

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam kondisi persaingan antar perusahaan yang semakin ketat, hal utama yang harus diperhatikan perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan perusahaan juga harus berusaha untuk menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin yang dapat memuaskan pelanggan (Supranto, 2001:223).

Animo masyarakat untuk memiliki kendaraan bermotor saat ini sangat besar. Hal ini mendorong berbagai pihak, termasuk Shinta Motor Wates untuk menyediakan jasa pelayanan servis kendaraan bermotor. Semakin banyaknya perusahaan otomotif yang menyediakan jasa tersebut, mengakibatkan para pemakai jasa pelayanan otomotif semakin kritis untuk menentukan pilihan. Oleh karena itu Shinta Motor Wates dituntut untuk dapat memenuhi kepuasan pemakai jasanya apabila menginginkan daya saing yang tinggi. Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan jasa yang meliputi dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* terhadap tingkat kepuasan konsumen pengguna jasa servis kendaraan bermotor pada Shinta Motor Wates.

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Shinta Motor Wates dipengaruhi oleh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* secara signifikan.
2. Berdasarkan pengujian koefisien regresi diketahui bahwa variabel independen yang memiliki koefisien terbesar adalah variabel dimensi kualitas pelayanan *Tangibles* dengan nilai koefisien 0,270 dan tingkat signifikansi 0.006. Sedangkan dimensi pelayanan yang memiliki pengaruh kecil terhadap kepuasan konsumen adalah variabel *Emphaty* dengan nilai koefisien 0.199 dan tingkat signifikansi 0,022.
3. Hasil analisis regresi ganda diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,369. Artinya kepuasan pelanggan di Shinta Motor Wates dipengaruhi dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* sebesar 36,9%, sedangkan sisanya sebesar 60,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak terungkap dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan, yaitu :

1. Berdasarkan hasil penelitian penulis menyarankan kepada pihak manajemen Shinta Motor Wates agar lebih memperhatikan prosedur penerimaan pelanggan; pelayanan pemeriksaan dan servis kendaraan serta tindakan yang diambil saat pelanggan membutuhkan; karena sebagian besar pelanggan menginginkan pelayanan tersebut di atas dilakukan secara tepat dan cepat sehingga tidak banyak membuang waktu pelanggan di bengkel.
2. Pihak manajemen Shinta Motor Wates memberikan masukan kepada para karyawannya agar lebih tanggap dalam menghadapi setiap keluhan pelanggan; misalnya apabila pelanggan mengeluhkan kerusakan mesin kendaraan dan sebagainya.
3. Secara umum, konsumen telah merasa puas terhadap kualitas pelayanan di Shinta Motor Wates. Oleh karena itu penulis menyarankan agar hal ini dapat terus dipertahankan. Antara lain dengan lebih memperhatikan kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, karena dengan ruangan yang bersih, rapi dan nyaman dapat membuat pelanggan merasa nyaman dan tidak bosan selama menunggu kendaraannya diservis.

DAFTAR PUSTAKA

- Hair, JR., J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and BlackW. C., *Multivariate Data Analysis*, 5thed, Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 1998.
- Kotler, Philip (1994). *Manajemen pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Mustafa, Zainal (1992). *Pengantar Sttistik Deskriptif*. Edisi 2. Yogyakarta: Badan Penerbit FE UII Press.
- Parasuraman, A., Zeithmahl, Valerie A., dan Berry, Leonard L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*, Vol. 49 (Fall): 41-50.
- Santoso, Singgih (2001). *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik*. Cetakan Kedua. Jakarta: Penerbit Elex Media Computindo.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Cctakan Kedua. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Rangkuti, Freddy (2002). *Measuring Costomer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy, Yanto Chandra, dan Anastasia Diana, (2004), *Marketing Scales*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wiratno, Dwi Haryono, (1998), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Dengan Servqual Instrumen*, Wahana Vol 1, No. 1 Agustus.



LAMPIRAN

Correlations

Correlations

		REL1	REL2	REL3	REL
REL1	Pearson Correlation	1.000	.557**	.418*	.813**
	Sig. (2-tailed)		.001	.021	.000
	N	30	30	30	30
REL2	Pearson Correlation	.557**	1.000	.346	.806**
	Sig. (2-tailed)	.001		.061	.000
	N	30	30	30	30
REL3	Pearson Correlation	.418*	.346	1.000	.755**
	Sig. (2-tailed)	.021	.061		.000
	N	30	30	30	30
REL	Pearson Correlation	.813**	.806**	.755**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

Correlations

		RES1	RES2	RES3	RES
RES1	Pearson Correlation	1.000	.454*	.616**	.813**
	Sig. (2-tailed)		.012	.000	.000
	N	30	30	30	30
RES2	Pearson Correlation	.454*	1.000	.597**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.012		.000	.000
	N	30	30	30	30
RES3	Pearson Correlation	.616**	.597**	1.000	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
RES	Pearson Correlation	.813**	.824**	.879**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

Correlations

		ASS1	ASS2	ASS3	ASS4	ASS
ASS1	Pearson Correlation	1.000	.407*	.341	.210	.690**
	Sig. (2-tailed)		.026	.065	.266	.000
	N	30	30	30	30	30
ASS2	Pearson Correlation	.407*	1.000	.416*	.165	.695**
	Sig. (2-tailed)	.026		.022	.384	.000
	N	30	30	30	30	30
ASS3	Pearson Correlation	.341	.416*	1.000	.372*	.760**
	Sig. (2-tailed)	.065	.022		.043	.000
	N	30	30	30	30	30
ASS4	Pearson Correlation	.210	.165	.372*	1.000	.651**
	Sig. (2-tailed)	.266	.384	.043		.000
	N	30	30	30	30	30
ASS	Pearson Correlation	.690**	.695**	.760**	.651**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

Correlations

		EMP1	EMP2	EMP3	EMP
EMP1	Pearson Correlation	1.000	.458*	.543**	.813**
	Sig. (2-tailed)		.011	.002	.000
	N	30	30	30	30
EMP2	Pearson Correlation	.458*	1.000	.487**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.011		.006	.000
	N	30	30	30	30
EMP3	Pearson Correlation	.543**	.487**	1.000	.823**
	Sig. (2-tailed)	.002	.006		.000
	N	30	30	30	30
EMP	Pearson Correlation	.813**	.808**	.823**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

Correlations

		TAN1	TAN2	TAN3	TAN4	TANG
TAN1	Pearson Correlation	1.000	.654**	.698**	.684**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
TAN2	Pearson Correlation	.654**	1.000	.554**	.503**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.005	.000
	N	30	30	30	30	30
TAN3	Pearson Correlation	.698**	.554**	1.000	.573**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
TAN4	Pearson Correlation	.684**	.503**	.573**	1.000	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
TANG	Pearson Correlation	.901**	.802**	.847**	.816**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
REL1	5.5333	4.7402	.5944	.5141
REL2	5.5333	4.3954	.5268	.5858
REL3	5.3333	4.7816	.4301	.7115

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 3

Alpha = .6963

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
RES1	5.0000	5.1724	.5967	.7476
RES2	5.1333	4.8092	.5865	.7620
RES3	5.4000	4.5241	.7109	.6230

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 3

Alpha = .7888

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ASS1	8.1667	7.1782	.4266	.5784
ASS2	8.1000	7.1966	.4410	.5692
ASS3	8.3667	6.5851	.5296	.5048
ASS4	8.4667	7.2230	.3252	.6550

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 4
Alpha = .6466

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
EMP1	6.0667	4.9609	.5778	.6534
EMP2	6.3000	4.7690	.5376	.7038
EMP3	6.0333	4.9299	.6020	.6267

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 3
Alpha = .7450

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TAN1	8.3000	9.4586	.8136	.7809
TAN2	8.2667	10.4782	.6509	.8474
TAN3	8.3667	9.5506	.7061	.8268
TAN4	8.4667	10.3954	.6744	.8382

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .8622

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PUAS1	48.8667	141.2230	.3223	.8179
PUAS2	49.0667	132.3402	.5571	.8031
PUAS3	48.5667	140.8747	.3388	.8169
PUAS4	48.4667	139.8437	.4307	.8116
PUAS5	48.6667	136.2299	.4877	.8080
PUAS6	48.7333	134.4782	.5393	.8048
PUAS7	49.0000	139.0345	.4568	.8102
PUAS8	48.3667	140.9299	.3189	.8183
PUAS9	48.9000	139.6793	.4267	.8118
PUAS10	48.8667	140.6023	.4114	.8127
PUAS11	49.0000	139.6552	.3788	.8145
PUAS12	48.7000	141.4586	.2954	.8200
PUAS13	49.0000	139.8621	.3571	.8159
PUAS14	48.6667	135.1264	.4925	.8075
PUAS15	48.7667	138.1161	.4809	.8068
PUAS16	49.2667	138.0644	.4916	.8083
PUAS17	48.9667	139.7575	.3417	.8171

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 17

Alpha = .8213

Regression

Variables Entered/Removed^d

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tangibles, Assurance, Responsiveness, Emphaty, ^a Reliability		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607 ^a	.369	.335	.3949

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Assurance, Responsiveness, Emphaty, Reliability

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.574	5	1.715	10.996	.000 ^a
	Residual	14.659	94	.156		
	Total	23.233	99			

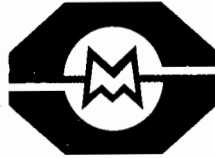
a. Predictors: (Constant), Tangibles, Assurance, Responsiveness, Emphaty, Reliability

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.170	.321		3.642	.000
	Reliability	.147	.063	.219	2.340	.021
	Responsiveness	.126	.052	.203	2.432	.017
	Assurance	.141	.058	.200	2.405	.018
	Emphaty	.136	.058	.199	2.331	.022
	Tangibles	.196	.069	.270	2.840	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



SHINTA MOTOR

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : ISWANTI SURIPTO
J a b a t a n : Pemilik Perusahaan

Menerangkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dengan data - data sebagai berikut :

N a m a : YONANTA SATRIYA NUGRAHA
No. Mhs : 01 03 12791

telah benar – benar melakukan penelitian untuk penulisan skripsi di perusahaan ini dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA SERVIS KENDARAAN
BERMOTOR PADA SHINTA MOTOR WATES**

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sesungguhnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wates, 26 Agustus 2006.

Hormat kami,



Shinta Motor
Jln. Brigjen Katamsno No. 6C
TELP. (0274) 773138-773356
WATES YOGYAKARTA