

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA
BENGKEL DI PT. TALA MOTOR YAMAHA MAKASSAR**

MAKMUR

105720344111



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2017

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA
BENGKEL DI PT. TALA MOTOR YAMAHA MAKASSAR**

**MAKMUR
105720344111**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa
Bengkel Di PT. Tala Motor Yamaha Makassar

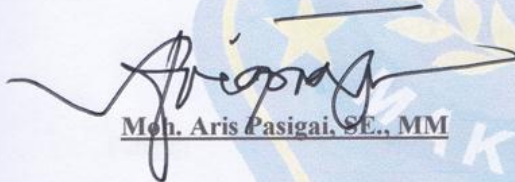
Nama Mahasiswa : MAKMUR
No. Stambuk : 105720344111
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah di periksa dan di ujikan di depan Panitia
Penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada Hari Sabtu, 13 Oktober 2017. Pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II



Moh. Aris Pasigai, SE., MM



Muh. Nur Rasvid, SE., MM

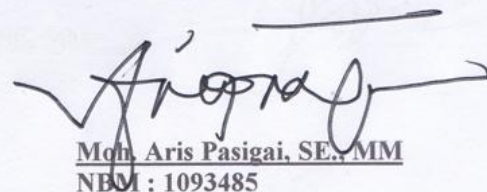
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan Manajemen



Ismael Rasulong, SE., MM
NBM : 903078



Moh. Aris Pasigai, SE., MM
NBM : 1093485

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI


Skripsi ini telah di sahkan oleh Panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 0012/SK-Y/61201/091004//2017 Tahun 1439 H/2017 M yang di pertahankan di depan Tim Penguji pada hari Jumat, 13 Oktober 2017 M/23 Muharram 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 13 Oktober 2017

Panitia Ujian :

Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM

(Rektor Unismuh Makassar)


(.....)

Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM.

(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)


(.....)

Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda, MM

(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)


(.....)

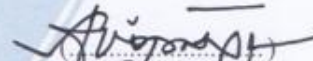
Penguji : 1. Drs. H. Sultan Sarda, MM.


(.....)

2. Ismail Rasulong, SE, MM.


(.....)

3. Moh. Aris Pasigai, SE, MM.


(.....)

4. Muh. Nur R, SE, MM.


(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO.....

"Ilmu yang bermanfaat adalah ilmu yang dibagikan untuk kemaslahatan orang banyak"

"Kesuksesan itu bukan ditunggu, tetapi diwujudkan lewat usaha dan doa karena hasil tidak akan mengkhianati usaha"

PERSEMBAHAN.....

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk orang yang aku kasahi dan sayangi yaitu kedua orang tuaku serta seluruh keluarga tercinta sebagai tanda baktiku.....

Pengorbanan, kasih sayang dan doa yang tulus dari kalian seakan menjadi semangat untuk terus melangkah, meraih dan menggapai cita serta kesuksesan.....

ABSTRAK

Makmur, 2017. “ *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Bengkel Di PT. Tala Motor Yamaha Makassar*”. (Dibimbing oleh Moh. Aris Pasigai dan Muh. Nur Rasyid).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan Bengkel di PT. Tala Motor Yamaha Makassar.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, kuesioner dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus Roscoe sebanyak 50 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5). Secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil deskripsi variabel kepuasan pelanggan dan perhitungan skor variabel yang didapat menunjukkan, variabel daya tanggap dengan nilai sebesar 200 menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian Keandalan dengan nilai sebesar 194, jaminan dengan nilai sebesar 188, bukti fisik dengan nilai sebesar 187, sementara empati dengan nilai sebesar 185 menjadi faktor terendah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan, Bukti Fisik dan Empati.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menghadapi tantangan dan hambatan sehingga penyusunan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mencapai hasil yang maksimal,, namun penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan pada diri penuliis sehingga penulis dapat menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terkhusus buat Ayahanda Mansyur dan Ibunda Norma tercinta, penulis haturkan rasa hormat dan terkasihh yang tulus atas segala jerih payah dan pengorbanannya selama ini baik materi maupun moril yang disertai doa yang tiada hentinya selama penulis menempuh pendidikan hingga kejenjang perguruan tinggi dan semua pihak yang telah memberikan bantuan, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE.MM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar, Pembantu Rektor I, Pembantu Rektor II dan Pembantu Rektor III atas Bimbingan dan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, Pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II, Ketua Jurusan Manajemen, seluruh Dosen/Staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Makassar atas segala bantuan yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

3. Moh. Aris Pasigai, SE.MM. dan Muh. Nur Rasyid, SE.MM. selaku pembimbing yang banyak memberikan arahan dan curahan fikirannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.
4. Seluruh rekan-rekan mahasiswa serta teman sejawat yang selalu memberikan bantuan sehingga proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini dapat berjalan lancar.

Akhirnya semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan memberikan balasan pahala kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun semoga skripsi ini memiliki manfaat bagi pembaca.

Makassar, Oktober 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep Pemasaran	7
2.2 Pengertian Jasa	8
2.3 Konsep Kualitas Pelayanan Jasa	9
2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa	10
2.5 Kepuasan Pelanggan	13
2.6 Kerangka Pikir	13
2.7 Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.2 Metode Pengumpulan Data	17
3.3 Jenis dan Sumber Dat	18

3.4 Populasi dan Sampel	18
3.5 Defenisi Operasional Variabel	20
3.6 Metode Analisis Data	22
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	24
1.2 Karakteristik Responden.....	27
1.3 Penentuan Range	30
1.4 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan dan Perhitungan Skor Variabel (X)....	31
1.5 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan dan Perhitungan Skor Variabel (Y)...	39
1.6 Pembahasan	41
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel	20
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	28
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	29
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Melakukan Service ..	30
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Buti Fisik	32
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keandalan	33
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tanggap	35
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Jaminan	36
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Empati	38
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	39

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1	Kerangka Pikir	15
Tabel 4.1	Struktur Organisasi Bengkel PT. Tala Motor Yamaha Makassar	26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar menjadi semakin luas dan peluang ada dimana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan.

Persaingan yang semakin ketat terjadi di dalam dunia otomotif khususnya produk sepeda motor karena produk ini merupakan alat transportasi darat yang paling dominan banyak dimiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat. Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia yang terdiri dari banyak pulau, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan seorang pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan

pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 1996).

Layanan adalah kegiatan yang diarahkan untuk memastikan bahwa produk ditangani atau diperbaiki untuk memperoleh kemampuan maksimal, sedangkan dukungan adalah derajad dan perluasan layanan kepada pelanggan yang terlihat dari tersedianya petunjuk dan pelatihan (Armistead et. Al., 1999). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap perilaku pembelian yaitu melalui kepuasan pelanggan. Melalui kepuasan itu pelanggan akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain.

Menurut Levitt dalam Tjiptono (1997), syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan pelanggan dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumen. Perilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang

mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Engel et al., 1994). Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang muda tetapi cukup sulit dan kompleks, khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel yang mempengaruhi dan variabel-variabel tersebut saling berinteraksi. Meskipun demikian bila hal tersebut dapat dilakukan maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih keuntungan yang jauh lebih besar dari pada pesaingnya. Karena dengan dipahaminya perilaku konsumen perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya (Kotler et al., 1996 dalam Triptono 1997).

Pengaruh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah meningkatkan kesadaran dan tuntunan masyarakat akan pelayanan yang baik, termasuk dalam hal ini adalah usaha di bidang bengkel yang akhir-akhir ini berkembang pesat, baik secara kualitas maupun kuantitas. Dapat kita lihat hampir disetiap jalan raya maupun wilayah perkampungan banyak tempat-tempat yang menyediakan jasa bengkel. Dengan banyaknya usaha dibidang perbengkelan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara satu bengkel dengan bengkel lainnya. Dengan adanya persaingan ini pula maka masing-masing bengkel berusaha meningkatkan jumlah pelanggan serta mempertahankan pelanggan agar tetap setia menggunakan jasanya dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepadatan aktivitas di jalan menuntut kenyamanan dalam berkendara. Untuk itu kendaraan yang dipakai harus selalu dalam keadaan baik. Agar kendaraan selalu dalam keadaan baik maka diperlukan perawatan dan servis berkala. Untuk itu sangat dibutuhkan jasa bengkel motor. Bengkel motor adalah usaha yang didirikan dengan tujuan menerima jasa perawatan dan perbaikan kendaraan roda dua atau umumnya disebut motor (Effendi, 2009)

Kunci sukses agar pelanggan memilih jasa layanan bengkel adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan tersebut dapat dicapai melalui pemberian layanan dan dukungan yang optimal kepada pelanggan. Banyaknya pesaing tidak menghalangi Bengkel di PT. Tala Motor untuk tetap bertahan, bahkan mampu berkembang pesat sampai sekarang ini. Memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan merupakan visi dari Bengkel di PT. Motor untuk tetap eksis di dunia perbengkelan.

Kepuasan pelanggan selalu berubah dari waktu ke waktu. Harapan pelanggan terhadap sebuah produk atau jasa tidak akan pernah sama bisa naik atau bahkan bisa turun. Pelanggan yang pernah merasakan layanan atau produk berkualitas prima pasti akan mengidamkan kualitas yang sama bahkan lebih tinggi ketika menggunakan produk atau jasa sejenis. Sadar akan fakta tersebut dunia bisnis berkompetisi membuat pelanggannya lebih puas dan tidak berpaling ke produk lain. Sistem pelayanan pelanggan yang mengarah ke kepuasan pelanggan diterapkan. Bahkan banyak perusahaan yang menciptakan divisi khusus untuk menangani kepuasan pelanggan.

Perusahaan didirikan dengan prioritas utama mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (*compleint*) dari pelanggan yang bertujuan untuk meningkatkan posisi produk atau jasa dan menarik calon pelanggan. Oleh karena itu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah dasar bagi suatu perusahaan dalam mencapai keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan jasa yang meliputi bukti fisik (*tangibels*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tala Motor Yamaha Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan bengkel di PT. Tala Motor Yamaha Makassar.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan, sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan kebijaksanaan pihak bengkel terutama yang berhubungan dengan pelayanan dan kinerja karyawan atau mekanik terhadap pelanggan.
2. Bagi Peneliti, untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pemasaran

Menurut Kotler (2000), konsep pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain. Konsep pemasaran berorientasi pada pelanggan, dengan anggapan bahwa konsumen hanya akan bersedia membeli produk-produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta memberikan kepuasan. Konsep yang relevan bagi perusahaan jasa dalam melakukan kegiatan pemasaran adalah konsep pemasaran sosial, yaitu konsep yang beranggapan bahwa konsumen hanya bersedia membeli produk-produk yang mampu memuaskan kebutuhan dan keinginannya serta berkontribusi pada kesejahteraan lingkungan sosial konsumen (Tjiptono, 2007).

Konsep pemasaran merupakan filosofi yang harus ada dalam sebuah entitas dalam rangka menganalisa kebutuhan pelanggan (konsumen) kemudian membuat keputusan untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut dengan cara yang lebih baik dibandingkan dengan entitas lainnya (kompetitor). Karena tidak bisa dipungkiri, bahwa di era teknologi dan komunikasi yang semakin pesat, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Dan mereka yang bertahan adalah mereka yang berhasil mendapatkan kredibilitas serta

kepercayaan di mata konsumen. Sebuah konsep pemasaran yang baik, benar-benar harus melihat seperti apa kebutuhan konsumen. Dengan demikian, konsumen memiliki peran yang sangat penting untuk keberhasilan sebuah konsep pemasaran. Agar tidak ketinggalan di antara para pesaing, maka diperlukan kunci yang kedua, yaitu meningkatkan kualitas produk tanpa meninggalkan esensi dari produk awal yang dibuat. Dan yang terakhir adalah strategi apa yang harus dilakukan perusahaan dalam rangka menjaga kepuasan konsumen sehingga konsumen tidak akan beralih ke produk dari perusahaan lain.

2.2 Pengertian Jasa

Jasa merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler, 1994). Jasa memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dengan barang. Karakteristik jasa tersebut adalah (Tjiptono, 2004):

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Hal ini mengakibatkan pelanggan tidak dapat memprediksi hasilnya sebelum membeli jasa tersebut.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Berbeda halnya dengan barang-barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusi, melalui berbagai macam penjual dan pada saat jasa diproduksi dan langsung mengkonsumsi jasa tersebut.

3. *Variability* (bervariasi)

Jasa sangat bervariasi karena sangat tergantung pada siapa yang menghasilkan, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian, bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

2.3 Konsep Kualitas Pelayanan Jasa

Kualitas pelayanan merupakan kunci sukses bagi perusahaan dalam menghadapi era kompetisi yang semakin tajam. Kualitas layanan adalah perbandingan dari harapan pelanggan dengan persepsi dari layanan nyata (*actual performance*) yang mereka terima (Parasuraman, 1985). Kualitas layanan juga didefinisikan sebagai persepsi konsumen secara keseluruhan baik keunggulan dan kelemahan dari organisasi dalam layanannya (Taylor dan Baker, 1994).

Menurut Parasuraman, et al., (1985) ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* (jasa yang diharapkan) dan *perceived service* (jasa yang diterima). Apabila jasa yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan

baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa akan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

2.4 Dimensi Kualitas pelayanan jasa

1. Bukti Fisik (*tangibles*)

Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan.

Hubungan bukti fisik dengan kepuasan pelanggan adalah bukti fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap bukti fisik maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Jika persepsi pelanggan terhadap bukti fisik buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

2. Keandalan (*reliability*)

Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan

yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

Hubungan keandalan dengan kepuasan pelanggan adalah keandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap keandalan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Jika persepsi pelanggan terhadap keandalan buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan. Hubungan daya tanggap dengan kepuasan pelanggan adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Jika persepsi pelanggan terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

4. Jaminan (*assurance*)

Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain: komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*). Hubungan jaminan dengan kepuasan pelanggan adalah jaminan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap jaminan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Jika persepsi pelanggan terhadap jaminan buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

5. Empati (*empathy*)

Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) empati (*empathy*) yaitu memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginannya. Hubungan empati dengan kepuasan pelanggan adalah empati mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap empati maka kepuasan pelanggan juga

akan semakin tinggi. 1Jika persepsi pelanggan terhadap empati buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

2.5 Kepuasan Pelanggan

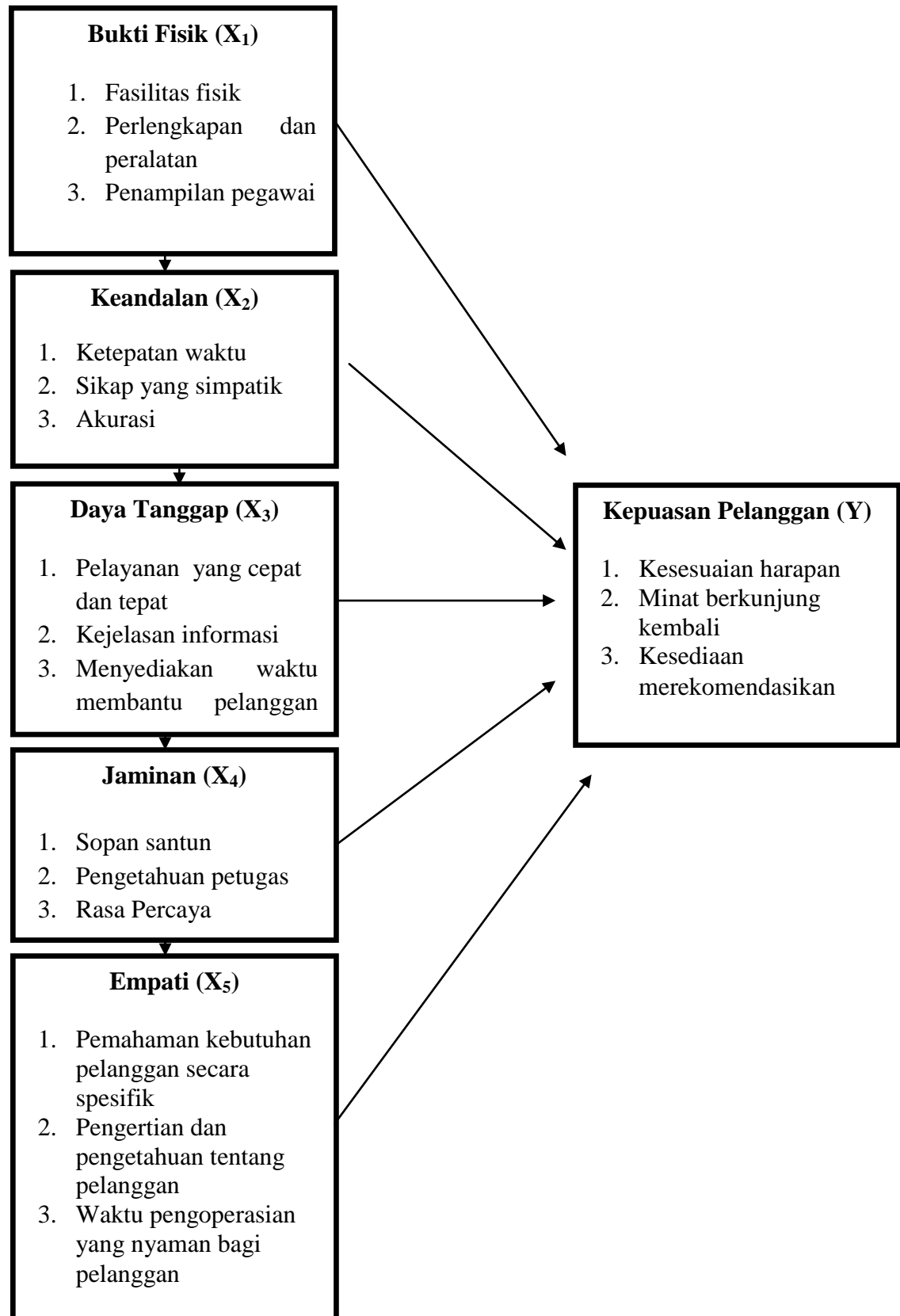
Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan (Tse dan Wilton dalam Tjiptono, 2007). Kotler. et al., (1996) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

2.6 Kerangka Pikir

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, belum ada standar baku yang dapat dijadikan pedoman, selain karena kepuasan itu sifatnya relative juga harapan dan interpretasi pelanggan berbeda-beda pula. Tetapi secara empirik kepuasan pelanggan dapat dipahami oleh perusahaan dengan meneliti 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu: Bukti Fisik (*tangibility*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*). Jika PT. Tala Motor Yamaha Makassar mampu menjabarkan kelima dimensi tersebut dalam satu mekanisme pelayanan maka kepuasan pelanggan

lebih mudah diwujudkan atau dengan kata lain harapan konsumen untuk merasa puas dengan pelayanan PT. Tala Motor Yamaha Makassar akan lebih mendekati kenyataan pelayanan dikatakan berkualitas apabila konsumen merasa puas, baik pada saat terjadinya kontak pelayanan pada situasi tertentu maupun disaat pasca pembelian.

Pelanggan PT. Tala Motor Yamaha Makassar dikatakan puas apabila terdapat kesesuaian antara harapan konsumen setelah mengevaluasi produk dengan pelayanan yang diterimanya. Ketidakpuasan akan timbul jika harapan dan keinginan konsumen tidak sesuai dengan kualifikasi pelayanan yang diterimanya. Secara sistemik, kerangka pikir dalam penulisan ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

2.7 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Jadi hipotesis merupakan dugaan sementara mengenai hubungan antar variabel dalam suatu penelitian yang kebenarannya perlu dibuktikan. Sugiyono (2006) menyatakan bahwa hipotesis adalah kesimpulan sementara tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bengkel PT. Tala Motor Yamaha Makassar

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Kantor PT. Tala Motor Yamaha Makassar, dengan pertimbangan karena penulis sebagai karyawan langsung di perusahaan tersebut. Adapun waktu dalam penelitian ini adalah dilakukan selama dua (2) bulan mulai bulan Mei 2017 sampai Juni 2017.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian adalah:

1. Observasi, yaitu penulis melakukan pengamatan dan pencatatan langsung yang secara sistematis di PT. Tala Motor Yamaha Makassar
2. Wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara bebas terstruktur, artinya peneliti mengadakan wawancara langsung dengan pelanggan
3. Kuesioner yaitu cara pengumpulan data dengan memberikan data atau menyebarkan daftar kepada responden dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan kualitatif yaitu suatu jenis penelitian yang memberikan gambaran dengan jelas tentang peranan perusahaan sebagai pelaku organisasi.

Sumber data dalam penelitian ini dijangkau dari sumber data primer dan sekunder sesuai dengan tujuan penelitian ini.

1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data utama yang digunakan untuk menjalin berbagai data dan informasi yang terkait dengan fokus yang dikaji. Hal ini yang dilakukan melalui metode wawancara dan observasi

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data pendukung yang diperlukan untuk melengkapi data primer yang dikumpulkan. Hal ini yang dilakukan sebagai upaya penyesuaian dengan kebutuhan data lapangan yang terkait dengan kepuasan pelanggan.

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2004), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Bengkel PT. Tala Motor Yamaha Makassar setiap

bulan yang jumlahnya sekitar 210 orang, maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu peneliti memilih siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan (Sugiyono, 2004). Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Roscoe dengan ketentuan untuk sampel yang layak dengan menggunakan rumus ini adalah antara 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2010.129). adapun uraian rumus sebagai berikut:

$$n = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 10$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

X = Kualitas Pelayanan (variabel terikat/independent)

X₁ = Bukti Fisik

X₂ = Keandalan (Realibility)

X₃ = Ketanggapan (Responsiveness)

X₄ = Jaminan Asuransi (Assurance)

X₅ = Empati (Emphaty)

Jadi hasil yang didapat adalah:

$$n = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 10$$

$$= (5+0) \times 10$$

$$= 50 \text{ Responden}$$

3.5 Defenisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator
1.	Bukti Fisik	Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal	- Sarana dan prasarana: 1. Fasilitas fisik 2. Perlengkapan dan peralatan 3. Penampilan pegawai
2.	Keandalan	Menurut parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) keandalan (reliability) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang	1. Ketepatan waktu 2. Sikap yang simpatik 3. Akurasi

		tercermin dari ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.	
3	Daya Tanggap	Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) daya tanggap (responsiveness) adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang cepat dan tepat 2. Kejelasan informasi 3. Menyediakan waktu membantu pelanggan
4	Jaminan	Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) jaminan (assurance) adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sopan santun 2. Pengetahuan petugas 3. Rasa percaya

5	Empati	Menurut Parasuraman et al., (1998) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006) empati (empathy) yaitu memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman kebutuhan pelanggan secara spesifik 2. Pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan 3. Waktu pengopresian yang nyaman bagi pelanggan
6	Kepuasan Pelanggan	Kotler. Et al., (1996) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan

3.6 Metode Analisis Data

Suatu penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasi yang bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu. Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Pada penelitian ini data yang dikumpulkan dianalisis

dengan menggunakan regresi berganda dengan uji asumsi klasik. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diolah kemudian dianalisis dengan alat statistik sebagai berikut:

3.6.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), serta empati (X_5) mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Tala Motor Yamaha Makassar.

Model persamaan regresi berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X_1 = Bukti Fisik

X_2 = Keandalan

X_3 = Daya Tanggap

X_4 = Jaminan

X_5 = Empati

β = Koefisien regresi

e = Standar error

BAB 1V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah PT. Yamaha Motor

Berdirinya PT. Motor Yamaha Indonesia, perusahaan Yamaha berasal dari nama pendirinya yaitu “Yamaha Tarakusu” pada tahun 1887. Nama pertama perusahaan ini yaitu Yamaha Corp (Nippon Gakki). Motor produksi pertamanya adalah single cylinder 2 stroke 125cc. Motor 125cc tersebut dikenal sebagai YA1 alias Atakombo. Motor ini lumayan sukses dan produksi berikutnya. Perkembangan perusahaan Yamaha Motor berhasil menancapkan bendera sebagai pembuat motor 2 yang terbaik terutama model YDS 250cc tahun 1960 dan YR1 350cc. Pada tahun 1970 dilanjutkan membuat YR 5, motor ini yang terkenal ringan dan relatif terjangkau harganya dibanding motor-motor dikelasnya saat itu.

Produk Yamaha Motor saat ini Yamaha V-ixion, Jupiter Z, Jupiter MX, Vega R, Yamaha Mio, Yamaha Mio Soul, RX-King, dll.

Untuk mempercepat program pengembangan teknologi yang dibutuhkan untuk bisnis, Yamaha dalam hal ini fokus pada kualitas performa berkendara, setia dalam mendesain, dan berwawasan lingkungan.

4.1.2 Profil Kantor PT. Tala Motor Yamaha Makassar

Berdasarkan letak geografis, kantor PT. Tala Motor Yamaha Makassar berada di jalan Aroepala (Hertasning Baru) Kelurahan Gunung Sari Kecamatan Rappocini Kota Makassar.

4.1.3 Visi dan Misi

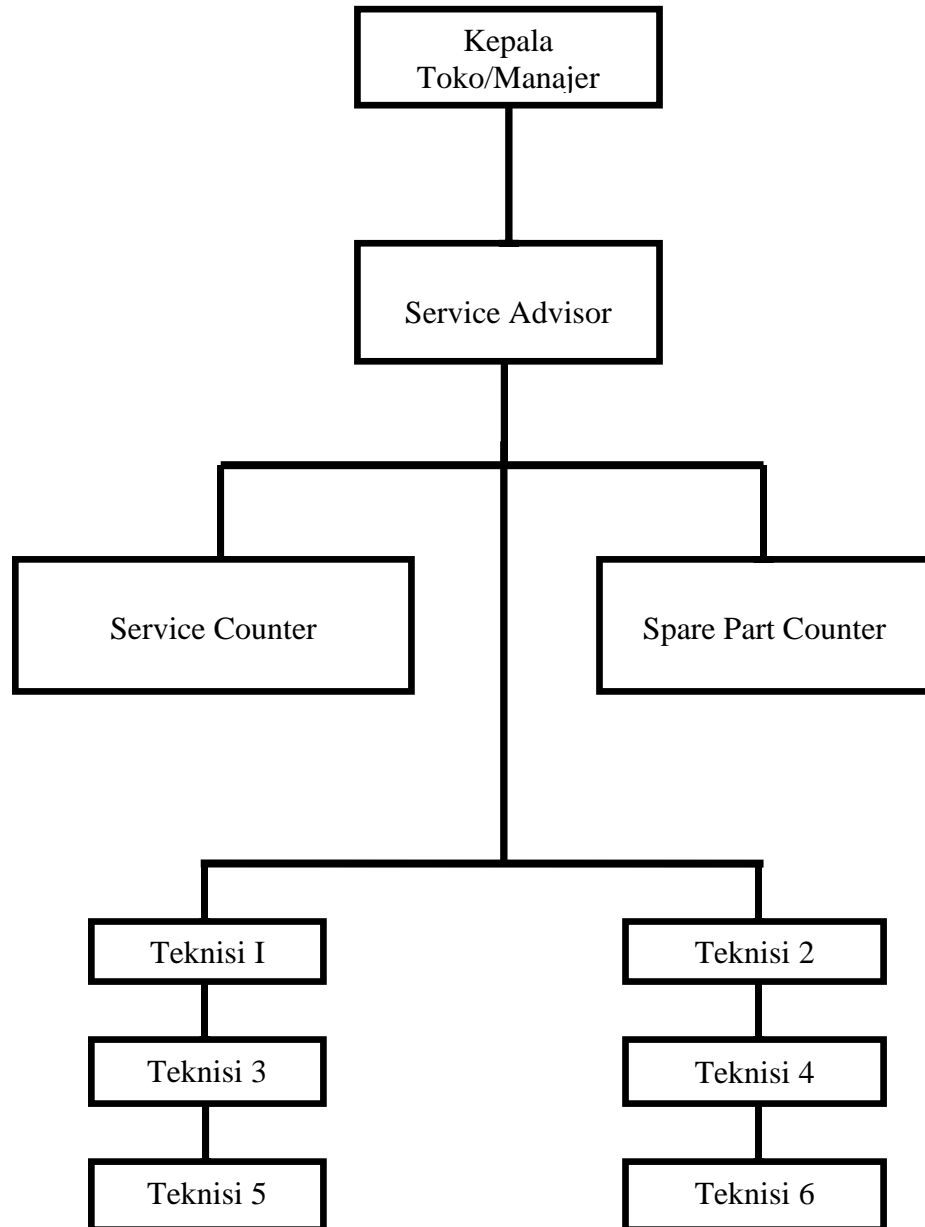
Visi

- Untuk menciptakan masyarakat Yamaha yang sejahtera dan loyal dan mencapai perkembangan bisnis yang sehat dan berkelanjutan
- Dengan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan dan mudah diakses terhadap pelayanan dan produk yang berstandar kualitas dunia
- Dengan mempergunakan sumber daya manusia yang handal
- Menggunakan teknologi terdepan yang tepat guna dan sistem bisnis yang berfokus kepada pelanggan untuk menjadi produsen sepeda motor terdepan di Indonesia

Misi

- Menyediakan produk pilihan yang inovatif dan bermutu tinggi dengan harga yang terjangkau
- Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, teknologi dan proses produksi

4.1.4 Struktur Organisasi Bengkel PT. Tala Motor Yamaha Makassar



Struktur organisasi merupakan gabungan antara personil yang satu dengan personil yang lainnya dalam menjalankan sebuah tugas. Organisasi ini dibentuk

karena adanya suatu kerja sama yang baik dalam melakukan aktivitas kunci organisasi dan menunjukkan pola koordinasi yang digunakan untuk menjalankan strategi.

Dalam menjalankan kegiatan untuk mencapai sasaran yang telah direncanakan maka PT. Tala Motor Yamaha Makassar sebagai Bengkel Motor Yamaha untuk wilayah makassar telah mengembangkan jaringan kerja antara satu unit dengan unit lainnya untuk mendukung terselenggaranya tujuan perusahaan dalam bentuk pencapaian keuntungan atau laba perusahaan yang maksimal melalui peningkatan pelayanan kepada setiap konsumen di wilayah Makassar.

4.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Bengkel PT. Tala Motor Yamaha Makassar yang berjumlah 50 orang sebagai responden, maka dapat diketahui karakteristik setiap pelanggan. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi masukan bagi Bengkel PT. Tala Motor Yamaha Makassar dalam menyusun strategi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelanggannya dimasa yang akan datang.

Karakteristik responden ini berdasarkan jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan dan frekuensi melakukan service.

4.2.1 Jenis Kelamin Responden

Tabel. 4.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	35	70
2	Perempuan	15	30
	Jumlah	50	100

Berdasarkan jenis kelamin, responden ternyata didominasi oleh pelanggan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang dengan persentase 70% dan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 15 orang dengan persentase 30%. Jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan responden perempuan karena pada umumnya pelanggan yang sering datang melakukan service adalah laki-laki, namun demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan Bengkel PT. Tala Motor Yamaha Makassar.

4.2.2 Pendidikan Terakhir Responden

Tabel. 4.2 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

No.	Tingkat pendidikan	Responden	Persentase (%)
1	SD	4	8
2	SLTP	12	24
3	SLTA	29	58
	Sarjana	5	10
	Jumlah	50	100

Berdasarkan pendidikan terakhir yang dimiliki responden, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden, 29 atau 58% diantaranya tamatan SLTA, 12 orang atau 24% SLTP, 5 orang atau 10% Sarjana dan tamatan SD 4 orang atau 8%. Tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, yang akan berpengaruh pada kemampuan analisis terhadap suatu permasalahan seperti pelayanan yang diberikan oleh PT. Tala Motor Yamaha Makassar.

4.2.3 Pekerjaan Responden

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Tingkat pendidikan	Responden	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	10	20
2	Pegawai/Karyawan	19	38
3	Wiraswasta	12	24
4	Lain-lain	9	18
	Jumlah	50	100

Dari data di atas diketahui karakteristik responden yang paling dominan yaitu pegawai/karyawan sebanyak 19 orang atau 38% diikuti oleh wiraswasta sebanyak 12 orang atau 24%, selanjutnya pelajar/mahasiswa 10 orang atau 20% dan terakhir lain-lain sebanyak 9 orang atau 18%. Tingkat pekerjaan yang dimiliki seseorang menunjukkan para pelanggan memang kebanyakan dari mereka yang sudah bekerja karena mempunyai penghasilan dan juga bisa meluangkan waktu mereka untuk melakukan

service kendaraan motor mereka di Bengkel PT. Tala Motor Yamaha Makassar.

4.2.4 Banyaknya melakukan Service

Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Banyaknya Melakukan Service

No.	Banyaknya	Responden	Persentase (%)
1	1 kali	18	36
2	2 kali	12	24
3	3 kali	17	34
4	4 kali	3	6
5	Lainnya	0	0
	Jumlah	50	100

Dari data diatas dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan banyaknya melakukan service 1 kali sebanyak 18 orang atau 36%, 3 kali sebanyak 17 orang atau 3%, 2 kali sebanyak 12 orang atau 24% dan 4 kali sebanyak 3 orang atau 6%.

4.3 Penentuan Range

Survey ini menggunakan skala Likert dengan skor tertinggi ditiap pertanyaannya adalah 5 dan skor terendah adalah 1. Dengan jumlah responden sebanyak 50 orang, maka:

$$\text{Skor tertinggi} : 50 \times 5 = 250$$

$$\text{Skor terendah} : 50 \times 1 = 50$$

$$\text{Sehingga range untuk hasil survey} = \frac{250 - 50}{5} = 40$$

Range Skor :

- a. 50 – 90 = sangat tidak setuju
- b. 91 – 130 = tidak setuju
- c. 131 – 170 = netral
- d. 171 – 210 = setuju
- e. 211 – 250 = sangat setuju

4.4 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan dan Perhitungan Skor Variabel (X)

Untuk menunjang kepuasan pelanggan, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dibidang jasa sangat perlu memberikan penerapan kualitas pelayanan, sebab dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan, maka akan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan pada Bengkel PT. Tala Motor Yamaha Makassar maka perlu dilakukan analisis mengenai kualitas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk dapat melihat sebagian besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel PT. Tala Motor Yamaha Makassar. Adapun dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang meliputi: Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5).

4.4.1 Pertanyaan Mengenai Variabel Bukti Fisik (X₁)

Tabel 4.5 Tanggapan responden terhadap variabel bukti fisik

No.	Tanggapan	SS		S		N		TS		STS		Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Penampilan pegawai rapi dan professional	10	20	25	50	9	18	6	12			189
2.	Peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern	7	14	28	56	10	20	5	10			189
3.	Kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman	10	20	23	46	12	24	5	10			187
4.	Petugas mekanik selalu mengenakan baju seragam saat melakukan service	9	18	29	58	8	16	4	8			183
												187

Dari table di atas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variable bukti fisik yang dimiliki PT. Tala Motor Yamaha Makassar berada pada range ke empat (setuju).

- a. Pada pertanyaan pertama yaitu penampilan pegawai rapi dan professional, 10 orang (20%) menjawab sangat setuju, 25 orang (50%) menjawab setuju, 9 orang (18%) menjawab netral dan 6 orang (12%) menjawab tidak setuju.
- b. Pada pertanyaan kedua yaitu peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern, sebanyak 7 orang (14%) menjawab sangat setuju, 28 orang (56%) menjawab setuju, 10 orang (20%) menjawab netral dan 5 orang (10%) menjawab tidak setuju

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel keandalan PT. Tala Motor Yamaha Makassar berada pada range keempat (setuju).

- a. Pada pertanyaan pertama yaitu registrasi pelanggan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan, sebanyak 10 orang (20%) menjawab sangat setuju, 30 orang (60%) menjawab setuju, 8 orang (16%) menjawab netral dan 2 orang (4%) menjawab tidak setuju.
- b. Pada pertanyaan kedua yaitu pelayanan pengaduan cepat dan handal, sebanyak 8 orang (16%) menjawab sangat setuju, 25 orang (50%) menjawab setuju, 8 orang (16%) menjawab netral dan 5 orang (10%) menjawab tidak setuju.
- c. Pada pertanyaan ketiga yaitu info tagihan/pembayaran sesuai dengan kerusakan, sebanyak 10 orang (20%) menjawab sangat setuju, 27 orang (54%) menjawab setuju, 8 orang (16%) menjawab netral dan 5 orang (10%) menjawab tidak setuju.
- d. Pada pertanyaan keempat yaitu bila terjadi kesalahan saat melakukan service secepatnya akan dicek, sebanyak 8 orang (16%) menjawab sangat setuju, 30 orang (60%) menjawab setuju, 10 orang (20%) menjawab netral dan 2 orang (4%) menjawab tidak setuju.

4.4.3 Pertanyaan mengenai variabel Daya Tanggap

Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap variabel Daya Tanggap

No	Tanggapan	SS		S		N		TS		STS		Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan	28	56	16	32	4	8	2	4			220
2.	Kemauan untuk membantu pelanggan	32	64	12	24	4	8	2	4			224
3.	Cepat merespon pelanggan yang datang	10	20	31	62	9	18					201
4.	Petugas memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan	15	30	25	50	7	14	3	6			202
												211

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel daya tanggap (Keandalan) PT. Tala Motor Yamaha Makassar berada pada range keempat (setuju).

- a. Pada pertanyaan pertama yaitu kesiapan petugas dalam melayani pelanggan, sebanyak 28 orang (56%) menjawab sangat setuju, 16 orang (32%) menjawab setuju, 4 orang (8%) menjawab netral dan 2 orang (4%) menjawab tidak setuju.
- b. Pada pertanyaan kedua yaitu kemauan untuk membantu pelanggan, sebanyak 32 orang (64%) menjawab sangat setuju, 12 orang (24%) menjawab setuju, 4 orang (8%) menjawab netral dan 2 orang (4%) menjawab tidak setuju.

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel Jaminan PT. Tala Motor Yamaha Makassar berada pada range keempat (setuju).

- a. Pada pertanyaan pertama yaitu petugas mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, sebanyak 12 orang (24%) menjawab sangat setuju, 30 orang (60%) menjawab setuju, 5 orang (10%) menjawab netral dan 3 orang (6%) menjawab tidak setuju.
- b. Pada pertanyaan kedua yaitu petugas mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan, sebanyak 4 orang (8%) menjawab sangat setuju, 24 orang (48%) menjawab setuju, 15 orang (30%) menjawab netral dan 7 orang (14%) menjawab tidak setuju.
- c. Pada pertanyaan ketiga yaitu pelanggan merasa aman dalam melakukan service, sebanyak 6 orang (12%) menjawab sangat setuju, 25 orang (40%) menjawab setuju, 13 orang (26%) menjawab netral, dan 6 orang (12%) menjawab tidak setuju
- d. Pada pertanyaan keempat yaitu PT. Tala Motor Yamaha Makassar memiliki citra yang positif dimata masyarakat, sebanyak 8 orang (16%) menjawab sangat setuju, 19 orang (38%) menjawab setuju, 18 orang (36%) menjawab netral, 5 orang (10%) menjawab tidak setuju.

4.4.5 Pertanyaan mengenai variabel Empati

Tabel 4.9 Tanggapan responden terhadap variabel Empati

No	Tanggapan	SS		S		N		TS		STS		Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Pegawai dapat memahami kebutuhan spesifik pelanggan	9	18	21	42	15	30	5	10			184
2.	Pegawai memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian	11	22	19	38	11	22	7	14	2	4	180
3.	Pegawai mudah dihubungi pelanggan dan mengutamakan kepentingan pelanggan	9	18	24	48	11	22	6	12			186
4.	Pelayanan pada pelanggan tidak membedakan status social	9	18	21	42	15	30	5	10			184
												185

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel Jaminan PT. Tala Motor Yamaha Makassar berada pada range keempat (setuju).

- a. Pada pertanyaan pertama yaitu pegawai dapat memahami kebutuhan spesifik pelanggan, sebanyak 9 orang (18%) menjawab sangat setuju, 21 orang (42%) menjawab setuju, 15 orang (30%) menjawab netral dan 5 orang (10%) menjawab tidak setuju.
- b. Pada pertanyaan kedua yaitu pegawai memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian, sebanyak 11 orang (22%) menjawab sangat setuju, 19 orang (28%) menjawab setuju, 11 orang (22%) menjawab

netral, 7 orang (14%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (4%) menjawab sangat tidak setuju.

- c. Pada pertanyaan ketiga yaitu pegawai mudah dihubungi pelanggan dan mengutamakan kepentingan pelanggan, sebanyak 9 orang (18%) menjawab sangat setuju, 24 orang (48%) menjawab setuju, 11 orang (22%) menjawab netral, dan 6 orang (12%) menjawab tidak setuju
- d. Pada pertanyaan keempat yaitu pelayanan pada pelanggan tidak membedakan status sosial, sebanyak 9 orang (18%) menjawab sangat setuju, 21 orang (42%) menjawab setuju, 15 orang (30%) menjawab netral dan 5 orang (10%) menjawab tidak setuju.

4.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan dan Perhitungan Skor Variabel (Y)

Tabel 4.10 Tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan

No	Tanggapan	SS		S		N		TS		STS		Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Menurut kami selama ini PT. Tala motor Yamaha Makassar memberikan pelayanan jasa service yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan.	10	20	27	54	10	20	3	6			194
2.	Menurut kami PT. Tala Motor Yamaha Makassar mempunyai beberapa cabang yang cukup terjangkau	9	18	30	60	9	18	2	4			196
3.	Pihak PT. Tala Motor Yamaha Makassar selalu menanggapi	8	16	22	44	15	30	5	10			183

	keluhan kami dengan cepat dan tepat											
4.	Secara keseluruhan kami menilai bahwa PT. Tala Motor Yamaha Makassar memiliki citra yang positif dan baik.	8	16	25	50	10	20	5	10	2	4	182
												188

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diambil kesimpulan beberapa tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

- a. Pada pertanyaan pertama yaitu PT. Tala Motor Yamaha Makassar memberikan pelayanan jasa service yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan, sebanyak 10 orang (20%) menjawab sangat setuju, 27 orang (54%) menjawab setuju, 10 orang (20%) menjawab netral dan 3 orang (6%) menjawab tidak setuju.
- b. Pada pertanyaan kedua yaitu pegawai memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian, sebanyak 9 orang (18%) menjawab sangat setuju, 30 orang (60%) menjawab setuju, 9 orang (18%) menjawab netral, 7 orang (14%) menjawab tidak setuju.
- c. Pada pertanyaan ketiga yaitu pegawai mudah dihubungi pelanggan dan mengutamakan kepentingan pelanggan, sebanyak 8 orang (16%) menjawab sangat setuju, 22 orang (44%) menjawab setuju, 15 orang (30%) menjawab netral, dan 5 orang (10%) menjawab tidak setuju
- d. Pada pertanyaan keempat yaitu pelayanan pada pelanggan tidak membedakan status sosial, sebanyak 8 orang (16%) menjawab sangat

setuju, 25 orang (50%) menjawab setuju, 10 orang (20%) menjawab netral dan 5 orang (10%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (4%) menjawab sangat tidak setuju.

4.6 Pembahasan

1. Pengaruh Variabel Bukti Fisik terhadap kepuasan pelanggan

Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bukti fisik merupakan fisik dari PT. Tala Motor Yamaha Makassar, seperti penataan interior dan eksterior yang baik, kerapian dan kebersihan ruangan serta teknologi yang digunakan canggih bukti fisik ini bisa mempengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan persetujuan, artinya kondisi fisik pada PT. Tala Motor Yamaha Makassar sudah sesuai dengan keinginan pelanggan. Semakin mendukung kondisi fisik di PT. Tala Motor Yamaha Makassar maka mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Variabel Keandalan terhadap kepuasan pelanggan

Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan oleh PT. Tala Motor Yamaha Makassar seperti ketepatan waktu bila berjanji, jujur dalam pelayanan dan berusaha menghindari kesalahan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya tepat semenjak saat pertama. Keandalan disini merupakan sejauh mana para karyawan

bisa secara cepat tanggap dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan. Semakin handal hasil yang diperlihatkan semakin oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi keandalan PT. Tala Motor Yamaha Makassar maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Variabel Daya Tanggap terhadap kepuasan pelanggan

Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Daya tanggap merupakan keinginan para karyawan PT. Tala Motor Yamaha Makassar untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, seperti siap membantu pelanggan, kecepatan dalam pelayanan dan komunikasi yang lancar. Daya tanggap disini dapat berarti respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Semakin tinggi daya tanggap yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat daya tanggap PT. Tala Motor Yamaha Makassar maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Variabel Jaminan terhadap kepuasan pelanggan

Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan PT. Tala Motor Yamaha Makassar untuk membantu para pelanggan seperti pelayanan sopan, terampil dalam melaksanakan tugas dan pengetahuan memadai. Semakin tinggi jaminan yang diperlihatkan oleh para

karyawan PT. Tala Motor Yamaha Makassar maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh Variabel Empati terhadap kepuasan pelanggan

Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan oleh karyawan PT. Tala Motor Yamaha Makassar seperti perhatian kepada pelanggan, tanggung jawab keamanan dan kenyamanan serta mengutamakan kepentingan pelanggan. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan oleh para karyawan PT. Tala Motor Yamaha Makassar maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tala Motor Yamaha Makassar dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Variabel independen yakni Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil deskripsi variabel kepuasan pelanggan dan perhitungan skor variabel yang didapat menunjukkan, variabel Daya Tanggap (200) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian keandalan (194), Jaminan (188), Bukti Fisik (187), sementara Empati (185) menjadi faktor terendah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Dari lima variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Tala Motor Yamaha Makassar, variabel yang paling dominan adalah variabel Daya Tanggap berdasarkan hasil perhitungan skor variabel, Daya Tanggap mempunyai nilai paling tinggi (200) dibandingkan dengan variabel lainnya.

5.2 Saran

Agar PT. Tala Motor Yamaha Makassar bisa lebih meningkatkan kepuasan pelanggan maka perlu melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Daya Tanggap mempunyai pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan indikator daya tanggap yang dominan adalah kecepatan karyawan dalam melayani kepentingan pelanggan serta kemampuan dan kemauan karyawan menjalin komunikasi, untuk itu sebaiknya karyawan lebih cepat dalam melayani pelanggan dan harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik sehingga bisa lancar dalam berkomunikasi dengan pelanggan.
2. Jaminan mempunyai pengaruh terbesar kedua terhadap kepuasan pelanggan. Indikator jaminan yang dominan adalah karyawan terampil dan mempunyai pengetahuan yang memadai. Untuk itu sebaiknya karyawan tetap mempertahankan pola kerja selama ini dan senantiasa meningkatkan pengetahuannya.
3. Bukti Fisik mempunyai pengaruh terbesar ketiga terhadap kepuasan pelanggan. Indikator bukti fisik yang dominan adalah sarana dan prasarana serta penampilan karyawan dan kebersihan ruang pelayanan. Untuk itu sebaiknya dalam melakukan penataan perlengkapan dan peralatan tetap rapi.

4. Sebaiknya perusahaan berusaha mempertahankan kinerja dan senantiasa memperhatikan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan agar tercipta kesesuaian antara persepsi dan harapan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Armistead, Colin G. and Clark Graham. 1999. *Times Management Series*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.
- Budi P. Effendi. 2009. *Rahasia Sukses Membangun dan Mengelola Bengkel/Toko Spare Part Motor*. Semarang. Dahara Prize.
- Engel, James F, et al. 1994. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1. Jakarta: Binarupa Akasara.
- Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid II. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lopiyoadi, 2001, *Service Quality dalam Pemasaran*, Edisi Kedua Jilid Empat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Parasuraman, A.,V.A Zeithhaml, and L.L Berry. 1988. “SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*. Vol.64.
- Parasuraman, A.,V.A Zeithhaml, and L.L Berry. 1998. “SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*. Vol.64, No.1.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2006, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Kesembilan, Alfabeta, Bandung.
- Taylor, S.A. and Baker, T.L.1994. “An Assessment of Relationship Between Service Quality and Costumer Satisfaction in the Formation of Consumers’ Purchase Intentions”. *Journal of Retailing*. Vol 170. No. 2, pp.163-178
- Umar Husain, 2005, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

LAMPIRAN

SURVEY PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL
DI PT. TALA MOTOR YAMAHA MAKASSAR

Identitas Responden

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan mengisi titik-titik yang ada atau memberikan tanda benar (√) pada jawaban yang dipilih

1. Jenis kelamin : a. Laki-laki
 b. perempuan

2. Pendidikan terakhir : a. SD
 b. SMP
 c. SMA
 d. Sarjana I
 e. pascasarjana

3. Profesi/Pekerjaan anda : a. Pelajar/mahasiswa
 b. Pegawai/karyawan
 c. Wiraswasta
 d. Lain-lain

4. Banyaknya melakukan service : a. 1 kali
 b. 2 kali
 c. 3 kali
 d. 4 kali
 e. 5 kali

DAFTAR PERTANYAAN

A. BUKTI FISIK

NO.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Penampilan pegawai rapi dan profesional					
2.	Peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern					
3.	Kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman					
4.	Petugas mekanik selalu mengenakan baju seragam saat melakukan service					

B. KEANDALAN

NO.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Registrasi pelanggan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan					
2.	Pelayanan pengaduan cepat dan handal					
3.	Info tagihan/pembayaran sesuai dengan kerusakan					
4.	Bila terjadi kesalahan saat melakukan service secepatnya akan dicek.					

C. DAYA TANGGAP

NO.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan					
2.	Kemauan untuk membantu pelanggan					
3.	Cepat merespon pelanggan yang datang					
4.	Petugas memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan					

D. JAMINAN

NO.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Petugas mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan					
2.	Petugas mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan					
3.	Pelanggan merasa aman dalam melakukan service					
4.	PT. Tala Motor Yamaha Makassar memiliki citra positif dimata masyarakat					

E. EMPATI

NO.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Pegawai dapat memahami kebutuhan spesifik pelanggan					
2.	Pegawai memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian					
3.	Pegawai mudah dihubungi pelanggan dan mengutamakan kepentingan pelanggan					
4.	Pelayanan pada pelanggan tidak membedakan status sosial					

F. KEPUASAN PELANGGAN

NO.	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut kami selama ini PT. Tala Motor Yamaha Makassar memberikan pelayanan jasa service yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan					
2.	Menurut kami PT. Tala Motor Yamaha Makassar mempunyai beberapa cabang yang cukup terjangkau					
3.	Pihak PT. Tala Motor Yamaha Makassar selalu menanggapi keluhan kami dengan cepat dan tepat					
4.	Secara keseluruhan kami menilai					

	bahwa PT. Tala Motor Yamaha Makassar memiliki citra yang positif dan baik.					
--	--	--	--	--	--	--

1. Bukti fisik

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-216.417	183.244		-1.181	.359
1 fisik	2.167	.980	.842	2.211	.158

a. Dependent Variable: kepuasan

2. Keandalan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-224.120	274.479		-.817	.500
1 keandalan	2.120	1.409	.729	1.504	.271

a. Dependent Variable: kepuasan

3. Daya tanggap

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	60.465	8.521		7.096	.019
1 daya	.606	.040	.996	15.072	.004

a. Dependent Variable: kepuasan

4. Jaminan

5.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	156.894	79.606		1.971	.188
	jaminan	.173	.431	.273	.401	.727

a. Dependent Variable: kepuasan

6. Empati

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	579.895	253.342		2.289	.149
	empati	-2.132	1.381	-.737	-1.544	.263

a. Dependent Variable: kepuasan

RIWAYAT HIDUP



MAKMUR., Lahir pada tanggal 18 Januari 1991 di Dusun Bilulu, Desa Turungan Baji, Kecamatan Sinjai Barat, Kabupaten Sinjai anak ke 2 dari 5 bersaudara buah cinta dan kasih sayang dari pasangan Mansyur dan Norma.

Penulis ini memasuki dunia pendidikan tingkat dasar pada tahun 1997 di SD Negeri 73 Turungan Baji, Desa Turungan Baji, Kecamatan Sinjai Barat dan tamat pada tahun 2002. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan tingkat menengah di SMP Negeri 3 Sinjai Barat pada Tahun 2002-2005. Kemudian pada tahun 2005 penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Sinjai Barat selama tiga tahun dan berhasil menamatkan studinya di sekolah tersebut pada tahun 2009.

Pada tahun 2011 penulis melanjutkan studinya kejenjang yang lebih tinggi melalui jalur Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB), dan diterima di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Program studi Strata 1.