

ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN(STUDI KASUS PADA BENGKEL MOBIL ABADI MOTOR DAN BENGKEL MOBIL GUNTUR JAYA ABADI DI KOTA MATARAM)

I MADE MURJANA¹⁾ YUSI FAIZATHUL OKTAVIA²⁾

STIE AMM Mataram

e-mail : mademurjana270963@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan jasa service pada Bengkel mobil Abadi Motor dan Bengkel Mobil Guntur Jaya Abadi yang berkaitan (*Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance dan Emphathy*),

Penelitian bersifat komparatif sampling dengan Jumlah sampel 100., Teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling bersifat accidental sampling* berdasarkan kebetulan, siapa yang melakukan service mobil diwawancara dan diberikan kuisioner untuk diisi. Prosedur analisis data menggunakan skala likert dan uji t-test.

Dari hasil pengukuran menunjukkan ke dua bengkel sama-sama memberikan service yang memuaskan. Namun tingkat kepuasan di Bengkel Abadi Motor lebih tinggi dibanding Bengkel Guntur Jaya Abadi., hal ini ditunjukkan dari hasil perbandingan uji *t-test* nilai rata-rata perbedaan 5 dimensi kualitas layanan memiliki nilai t hitung = 10,899. pada tabel distribusi nilai t, yaitu pada taraf kepercayaan 95% dan $\alpha = 5\%$ karena uji t bersifat dua sisi maka nilai α yang dirujuk adalah $\alpha/2$ ($0,050/2 = 0,025$) dan $(dk) = n-1 = 70-1 = 69$ sehingga $t_{tabel} = 2,009$. Dikatakan terdapat perbedaan bila nilai t hitung $> t$ tabel. Maka dengan nilai rata-rata t hitung sebesar $= 10,889 > 2,009$ dengan signifikannya sebesar 0,000, dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan kualitas layanan di edua bengkel tersebut.

Kata kunci : *Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance dan Emphathy*

ABSTRACT

This study aims to determine the level of customer satisfaction with the quality of service services at the Abadi Motor Car Workshop and the related Guntur Jaya Abadi Car Workshop (Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance and Emphathy),

This research is comparative sampling with a sample size of 100. Nonprobability sampling technique is accidental sampling based on chance, who is doing car service is interviewed and given a questionnaire to fill out. The data analysis procedure used a Likert scale and t-test.

The measurement results show that both workshops provide satisfactory service. However, the level of satisfaction at Bengkel Abadi Motor is higher than Guntur Jaya Abadi. This is shown by the comparison of the t-test, the mean value of the differences in the 5 dimensions of service quality has a value of t count = 10.899. in the t value distribution table, namely at the confidence level of 95% and $\alpha = 5\%$ because the t test is two-sided, the referred α value is $\alpha / 2$ ($0.050 / 2 = 0.025$) and $(dk) = n-1 = 70- 1 = 69$ so that t table = 2.009. It is said that there is a difference if the t value $> t$ table. So with an average t value of $= 10,889 > 2,009$ with a significance of 0,000, it can be said that there is a difference in service quality in the two workshops.

Keywords: *Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance and Emphathy*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan industri otomotif maju pesat khususnya kendaraan mobil, ini dibuktikan dengan munculnya merek-merek baru, seperti Wulling, dan Proton disamping merek yang sudah ada produsen asal Jepang seperti Suzuki, Toyota, Honda, Daihatsu dan Mitsubishi. Penyebab pesatnya perkembangan ini

karena kemajuan teknologi yang tidak terelakkan yang memungkinkan perusahaan melakukan berbagai macam inovasi guna memberikan sesuatu hal menarik bagi calon konsumen.

Kemajuan industri otomotif berdampak multiplayer pada munculnya Industri service perawatan mobil, ini terlihat disetiap kota/daerah, tidak berhenti sampai disana bahkan dapat ditemui di pelosok daerah yang jauh dari perkotaan. Toyota misalnya, produsen mobil yang dikenal sebagai pemimpin pasar industri mobil di Indonesia berusaha memberikan jasa layanan bengkel sampai ke pelosok daerah di kota mataram (*PT. Krida Dinamik Autonusa*).

Syarat yang harus dipenuhi perusahaan agar dapat sukses dalam setiap persaingan adalah berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Tjiptono, 2008:19). Dengan demikian perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, Untuk itu pihak manajemen harus dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

Secara umum konsumen mempunyai harapan produk yang dibeli lebih bagus dari apa yang di harapkan, untuk itu perusahaan harus mampu mewujudkan lewat kinerja agar menjadi pilihan konsumen dalam membeli produk.

Kinerja (*performance*) pokok dari produk inti yang di beli oleh konsumen berkaitan dengan jasa perawatan mobil biasanya **ber**hubungan dengan hal keramahan, ketanggapan , kemudahan dan kenyamanan. Konsumen yang puas atas pelayanan akan berdampak pada pembelian ulang dan pemberian informasi yang positif kepada konsumen lain.

Berkaitan objek penelitian ini dilaksanakan di dua tempat yaitu Bengkel Mobil Abadi Motor beramat di Jl Airlangga No 81 A Mataram memiliki 6 mekanik dan fasilitas peralatan berupa scanner, lift sporing, komputer, mesin balancing, mesin ganti ban, lift jact, jack stan, dongkrak, dan tool set dan flusing transmisi matic, dan bengkel Guntur Jaya Abadi juga berlokasi di Jalan yang sama, memiliki 3 mekanik 5 helper dan peralatan bengkel diantaranya lift sporing, tool set, jack stand, dongkrak dan tool set.

Perbandingan aktivitasnya kedua bengkel yang dijadikan objek penelitian ini. Peneliti dapat memberikan gambaran awal tingkat layanan selama 4 tahun terakhir dari tahun 2016-2019.

Tabel 1. Jumlah Konsumen di kedua bengkel tersebut tahun 2016-2019

Tahun	Abadi Motor		Guntur Jaya Abadi	
	Unit	Perubahan %	Unit	Perubahan %
2016	3.200	-	575	-
2017	3.173	-0,84	2.830	392,17
2018	5.705	79,80	4.510	59,36
2019	3.375	-40,84	1.510	-66,52
Jumlah	15.453		8.850	

Sumber data: Di ke-2 *Bengkel Mobil tersebut*.

Dari pemaparan latar belakang diatas peneliti sangat tertarik ingin melakukan penelitian secara mendalam di kedua service bengkel tersebut.

Rumusan Masalah

Dari uraian dia atas dirumuskan permasalahan sebagai berikut : bagaimanah tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan serta pada bengkel manakah kepuasan konsumen paling tinggi diperoleh

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang diberikan kedua bengkel ini, yang berkaitan(*Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance dan Emphathy*), sedang manfaatnya diharap dapat dijadikan pertimbangan dalam meningkatkan mutu layanannya kedepannya.

Hipotesis Penelitian

Diduga kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan pada kedua Bengkel Mobil tersebut tergolong memuaskan., tetapi jika diperbandingkan pelayanan pada Bengkel Abadi Motor lebih baik dibanding bengkel Guntur Jaya Abadi

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian bersifat komparatif, dalam hal ini membandingkan tingkat kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan di kedua Bengkel tersebut, sedang tehnik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuisisioner (angket). Populasinya adalah pengguna layanan service di kedua bengkel Mobil yang relatif cukup besar tetapi tidak diketahui secara pasti jumlahnya. sehingga untuk itu peneliti menggunakan sampel untuk mewakili populasi tersebut, adapun perhitungan jumlah sampel yang dipakai mengacu teori Roscoe sbb:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda misalnya) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari variabel yang diteliti.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini bersifat *nonprobability sampling dlm hal ini bersifat accidenta samplingl*. penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa yang melakukan service mobil diwawancara dan diberikan kuisisioner untuk diisi.

Identifikasi Variabel

Adapun indikator masing-masing variabel dari penelitian ini diuraikan satu persatu:

Tangibles (Bukti Langsung) pelayana nyata, yang dapat dirasakan oleh konsumen seperti:

- a. Kondisi sarana, seperti kebersihan fasilitas area bengkel .
- b. Kondisi manajemen perusahaan, seperti kerapian penampilan pegawai.
- c. Kebersihan dan kerapian di dalam bengkel selalu terjaga.
- d. Kecanggihan peralatan, seperti tersedianya peralatan kerja yang lengkap.

Realibility (Kehandalan), berupa, kemudahan, aman, dan ketepatan waktu, seperti:

- a. Keakuratan penanganan, administrasi, dan pembukuan dokumen oleh kedua bengkel mobil tersebut.
- b. Kehadalan bengkel dalam memberikan informasi pelayanan dari awal hingga akhir kepada konsumen tentang perawatan mobil yang baik dan benar.
- c. Ketepatan waktu pelayanan sesuai janji yang di berikan oleh pihak bengkel,.

Responsiveness (Daya Tanggap) sigap dari karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan, seperti :

- a. Kemampuan karyawan yang cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang terjadi.
- b. Karyawan bersedia untuk memberikan layanan dengan cepat.
- c. Karyawan mau meluangkan waktu untuk menanggapi keluhan pelanggan .
- d. Kejelasan penyampaian informasi tentang prosedur pelayanan jasa.

Assurance (Jaminan) mencakup pengetahuan, keramahan dan kesopanan yang dimiliki oleh karyawan. seperti:

- a. Kesesuaian pelaksanaan pelayanan sesuai dengan rencana, seperti buka tepat waktu.
- b. Dukungan bengkel kepada karyawan dalam melaksanakan tugasnya dengan baik.
- c. Perasaan aman konsumen selama berhubungan dengan karyawan bengkel dan kesabaran yang di berikan karyawan bengkel.
- d. Kemampuan karyawan dalam mengelola pelayanan jasa.

Emphaty (Empati), unsur pelayanan meliputi kesediaan peduli dan dapat memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial serta memahami kebutuhan para konsumen. Seperti :

- a. Perhatian secara individu Pembinaan hubungan antara konsumen dengan karyawan bengkel.
- b. Kemampuan karyawan bengkel dalam berkomunikasi secara efektif dan efisien kepada konsumen.
- c. Keramahan yang diberikan karyawan bengkel ketika berkomunikasi kepada konsumen.
- d. yang diberikan oleh bengkel kepada konsumen.

Teknik Analisis Data

Uji Instrumen

Pengujian daalam hal ini menggunakan bantuan *software* SPSS 16. Penggunaan alat analisis faktor dengan melihat faktor *loading* dari masing-masing item pertanyaan/indikator, Comrey dalam Raueta

(2012:41) indikator atau item pembentuk suatu konstruk atau valid, harus memuat skor yang tinggi atau nilai faktor *loading* memberikan nilai besar. Berikut tabel kriteria alat ukur tersebut, yaitu:

Tabel 2.. Kriteria Validitas pada Analisis Faktor

No	Nilai Faktor <i>Loading</i>	Kriteria
1.	<0,45	Tidak valid
2.	0 0,45-0,55	Cukup valid
3.	1 0,56-0,62	Valid
4.	2 0,63-0,71	Sangat memuaskan
5.	>0,71	Memuaskan atau sangat-sangat valid atau validitas tinggi.

Uji Reabilitas

Cara menguji reliabilitas kuesioner adalah uji statistik *Alpha Cronbach's*. dengan menggunakan bantuan SPSS 16. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* (α) > 0,6 dan tidak reliabel (α) < 0,6

Skala Likert

Semua variabel diukur dengan skala likert dengan skor 1-5 poin. Jawaban a kriteria Sangat Setuju., skor 5, b kriteria Setuju. skor 4. c kriteria Kurang Setuju, skor 3 d kriteria Tidak setuju, skor 2, Jawaban e kriteria Sangat tidak setuju, skor 1

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tehnik *One Sample Kolomogrov-Smirnov Test*. Apabila data yang diuji terdistribusi normal digunakan statistik parametrik dimana hipotesis diuji dengan uji beda *t-Test*. Bila tidak maka akan digunakan statistik non parametrik dimana hipotesis diuji dengan uji *Mann-Whitney Test*.

Perbandingan Tingkat Kepuasan Konsumen (t-test)

Untuk mengetahui perbandingan tingkat kepuasan konsumen digunakan uji statistik *t-test* dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Berikut urutan langkahnya:

1. Merumuskan hipotesis menjadi H_0 dan H_1 .
 H_0 : Tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan di kedua bengkel tersebut
 H_1 : Terdapat perbedaan di kedua bengkel tersebut
2. Menentukan jumlah pengamatan dari sampel.
3. Menentukan nilai α (*alpha*) = 0,05 (5%) dengan derajat ketepatan 95%.
4. Tes homogenitas dua varians.

Diuji dengan menggunakan $F = \frac{\text{Varians besar}}{\text{Varians kecil}}$

$$\text{varian} = \frac{\sum x^2 - (\sum x)^2 / n}{n - 1}$$

Kesimpulan : Bila data $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ = varian tidak homogen

Bila data $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ = varian homogeny

5. Penggunaan Uji t

- a. Bila $n_1 = n_2$ dan varians homogen ($\Omega_1 = \Omega_2$) maka digunakan rumus *t-test* baik untuk *separated*, maupun *pool varians* dan untuk melihat t tabel digunakan $dk = n_1 + n_2 - 2$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

- b. Bila $n_1 \neq n_2$ dan varians tidak homogen ($\Omega_1 \neq \Omega_2$) digunakan rumus *t-test* baik untuk *separated*,

maupun *pool varians* dan untuk melihat t tabel digunakan $dk = n_1 - 1$ atau $n_2 - 1$,

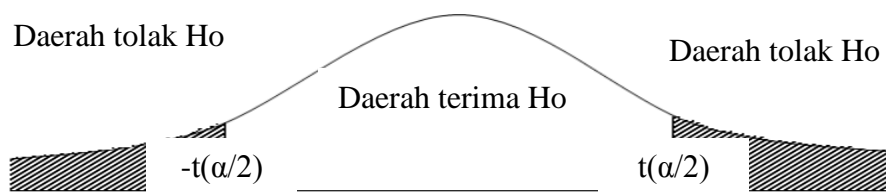
$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

Keterangan:

\bar{x}_1 = nilai rata-rata sampel 1, \bar{x}_2 = nilai rata-rata sampel 2, S_1^2 nilai varian sampel 1, S_2^2 = nilai varian sampel 2, n_1 = jumlah sampel 1, n_2 = jumlah sampel 2

c. Kriteria Pengujian

Gambar 3. Kurva Distribusi Uji-t



Ho diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan Ho ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

d. Simpulan

Jika Ho ditolak (Hi diterima) maka terdapat perbedaan antara kepuasan konsumen bengkel Abadi motor dan Guntur jaya Abadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi Data

Dengan jumlah sampel 100 responden mewakili konsumen pemakai jasa service di dua bengkel, diperoleh data berdasar jenis kelamin, umur dan pekerjaan, sbb :

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik Konsumen	Uraian	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
Jenis Kelamin	Laki	75	75
	Perempuan	25	25
	Jumlah	100	100
Usia	21 – 30	20	20
	31 – 40	35	35
	> 40	45	45
	Jumlah	100	100
Pekerjaan	PNS	35	35
	Wiraswasta	55	55
	Sopir	10	10
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Pimer Diolah

Pengukuran Variabel dengan Menggunakan Skala Likers

Tabel 4. Penilaian Kepuasan Konsumen Berdasarkan Variabel Pelayanan Pada Bengkel Mobil Abadi Motor

No	Variabel	Kriteria Penilaian dan Jumlah Orang					Total skor	Rata-rata	Kategori
		SS	S	KS	TS	STS			
Bukti Langsung (Tangibles)									
1	X1.1	0	38	9	0	3	182	3,64	Puas
2	X1.2	0	35	11	2	2	179	3.58	Puas
3	X1.3	0	23	23	2	2	167	3.34	Cukup puas
4	X1.4	0	35	11	2	2	179	3.58	Puas
Kehandalan (Reability)									
1	X2.1	0	27	20	2	1	173	3.46	Puas
2	X2.2	0	35	11	2	2	179	3.58	Puas
3	X2.3	0	27	20	2	1	173	3.46	Puas
4	X2.4	0	35	11	2	2	179	3.58	Puas
Daya Tanggap (Responsivenes)									
1	X3.1	0	28	22	0	0	178	3.56	Puas
2	X3.2	0	35	11	2	2	179	3.58	Puas
3	X3.3	0	28	22	0	0	178	3.56	Puas
4	X3.4	0	35	11	2	2	179	3.58	Puas
Jaminan (Assurance)									
1	X4.1	0	25	17	6	2	165	3.30	Cukup puas
2	X4.2	0	29	21	0	0	179	3.58	Puas
3	X4.3	0	25	17	6	2	165	3.30	Cukup puas
4	X4.4	0	28	22	0	0	178	3.56	Puas
Empati (Emphaty)									
1	X5.1	0	25	17	6	2	165	3.30	Cukup puas
2	X5.2	0	19	27	4	0	165	3.30	Cukup puas
3	X5.3	0	19	27	4	0	165	3.30	Cukup puas
4	X5.4	0	24	21	2	3	166	3.32	Cukup puas

Tabel 5. Penilaian Kepuasan Konsumen Berdasarkan Variabel Pelayanan Pada Bengkel Mobil Guntur Jaya Abadi

No	Varia bel	Kriteria Penilaian dan Jumlah Orang					Total skor	Rata-rata	Kategori
		Ss	St	Ks	Ts	Sts			
Bukti Langsung (Tangibles)									
1	X1.1	0	1	14	32	3	124	2.26	Kurang puas
2	X1.2	0	0	26	22	2	124	2.48	Kurang puas
3	X1.3	0	5	24	18	3	131	2.62	Cukup puas
4	X1.4	0	2	21	19	8	117	2.34	Kurang puas
Kehandalan (Reability)									
1	X2.1	0	6	14	21	9	117	2.34	Kurang puas
2	X2.2	0	4	14	18	13	112	2.24	Kurang puas
3	X2.3	0	6	14	21	9	117	2.34	Kurang puas
4	X2.4	1	4	14	18	13	112	2.24	Kurang puas
Daya tanggap (Responsivenes)									
1	X3.1	0	12	17	15	6	135	2.70	Kurang puas
2	X3.2	0	10	14	21	5	129	2.58	Kurang puas
3	X3.3	0	12	17	15	6	135	2.70	Kurang puas
4	X3.4	0	12	17	15	6	129	2.58	Kurang puas
Jaminan (assurance)									
1	X4.1	0	1	22	23	4	120	2.40	Kurang puas
2	X4.2	2	4	21	15	8	127	2.54	Kurang puas
3	X4.3	0	3	22	22	3	125	2.50	Kurang puas
4	X4.4	0	28	22	0	0	178	3.56	Kurang puas
Empati (Emphaty)									
1	X5.1	0	5	23	17	5	128	2.56	Kurang puas
2	X5.2	0	5	28	14	3	135	2.70	Cukup puas
3	X5.3	0	6	23	19	2	133	2.66.	Cukup puas
4	X5.4	0	24	21	2	3	166	3.32	Cukup puas

Sumber : Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 4 dan tabel 5 di atas dapat dipaparkan sbb :

1. Variabel Tangibles (Bukti Langsung)

- a. Kondisi sarana, seperti kebersihan fasilitas areal bengkel mobil Abadi Motor skonya 182 yang setuju 38 , kurang setuju 9 , tidak setuju 3 orang. Bengkel mobil Guntur Jaya Abadi skornya 124. yang setuju 1 orang, kurang setuju 14 orang, tidak setuju 32 orang dan yang menjawab sangat tidak setuju 3 orang.
- b. Kondisi manajemen, seperti kerapian penampilan pegawai skor pada Abadi Motor 179 setuju 35, kurang setuju 11 , tidak setuju 2, sangat tidak setuju 2. Bengkel Guntur Jaya responden setuju 0, kurang setuju 26, tidak setuju 22, sangat tidak setuju 2 orang.
- c. Kebersihan dan kerapian dibengkel, bengkel Abadi Motor skor 167 yang setuju 23, kurang setuju 23, tidak setuju 2 dan sangat tidak setuju 2 orang. bengkel Guntur Jaya skor 131, setuju 5, kurang setuju 24, tidak setuju 18, sangat tidak setuju 3 orang.
- d. Kecanggihan/kelengkapan peralatan, bengkel Abadi skor 179 yang setuju 35, kurang setuju 11, tidak setuju 2 yang tidak setuju 2 orang. pada Bengkel Guntur Jaya skor 117 setuju 2, kurang setuju 21, tidak setuju 19 dan sangat tidak setuju 8 orang.

2. Variabel Reability (Kehandalan)

- a. Keakuratan administrasi dokumen di bengkel Abadi skor 173 setuju 27, kurang setuju 20, tidak setuju 2 dan sangat tidak setuju 1. Bengkel Guntur Jaya skor 117. setuju 6 orang, kurang setuju 14 orang, tidak setuju 21 orang dan sangat tidak setuju 9 orang.
- b. Kehandalan menyampaikan informasi. Bengkel Abadi motor skor 179 setuju 35, kurang setuju 11, tidak setuju 2 dan sangat tidak setuju 2 orang. Bengkel Guntur Jaya Abadi skor 112, setuju 4, kurang setuju 14, tidak setuju 18, yang sangat tidak setuju 13 orang.
- c. Ketepatan waktu pelayanan, bengkel Abadi skor 173 yang setuju 27, kurang setuju 20, tidak setuju 2, sangat tidak setuju 1 orang. Bengkel Guntur Jaya skor 117, yang setuju 6 orang, kurang setuju 14, tidak setuju 21, menjawab sangat tidak setuju 9 orang.
- d. Kejelasan informasi dan ketepatan pelayanan. Bengkel Abadi skornya 179 yang setuju 35, kurang setuju 11, tidak setuju 2, sangat tidak setuju 2 orang. Bengkel mobil Guntur skor 112. setuju 1, kurang setuju 14, tidak setuju 19, sangat tidak setuju 13 orang.

3. Variabel Responsiveness (Daya Tanggap)

- a. Kemampuan cepat tanggap menangani masalah, Bengkel Abadi skor 178 setuju 28, kurang setuju 22, tidak/sangat tidak setuju 0. Bengkel mobil Guntur skornya 135. setuju 12, kurang setuju 17, tidak setuju 15 orang, sangat tidak setuju 6 orang.
- b. Kesiediaan memberikan layanan cepat, bengkel Abadi skornya 179 yang setuju 35, kurang setuju 11, tidak setuju 2, sangat tidak setuju 2 orang. Bengkel Guntur skor 129. Yang setuju 10, kurang setuju 14, tidak setuju 21, sangat tidak setuju 6 orang.
- c. Kesedia meluangkan waktu menanggapi permintaan pelanggan. Di bengkel mobil Abadi Motor skornya 178 terdiri yang setuju 28, kurang setuju 22, tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 0 orang. Bengkel Guntur Jaya skor 135. Yang setuju 12, kurang setuju 17, tidak setuju 15 orang dan yang sangat tidak setuju sebanyak 6 orang.
- d. Kejelasan penyampaian informasi, dibengkel Abadi skor 179 setuju 35, kurang setuju 11, tidak setuju 2 dan yang sangat tidak setuju 2 orang. Pada Bengkel Guntur skor 129. yang setuju 12, kurang setuju 17, tidak setuju 15, sangat tidak setuju 6 orang.

4. Variabel Assurance (Jaminan)

- a. Kesesuaian pelaksanaan dengan rencana, seperti buka tepat waktu, bengkel Abadi skor 165, setuju 25, kurang setuju 17, tidak setuju 6, sangat tidak setuju 2. di Bengkel Guntur skor 120. setuju 1, kurang setuju 22, tidak setuju 23, sangat tidak setuju 4 .
- b. Dukungan karyawan melaksanakan tugas dengan baik, bengkel Abadi skor 179 setuju 29, kurang setuju 21, tidak/sangat tidak setuju 0. Bengkel Guntur skor 127. sangat setuju 2, setuju 4, kurang setuju 21, tidak setuju 15, sangat tidak setuju 8
- c. Perasaan nyaman konsumen berhubungan dengan karyawan, di bengkel Abadi skor 178. setuju 28, kurang setuju 22, tidak/sangat tidak setuju 0. Di Bengkel Guntur skor 129. yang setuju 10, kurang setuju 14, tidak setuju 21, sangat tidak setuju 6 orang.
- d. Kemampuan mengelola pelayanan jasa, bengkel mobil Abadi skor 178 yang setuju 28, kurang setuju 22, tidak setuju/ sangat tidak setuju 0. Bengkel mobil Guntur skor 178. Yang setuju 28, kurang setuju

22, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 orang.

5. Variabel Emphaty (Empati)

- Pembinaan hubungan antara pelanggan dengan bengkel, Abadi Motor skornya 165, setuju 25, kurang setuju 7, tidak setuju 6, sangat tidak setuju 2. Bengkel Guntur skor 128. setuju 5, kurang setuju 23, tidak setuju 17. sangat tidak setuju 5 orang.
- Kemampuan berkomunikasi yg efektif/efisien dgn konsumen, bengkel Abadi skor 179 setuju 35, kurang setuju 11, tidak setuju 2, sangat tidak setuju 2, Bengkel Guntur skor 129. setuju 10, kurang setuju 14, tidak setuju 21, sangat tidak setuju 6 orang.
- Keramahan dengan konsumen, di Bengkel Abadi skor 165. setuju 19, kurang setuju 27, tidak setuju 4. sangat tidak setuju 0. Pada Bengkel mobil Guntur skor 135. setuju 5, kurang setuju 28, tidak setuju 14 dan yang sangat tidak setuju 3 orang.
- Perhatian secara individu dgn konsumen. Di bengkel Abadi skornya 166. setuju 24, kurang setuju 21, tidak setuju 2. sangat tidak setuju 3. Di Bengkel Guntur skornya 166. setuju 24, kurang setuju 22, tidak setuju 2. Dan sangat tidak setuju 3 orang.

Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Dikatakan valid jika pertanyaan/pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu kuesioner dikatakan valid bila nilai r hasil perhitungan (*product moment*) lebih besar daripada nilai r kritis (r hitung $>$ r kritis). Berikut ini disajikan hasil uji validitas dengan bantuan program SPSS untuk masing-masing pernyataan :

Tabel 6. Validitas Item Variabel

No	Variabel	Indikator	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Tangibles (Bukti Langsung) (X1)	X1.1	0,717	0,300	Valid
		X1.2	0,907	0,300	Valid
		X1.3	0,769	0,300	Valid
		X1.4	0,907	0,300	Valid
2	Reability (Kehandalan) (X2)	X2.1	0,911	0,300	Valid
		X2.2	0,894	0,300	Valid
		X2.3	0,911	0,300	Valid
		X2.4	0,894	0,300	Valid
3	Responsivenees (Daya Tanggap) (X3)	X3.1	0,455	0,300	Valid
		X3.2	0,773	0,300	Valid
		X3.3	0,445	0,300	Valid
		X3.4	0,773	0,300	Valid
4	Assurance (Jaminan) (X4)	X4.1	0,911	0,300	Valid
		X4.2	0,356	0,300	Valid
		X4.3	0,911	0,300	Valid
		X4.4	0,361	0,300	Valid
5	Empathy (Empati) (X5)	X5.1	0,426	0,300	Valid
		X5.2	0,789	0,300	Valid
		X5.3	0,789	0,300	Valid
		X5.4	0,605	0,300	Valid

Sumber : lampiran

Berdasarkan Tabel 6 di atas terlihat bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner sudah memiliki nilai koefisien korelasi r hitung lebih dari 0,30. Hal ini menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai untuk mengukur kehadalan suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.6. Adapun hasil uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Standar Nilai Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
1	Tangibles (X1)	0,821	0,600	Reliabel
2	Reability (X2)	0,842	0,600	Reliabel
3	Responsiveness (X3)	0,739	0,600	Reliabel
4	Assurance (X4)	0,745	0,600	Reliabel
5	Emphati (X5)	0,742	0,600	Reliabel

Sumber: lampiran

Hasil uji reliabilitas dari Tabel 7 terlihat variabel *tangibles* (bukti langsung), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan kepuasan mempunyai nilai *alpha* lebih dari 0,6 dapat diartikan semuanya memiliki nilai reliabilitas yang tinggi, ini dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang dipakai dapat dipercaya dan dapat diandalkan.

3. Uji Normalitas

Digunakan untuk menentukan alat statistik dalam pengujian hipotesis, jika data terdistribusi normal, maka alat statistik yang digunakan adalah uji beda *t-Test*. tetapi jika tidak terdistribusi secara normal, maka alat statistik yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah *Mann-Whitney Test*.

Untuk pengujian normalitas data, penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan kriteria hasil pengujian jika *Asymp. Sig* lebih besar dari tingkat signifikansi penelitian 5 persen, maka data dinyatakan terdistribusi normal, tetapi jika *Asymp. Sig* lebih kecil dari 5 persen maka dinyatakan data tidak terdistribusi secara normal. Berikut ini disajikan hasil pengujian normalitas data atas variabel tersebut.

Tabel 8. Uji Normalitas

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		X1	X2	X3	X4	X5	MEAN
N		100	100	100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.9800	2.9050	3.1050	3.0925	3.0575	3.0305
	Std. Deviation	.80848	.97103	.80181	.59316	.56167	.60310
Most Extreme Differences	Absolute	.160	.180	.189	.096	.149	.112
	Positive	.104	.120	.132	.088	.080	.070
	Negative	-.160	-.180	-.189	-.096	-.149	-.112
Test Statistic		.160	.180	.189	.096	.149	.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.120 ^c	.170 ^c	.210 ^c	.234 ^c	.099 ^c	.359 ^c

Sumber: Lampiran

Tabel 8 menunjukkan bahwa *Asymp. Sig* untuk variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan distribusi data untuk variabel kualitas pelayanan berdistribusi dengan normal. Hasil ini mengidentifikasi bahwa dalam pengujian analisis perbandingan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada bengkel mobil Abadi Motor dan Guntur Jaya Abadi menggunakan uji beda rata rata berpasangan *t-Test*

3. Uji T-test (uji beda dua rata-rata)

Paired Samples Test					
		Paired Differences			
		95% Confidence Interval of the Difference			
		Upper	T	Df	Sig. (2-tailed)
Pair 1	X1a - X1b	1.33567	9.885	49	.000
Pair 2	X2a - X2b	1.53814	8.022	49	.000
Pair 3	X3a - X3b	1.18356	7.371	49	.000
Pair 4	X4a - X4b	.86928	7.470	49	.000
Pair 5	X5a - X5b	.67050	5.668	49	.000
Pair 7	MEAN_A - MEAN_B	1.04581	10.899	49	.000

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel di atas dari hasil perhitungan uji T-test menggunakan bantuan perangkat lunak komputer SPSS, dapat dijelaskan perbedaan variabel :

1. Variabel Tangibles (Bukti Langsung) pada Bengkel mobil Abadi dengan bengkel mobil Guntur nilai t hitung = 9,885 Untuk nilai rata-rata perbedaan pada variabel bukti langsung yang memiliki nilai t hitung = 9,885 pada tabel distribusi nilai t, yaitu pada taraf kepercayaan 95% dan $\alpha = 5\%$ karena uji t bersifat dua sisi maka nilai α yang dirujuk adalah $\alpha/2$ ($0,050/2 = 0,025$) dan $(dk) = n-1 = 50 - 1 = 49$ sehingga ttabel = 2,009 Maka dengan nilai rata2 t hitung sebesar = 9,885 >2,009.signifikannya sebesar 0,000, sehingga dapat dikatakan ada perbedaan variabel kualitas pelayanan di ke-2 bengkel tersebut.
2. Variabel raliability(Kehandalan)Bengkel mobil Abadi dengan bengkel mobil Guntur nilai t hitung = 8,022 Untuk nilai rata-rata perbedaan pada variabel kehandalan yang memiliki nilai t hitung = 8,022 pada tabel distribusi nilai t, yaitu pada taraf kepercayaan 95% dan $\alpha = 5\%$ karena uji t bersifat dua sisi maka nilai α yang dirujuk adalah $\alpha/2$ ($0,050/2 = 0,025$) dan $(dk) = n-1 = 50 - 1 = 49$ sehingga ttabel = 2,009 Maka dengan nilai rata-rata t hitung = 8,022 >2,009 signifikannya 0,000, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan pada variabel kualitas pelayanan antara bengkel Abadi Motor dengan Guntur Jaya Abadi.
3. Variabel Responsiveness (Daya tanggap) pada ke-2 Bengkel mobil tersebut nilai t hitung = 7,371 nilai rata-rata perbedaan nilai thitung tersebut, taraf kepercayaan 95% dan $\alpha = 5\%$ karena uji t bersifat dua sisi maka nilai α yang dirujuk adalah $\alpha/2$ ($0,050/2 = 0,025$) dan $(dk) = n-1 = 50 - 1 = 49$ sehingga ttabel = 2,009. Dengan nilai rata-rata t hitung = 7,371 >2,009 dengan signifikannya 0,000, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan pada kualitas pelayanan antara bengkel mobil Abadi Motor dengan Guntur Jaya Abadi.
4. Variabel Assurance (Jaminan) pada Bengkel mobil Abadi Motor dengan bengkel mobil Guntur jaya Abadi nilai t hitung = 7,470 nilai rata-rata perbedaan nilai t hitung = 7,470 pada tabel distribusi nilai t, taraf kepercayaan 95% dan $\alpha = 5\%$ karena uji t bersifat dua sisi maka nilai α yang dirujuk adalah $\alpha/2$ ($0,050/2 = 0,025$) dan $(dk) = n-1 = 50 - 1 = 49$ sehingga ttabel = 2,009. dengan nilai t hitung 7,470 > 2,009 signifikan 0,000, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan variable Assurance di ke-2 bengkel tersebut.
5. Variabel Empathy (Empati) pada Bengkel mobil Abadi Motor dengan bengkel mobil Guntur jaya Abadi nilai t hitung = 5,668. nilai rata-rata perbedaan t hitung = 5,668 di tabel distribusi yaitu pada taraf kepercayaan 95% dan $\alpha = 5\%$ karena uji t bersifat dua sisi maka nilai α yang dirujuk adalah $\alpha/2$ ($0,050/2 = 0,025$) dan $(dk) = n-1 = 50 - 1 = 49$ sehingga ttabel = 2,009 Dengan hasil nilai t hitung 5,668 >2,009 signifikan 0,000, sehingga dapat dikatakan terdapat perbedaan Variabel Empathy di kedua bengkel tersebut

Hasil perhitungan uji perbandingan *t-test* pada Bengkel mobil Abadi Motor dengan bengkel mobil Guntur jaya Abadi yang dinilai menggunakan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung = 10,899 Untuk nilai rata-rata perbedaan pada variabel kualitas pelayanan yang memiliki nilai t hitung = 10,899 pada tabel distribusi nilai t, yaitu pada taraf kepercayaan 95% dan $\alpha = 5\%$ karena uji t bersifat dua sisi maka nilai α yang dirujuk adalah $\alpha/2$ ($0,050/2 = 0,025$) dan $(dk) = n-1 = 50 - 1 = 49$ sehingga ttabel = 2,009 Dikatakan terdapat perbedaan apabila nilai thitung > t tabel. Maka dengan demikian nilai rata-rata t hitung sebesar = 10,889 >2,009 dengan signifikannya sebesar 0,000, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan pada variabel kualitas pelayanan antara bengkel mobil Abadi Motor dengan Guntur Jaya Abadi.

Berdasarkan hasil perhitungan uji perbandingan *t-Test* kedua bengkel tersebut bahwa terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di lihat dari segi 5 variabel kualitas pelayanan nilai *t* hitung pada pada bengkel memiliki nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *t* tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi “ Diduga bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan (Tangible, Realibility, Assurance dan Emphathy) pada jasa pada Bengkel Mobil Abadi Motor dan Guntur Jaya Abadi tergolong memuaskan dan Diduga bahwa ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan (Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance dan Emphathy) pada Bengkel Mobil Abadi Motor dengan bengkel Mobil Guntur Jaya Abadi, Dapat diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan uji perbandingan *t-test*. Kedua bengkel mobil Abadi Motor dan Guntur Jaya Abadi terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen dilihat dari 5 variabel kualitas pelayanan Berdasarkan hasil perhitungan uji perbandingan *t-Test* kedua bengkel tersebut terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di lihat dari segi 5 variabel kualitas pelayanan nilai *t* hitung pada pada kedua bengkel memiliki nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *t* tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi “ Diduga bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan (Tangible, Realibility, Assurance dan Empahy) pada jasa pada Bengkel Mobil Abadi Motor dan Guntur Jaya Abadi di Kota mataram tergolong memuaskan dan Diduga bahwa ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan (Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance dan Emphathy) pada Bengkel Mobil Abadi Motor dengan bengkel Mobil Guntur Jaya Abadi di kota Mataram” dapat diterima.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sbb:

1. Berdasarkan hasil analisis perbandingan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada bengkel mobil Abadi lebih memuaskan disbanding pada Bengkel mobil Guntur jaya, hal ini dibuktikan dengan skor variabel bukti langsung (tangibles) 704, kehandalan (reability) 704, daya tanggap (responsiveness) 714, jaminan (assurance) 687 dan empati (empathy) 661 lebih tinggi disbanding skor pada Bengkel Guntur jaya Abadi yaitu bukti langsung (tangibles) 485 , kehandalan (reability) 458, daya tanggap (responsiveness) 528, jaminan (assurance) 550 dan empati (empathy) 562.
2. Hasil perhitungan uji perbandingan *t-test* nilai dari *t* hitung untuk masing-masing bengkel lebih besar dari nilai *t* tabel. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat dinyatakan bahwa terdapat perbedaan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada kedua bengkel.

Saran

Peneliti menyarankan kepada Bengkel Mobil Abadi Motor agar tetap mempertahankan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik. Untuk bengkel Guntur Jaya diharapkan lebih memberikan bukti nyata kinerjanya berupa, kehandalan karyawan, daya tanggap, memahami keluhan konsumen serta garansi service, sehingga kepuasan konsumen semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Cv Alfabeta. Bandung
- Arief Subiyanto. 2007. *Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*.
- Etta Mamang Sungatji., sopiah. 2013. *Perilaku Konasumen*. Andi Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga. Andi. Yogyakarta
- Imam, Ghozali. 2006. *Analisis Multivariate Dengan Spss*. Edisi 4. Penerbit Univ. Diponogoro Semarang.
- Kotler, Philip, Dan Kepin Lane Keller. 2007 *Manaj. Pemasaran*. Edisi 12.. PT Indeks. Jakarta
- Malhotra. 2003. *Riset Pemasaran*. Erlangga Jakarta.
- Rangkuti, Frendy. 2006. *Riset Pemasaran..* Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D .:* Alfabeta Bandung
- Supranto, J. 2007. *Pengukuran Kepuasan Pelanggan, Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonosia, Yogyakarta.