tersebut kemudian digambarkan dalam diagram cartesius sebagai berikut :

Gambar 1

Diagram Cartesius Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja / Kepuasan Pelanggan

Y	Prioritas utama A	Pertahankan prestasi B
	C Prioritas rendah	D Berlebihan
	X	

X (pelaksanaan kinerja/kepuasan)

Keterangan :

- A. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting namun manajemen belum melaksanakan sesuai keinginan konsumen. Sehingga mengecewakan atau tidak memuaskan.
- B. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan. Untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- C. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaan oleh perusahaan

biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Didalam hal ini akan diuraikan hasil penelitian dengan menggunakan *analisa deskriptif kualitatif*. Data yang ada diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan dalam bentuk *questioner* kepada konsumen sebanyak 94 orang, selanjutnya data yang diperoleh ditabulasikan untuk dianalisa secara *deskriptif kualitatif*.

Berikut penjelasan mengenai hasil dari penelitian.

A. Identitas Responden

Tabel 2

Tingkat usia responden Pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	15 – 20	16	17,02
2	21 – 40	23	24,47
3	41 – 50	38	40,42
4	51 – 60	17	18,09
Jlh		94	100

Sumber : Data Olahan 2013

B. Jenis Kelamin

Tabel 3

Jenis kelamin responden Pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru

No	Jenis kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	PRIA	69	73,40
2	WANITA	25	26,60
Jlh		94	100

Sumber : Data Olahan 2013

C. JenisPekerjaan

Tabel 4
Jenis Pekerjaan Responden Pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	PNS	38	40,42
2	Wiraswasta	30	31,91
3	Ibu rumah tangga	8	8,52
4	Pelajar	18	19,15
Jlh		94	100

Sumber : Data Olahan 2013

D. JenjangPendidikan

Tabel 5
Data Pendidikan Terakhir Responden Pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Sarjana	24	25,54
2	SLTA	53	56,38
3	SLTP	8	8,51
4	SD	9	9,57
Jlh		94	100

Sumber : Data Olahan 2013

Data Hasil Penelitian

Analisis Variabel Tangible (Bukti Fisik)

Tabel 6
Kenyataan dan Harapan responden terhadap Lokasi yang strategis

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	47	19	23	5	0	390
Harapan	61	21	8	4	0	421

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya =

$(390/421) \times 100\% = 93,64\%$. Diartikan kesesuai sebesar **93,64%** terhadap lokasi yang strategis tempat keberapaan Bengkel Anto Motor Pekanbaru.

Tabel 7

Kenyataan dan Harapan responden terhadap Kondisi bengkel yang menarik perhatian dan kokoh

Kondisi	Sangat penting	Penting	Cukup Penting	Kurang penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	35	29	21	9	0	372
Harapan	51	20	20	3	0	401

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(372/401) \times 100\% = 92,77\%$. Diartikan kesesuaiin sebesar **93,64%** terhadap kondisi Bengkel Anto Motor Pekanbaru yang memberikan tampilan menarik perhatian dan kokoh.

Tabel 8

Kenyataan dan Harapan responden terhadap kelengkapan fasilitas seperti Spare Part dan peralatan perbaikan

Kondisi	Sangat penting	Penting	Cukup Penting	Kurang penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	39	34	10	11	0	383
Harapan	55	29	6	4	0	417

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya $(383/417) \times 100\% = 91,85\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **91,85%** terhadap kelengkapan fasilitas seperti spare part dan peralatan perbaikan pada Bengkel AntoMotor Pekanbaru.

Tabel 9

Kenyataan dan Harapan responden terhadap fasilitas dibandingkan bengkel lain

Kondisi	Sangat penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	44	30	14	6	0	394
Harapan	60	23	9	2	0	423

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(394/423) \times 100\% = 93,14\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **93,14%** terhadap kelengkapan fasilitas dibandingkan bengkel lain

Analisis Variabel Assurance (Jaminan)

Tabel 10

Kenyataan dan Harapan responden terhadap Mekanik dengan jumlah yang memadai

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	45	25	14	10	0	387
Harapan	55	30	5	4	0	418

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(387/418) \times 100\% = 92,58\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **92,58%** terhadap pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru.

Tabel 11

Kenyataan dan Harapan responden terhadap Mekanik yang sigap melayani pelanggan

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	48	25	8	13	0	365
Harapan	61	10	15	8	0	406

Kenyataan	48	25	8	13	0	365
Harapan	61	10	15	8	0	406

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(405/426) \times 100\% = 89,90\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **89,90%** terhadap mekanik yang sigap melayani pelanggan pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru.

Tabel 12

Kenyataan dan Harapan responden terhadap Mekanik yang memiliki pengetahuan yang baik tentang kendaraan

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	52	20	12	10	0	396
Harapan	61	11	18	4	0	411

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(396/411) \times 100\% = 96,35\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **96,35%** terhadap mekanik yang memiliki pengetahuan yang baik tentang kendaraan.

Tabel 13

Kenyataan dan Harapan responden terhadap keterampilan mekanik dalam memperbaiki kendaraan

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	38	25	16	15	0	380
Harapan	56	20	10	8	0	406

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(380/406) \times 100\% = 93,59\%$. Diartikan

kesesuaian sebesar **93,59%** terhadap ketrampilan mekanik dalam memperbaiki kendaraan.

Analisis Variabel Reability (Kehandalan)

Tabel 14
Kenyataan dan Harapan responden terhadap Penyelesaian pekerjaan memperbaiki kerusakan

Kondisi	Sangat penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	56	20	12	6	0	408
Harapan	62	18	6	8	0	416

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(408/416) \times 100\% = 98,08\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **98,08%** terhadap penyelesaian pekerjaan memperbaiki kerusakan.

Tabel 15
Kenyataan dan Harapan responden terhadap Perkiraan Biaya sesuai dengan yang dibayar pada saat pembayaran

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	51	18	15	10	0	392
Harapan	58	23	13	0	0	421

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(392/421) \times 100\% = 93,11\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **93,11%** terhadap perkiraan biaya sesuai dengan yang dibayar pada saat pembayaran.

Tabel 16
Kenyataan dan Harapan responden terhadap Petugas melaksanakan prosedur kerja yang sistematis

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	53	10	19	12	0	386
Harapan	69	13	12	0	0	433

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(386/433) \times 100\% = 89,15\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **89,15%** terhadap petugas melaksanakan prosedur kerja yang sistematis.

Tabel 17
Kenyataan dan Harapan responden terhadap Pelanggan yang lebih dahulu memperoleh layanan lebih dahulu

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	63	13	6	12	0	409
Harapan	70	10	6	8	0	424

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(409/424) \times 100\% = 96,46\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **96,46%** terhadap terhadap pelanggan yang lebih dahulu memperoleh layanan lebih dahulu.

Analisis variabel Responsiveness (Ketanggapan)

Tabel 18
Kenyataan dan Harapan Responden Terhadap Petugas Memberikan Konsultasi Gratis Tentang Kerusakan Kendaraan

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	44	25	13	12	0	383
Harapan	60	17	13	4	0	415

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(383/415) \times 100\% = 92,29\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **92,29%** terhadap petugas memberikan konsultasi gratis tentang kerusakan kendaraan.

Tabel 19
Kenyataan dan Harapan Responden Terhadap Petugas Memberikan Beberapa Pilihan Peralatan Yang Dapat Dipergunakan

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	35	17	18	24	0	345
Harapan	49	22	9	14	0	388

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(345/388) \times 100\% = 88,92\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **88,96%** terhadap petugas

memberikan beberapa pilihan peralatan yang dapat dipergunakan.

Tabel 20
Kenyataan dan Harapan Responden Terhadap Petugas Memberi Pengertian Tentang Komplain Pelanggan

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	56	18	10	10	0	402
Harapan	62	13	16	5	0	420

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(402/420) \times 100\% = 95,71\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **95,71%** terhadap petugas memberi pengertian tentang komplain pelanggan.

Tabel 21
Kenyataan dan Harapan Responden Terhadap Petugas Berusaha Memperbaiki Kesalahan Di Dalam Melayani Pelanggan

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	51	20	23	0	0	404
Harapan	60	15	19	0	0	417

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(404/417) \times 100\% = 96,88\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **96,88%** terhadap petugas berusaha memperbaiki kesalahan di dalam melayani pelanggan.

Analisis Empathy (Empati)

Tabel 22
Kenyataan dan Harapan Responden Terhadap Jawaban Masalah Kerusakan Dengan Tepat

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	56	20	0	18	0	396
Harapan	65	26	1	2	0	436

Sumber : Data Olahan 2013

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(396/436) \times 100\% = 90,82\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **90,82%** terhadap jawaban masalah kerusakan dengan tepat.

Tabel 23
Kenyataan dan Harapan Responden Terhadap Pemberian Alternatif Dengan Kemampuan Financial Pelanggan

Kondisi	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak penting	Bobot
Kenyataan	42	28	7	17	0	377
Harapan	51	27	14	2	0	409

Sumber : Data Olahan

Dari data diatas didapat hasil jawaban responden diperoleh tingkat kesesuaiannya = $(377/409) \times 100\% = 92,18\%$. Diartikan kesesuaian sebesar **92,18%** terhadap pemberian alternative dengan kemampuan financial pelanggan.

Rekapitulasi Rata-rata Kenyataan dan Harapan

Rekapitulasi rata-rata kenyataan dan Harapan pelanggan pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 24
Perhitungan Rata-Rata Kenyataan dan Harapan Pada Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Bengkel Anto Motor

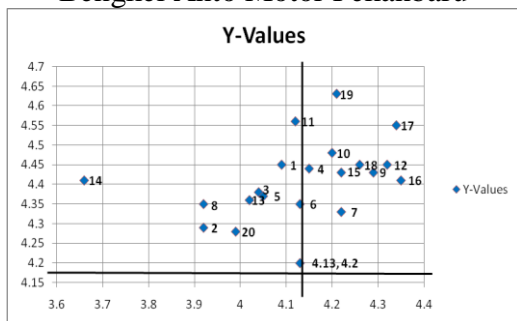
No	Variabel	Kenyataan	Harapan	X	Y
I Tangible					
1	Lokasi Bengkel yang Strategis	390	421	4,15	4,48
2	Kondisi Bengkel Menarik dan Kokoh	372	401	3,96	4,26
3	Memiliki kelengkapan sparepart dan peralatan	383	417	4,07	4,44
4	Fasilitas bengkel unggul dibanding bengkel lain.	394	423	4,20	4,50
II Assurance					
5	Jumlah mekanik yang memadai	387	418	4,12	4,45
6	Mekanik yang sigap	365	406	3,88	4,32
7	Memiliki pengetahuan baik tentang kendaraan	396	411	4,20	4,37
8	Mekanik terampil memperbaiki kendaraan.	380	406	4,04	4,32
III Realibility					
9	Penyelesaian pekerjaan memperbaiki kerusakan	408	416	4,34	4,42
10	Perkiraan Biaya yang sesuai	392	421	4,17	4,48
11	Prosedur kerja yang sistematis	386	433	4,11	4,61
12	Pelanggan yang lebih dahulu, memperoleh dahulu pelayanan.	409	424	4,35	4,50
IV Responsiveness					
13	Konsultasi gratis tentang kerusakan	383	415	4,07	4,41
14	Memberikan beberapa pilihan	345	388	3,67	4,13

	peralatan				
15	Memberi pengertian tentang keluhan pelanggan	402	420	4,28	4,47
16	Memperbaiki kesalahan yang dilakukan	404	417	4,29	4,43
V Emphaty					
17	Memberikan informasi terhadap kerusakan	413	427	4,39	4,54
18	Memberi informasi tentang perkiraan biaya	398	418	4,23	4,45
19	Memberikan jawaban masalah kerusakan	396	436	4,21	4,64
20	Memberi alternatif dalam perbaikan kendaraan	377	409	4,01	4,35
	Rata-rata X dan Y			3,93	4,43

Sumber : data olahan

Diagram Kartesius Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan

Gambar 2
Diagram Kartesius Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru



Keterangan :

Berdasarkan diagram diatas dari pengolahan data yang diperoleh berdasarkan variabel yang digunakan, maka penulis mengambil suatu kesimpulan:

1. Pada diagram posisi A (Prioritas Utama) yaitu Prioritas atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan ada beberapa yang berjalan dianggap belum

dilaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen seperti halnya kondisi bengkel kurang menjadi perhatian dan kemenarikan daripada pelanggan belum dilakukan secara maksimal oleh pihak bengkel. Disamping hal itu juga kesigapan mekanik dalam melayani pelanggan masih kurang sehingga harus menjadikan perhatian yang lebih baik bagi pihak bengkel.

2. Pada diagram posisi B (Pertahankan prestasi) yaitu atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan sudah berjalan sesuai daripada perencanaan yang diharapkan. Dimana beberapa pertanyaan pada setiap variabel telah menunjukkan sesuai dengan harapan dan kenyataan yang diinginkan atau diharapkan oleh pihak pelanggan terhadap apa yang sudah dilakukan oleh pihak bengkel Anto Motor Pekanbaru seperti pada variabel Jaminan, Keandalan, Ketanggapan serta Empati.
3. Pada diagram posisi C (Prioritas Rendah) dan posisi diagram D (Berlebihan) tidak menunjukkan adanya posisi tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini memberi pengaruh terhadap harapan yang diinginkan oleh konsumen terhadap kenyataan yang ada pada bengkel Anto Motor Pekanbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis menarik kesimpulan :

1. Faktor *Tangibels*, bahwa lokasi yang strategis dan kondisi bengkel yang menarik dan kokoh memenuhi harapan pelanggan dengan hasil 93,64%, 91,85% terhadap kelengkapan fasilitas seperti spare part dan peralatan perbaikan, 93,14% terhadap kelengkapan fasilitas dibandingkan bengkel lain.

2. Faktor *Assurance*, bahwa harapan sebagian besar dari responden memiliki kesesuaian sebesar 92,58% terhadap mekanik dengan jumlah yang memadai, 89,90% terhadap mekanik yang sigap melayani pelanggan, 96,35% terhadap mekanik yang memiliki pengetahuan yang baik tentang kendaraan dan 93,59% terhadap ketrampilan mekanik dalam memperbaiki kendaraan.
3. Faktor *Reability*, bahwa sebesar 98,08% terhadap penyelesaian pekerjaan memperbaiki kerusakan, 93,11% terhadap perkiraan biaya sesuai dengan yang dibayar pada saat pembayaran, 89,15% terhadap petugas melaksanakan prosedur kerja yang sistematis, dan 96,46% terhadap terhadap pelanggan yang lebih dahulu memperoleh layanan lebih dahulu.
4. Faktor *Responsiveness*, bahwa sebesar 92,29% terhadap petugas memberikan konsultasi gratis tentang kerusakan kendaraan, 88,96% terhadap petugas memberikan beberapa pilihan peralatan yang dapat dipergunakan, 95,71% terhadap petugas memberi pengertian tentang complain pelanggan dan 96,88% terhadap petugas berusaha memperbaiki kesalahan di dalam melayani pelanggan.
5. Faktor *Empathy*, bahwa sebesar 96,72% terhadap informasi kerusakan kendaraan secara mendetail, 95,21% terhadap informasi tentang perkiraan biaya yang dikeluarkan pelanggan, 90,82% terhadap jawaban masalah kerusakan dengan tepat dan 92,18% terhadap pemberian alternative dengan kemampuan *financial* pelanggan.

Saran

1. Bahwa faktor *Tangibels*, *Assurance*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Empathy*, berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru. Maka disarankan pada pihak Bengkel untuk mempertahankan jumlah

pelanggannya dengan cara meningkatkan pelayanan.

2. Hal yang perlu diperhatikan lagi apabila terjadi penurunan jumlah pelanggan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, hendaknya pihak bengkel perlu memperhatikan kembali faktor-faktor apa saja penyebab terjadi penurunan jumlah Pelanggan pada Bengkel Anto Motor Pekanbaru.
3. Bahwa faktor *Tangibels* perlu ditingkatkan lagi guna menarik perhatian pelanggan dengan cara melakukan renovasi bangunan yang kokoh.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, Payne, (2000), *Pemasaran Jasa, The Essence of Service Marketing*, Yogyakarta, Andi
- Anatan, Lina & Lena Ellitan. (2008), *Supply Chain Management Teori dan Aplikasi*, Bandung, Alfabeta.
- Atep, Adya, Barata, 2004, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Jakarta, Elex Media Komputindo.
- Fandy, Tjiptono. (2005), *Pemasaran Jasa, edisi pertama*, Malang, Bayu Media Publishing
- _____, (2000), *Manajemen Jasa*, Yogyakarta, Penerbit Andi
- _____, (2004), *Manajemen Jasa* Yogyakarta : Penerbit Andi
- Freddy Rangkuti, (2006). *Measuring Customer Satisfaction, (Teknik Mengukur dan Strategy Meningkatkan Kepuasan Pelanggan), serta Analisis PLN JP*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Handi Irawan, (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media, Komputindo
- Husein Umar, 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka.
- John A. Martilla and John C. James, (1977), *Important Performance Analysis The*

Journal Pf Marketing. Vol. 41,
Published By Maerican Marketing,
Association.

Kotler, Philip. 2002. *Marketing Management,*
Millenium Edition North Western
University New Jersey, Prentice Hall
Inc.

Moenir, (2000), *Manajemen Pelayanan*
Publik, Jakarta, Bina Aksara

Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani, (2006),
Konsumen dan Jasa, Jakarta, Salemba
Empat

Sugiyono, 2006, *Statistika Untuk Penelitian,*
Bandung: Alfabeta

_____, 2006, *Metodologi Penelitian Bisnis,*
Bandung, Alfabeta