

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT. HADJI KALLA TOYOTA CABANG
ALAUDDIN KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI



NURUL HIKMAH NIRWAN

105721131020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT. HADJI KALLA TOYOTA CABANG
ALAUDDIN KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

NURUL HIKMAH NIRWAN

NIM: 105721131020

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memenuhi Gelar
Sarjana Manajmen Pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tidak ada kesulitan yang tidak ada ujungnya. Sesudah sulit pasti akan ada kebahagiaan. *“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”*

(QS. Al Insyirah Ayat 5-6)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- 1. Kedua orang tua saya yang telah memberikan kasih sayang, doa dan dukungan tak terbatas yang telah mengiringi langkah perjalanannya ini.**
- 2. Kedua dosen pembimbing saya terima kasih atas bimbingan, arahan, dan wawasan yang berharga yang telah membimbing saya.**
- 3. Teman-teman saya yang membagi momen-momen penuh tawa, dukungan moral, dan kerja sama yang membuat perjalanan ini lebih berwarna.**
- 4. Orang-orang yang saya sayang beserta almamaterku.**

“Semoga karya ini dapat menjadi kontribusi kecil yang bermanfaat bagi ilmu pengetahuan. Semua ini tak lepas dari rahmat dan petunjuk Allah SWT.”



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang
Alauddin Kota Makassar

Nama Mahasiswa : Nurul Hikmah Nirwan

NIM : 105721131020

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

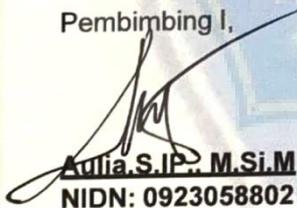
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia pengujiskripsi strata satu (S1) pada tanggal 11 Mei 2024, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar.

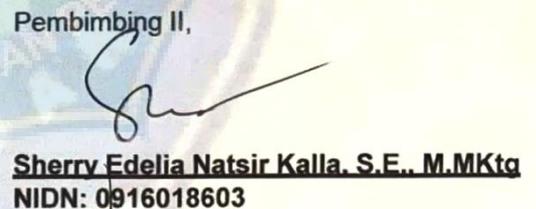
Makassar, 11 Mei 2024

Menyetujui,

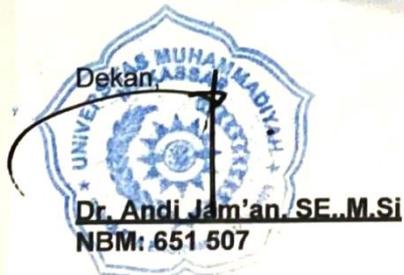
Pembimbing I,

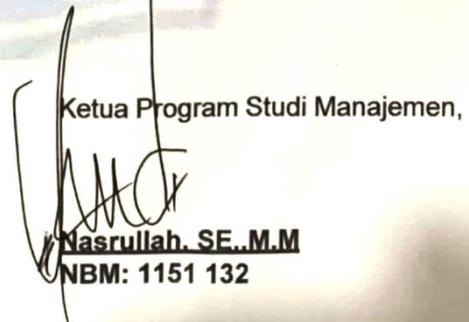

Aulia S.IP., M.Si.M
NIDN: 0923058802

Pembimbing II,


Sherry Edelia Natsir Kalla. S.E., M.MKtg
NIDN: 0916018603

Mengetahui,


Dekan
Dr. Andi Jam'an. SE., M.Si
NBM: 651 507


Ketua Program Studi Manajemen,
Nasrullah. SE., M.M
NBM: 1151 132



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

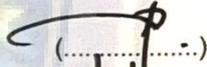
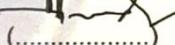
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Nurul Hikmah Nirwan, Nim :105721131020, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor 006/SK-Y/61201/091004/2024M, Tanggal 3 Dzulqaidah 1445 H/ 11 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

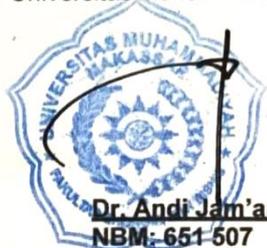
Makassar, 3 Dzulqaidah 1445 H
11 Mei 2024 M

PANITIA UJIAN

- | | | |
|------------------|---|--|
| 1. Pengawas Umum | : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar) |  |
| 2. Ketua | : Dr. Andi Jam'an, SE., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) |  |
| 3. Sekretaris | : Agusdiwana Suarni, SE., M. ACC
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) |  |
| 4. Penguji | : 1. Drs. H. Sultan Sarda, M.M
2. Asri Jaya. S.E., M.M
3. Dr. Muhammad Yusuf, S.Sos., M.M
4. Aulia, S. IP., M.Si.M | 


 |

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM: 651 507



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Hikmah Nirwan

Stambuk : 105721131020

Program Studi : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin
Kota Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 11 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Nurul Hikmah Nirwan
NIM: 105721131020

Diketahui Oleh,

Dekan,

Ketua Program Studi Manajemen,



Dr. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM: 651 507

Nasrullah, SE., M.M
NBM: 1151 132

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Hikmah Nirwan
NIM : 105721131020
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 11 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,




Nurul Hikmah Nirwan
NIM: 105721131020

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar”

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Alm, Nirwan dan Ibu Nurhayati. S yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta Erik Armawan S.T. dan Putri Anna Nirwan S,Pd. yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Aulia S,IP., M.Si.,M, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Sherry Edelia Natsir Kalla, S.E., M.Mktg, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak Dr. Agus Salim H R, SE., MM, selaku Penasehat Akademik (PA) penulis.
7. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
8. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Kepada Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Manajemen Angkatan 2020 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
10. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb



ABSTRAK

Nurul Hikmah Nirwan 2024, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Hadji Kalla. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Aulia dan Sherry Edelia Natsir Kalla.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: Menguji Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar yang berjumlah 1.400 konsumen dengan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yaitu sebanyak 93 responden. Di ketahui nilai signifikan dalam penelitian ini yaitu pengaruh kualitas layanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar $0,001 < 0,05$, dan nilai hitung $18,593 > \text{nilai table } 1,986$. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Skala Likert. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 29 mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *kualitas layanan, kepuasan konsumen*

ABSTRACT

Nurul Hikmah Nirwan 2024, The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction at PT Hadji Kalla. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Aulia dan Sherry Edelia Natsir Kalla

The research is aimed to describe: Testing the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Hadji Kalla Toyota Alauddin Branch, Makassar City. The population in this research is consumers at PT. Hadji Kalla Toyota Alauddin Branch, Makassar City, totaling 1,400 consumers, used the Slovin formula to determine the number of samples, namely 93 respondents. It is known that the significant value in this research is the influence of service quality (X) on consumer satisfaction (Y) of $0.001 < 0.05$, and the calculated value is $18,593 >$ table value $1,986$. The type of data used in this research is quantitative. obtained from questionnaires distributed to respondents. In this research, the data sources used in data collection include primary data and secondary data. The research instrument used in this research used the Likert Scale method. Based on the results of research using statistical calculations through the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 29 application regarding the influence of service quality on consumer satisfaction, it shows that service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction.

Key words: *service quality, consumer satisfaction*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR. ..	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Tinjauan Teori.....	5
B. Penelitian Terdahulu.....	10
C. Kerangka Pikir.....	15
D. Hipotesis.....	15

BAB III METODE PENELITIAN	16
A. Jenis Penelitian	16
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	16
C. Jenis dan Sumber Data	17
D. Populasi dan Sampel	17
E. Teknik Pengumpulan Data.....	18
F. Definisi Operasional Variabel	19
G. Metode Analisis Data	20
H. Uji Hipotesis	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
A. Gambaran Umum PT. Hadji Kalla Toyota Alauddin.....	25
B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)	29
C. Analisis Data dan Interpretasi (Pembahasan).....	35
BAB V PENUTUP	50
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	15
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	38
Gambar 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Skor Penilaian Kuesioner	20
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 4.4 Pedoman Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden	33
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi dan Jawaban Variabel Kualitas Layanan.....	33
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi dan Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen...34	
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.9 Uji Kolmogrov-Smirnov	39
Tabel 4.10 Uji Linieritas	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokolerasi.....	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
Tabel 4.14 Hasil Uji regresi Anova	45
Tabel 4.15 hasil Uji regresi Linear sederhana.....	46
Tabel 4.16 Hasil Koefisien determinasi	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 2. Tabulasi dan Hasil Penelitian	61
Lampiran 3. Karakteristik Responden dan Distribusi Frekuensi.....	66
Lampiran 4. Validitas dan Reabilitas	71
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linear Sederhana	73
Lampiran 6. Hasil Pengujian Hipotesis	76
Lampiran 7. Dokumentasi	77
Lampiran 8. Persuratan	78
Lampiran 9 Validasi Data dan Abstrak	82
Lampiran 10 Turniting	84



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pasar industri otomotif sangat di minati oleh para pengusaha dan sebagian besar para investor, dengan banyak munculnya merek mobil terbaru yang menandakan persaingan industri otomotif sedang berada di posisi terbaik. Dengan adanya persaingan ini akan membuat perusahaan otomotif lebih efektif dalam menjalankan strategi bisnisnya dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Agar sebuah kelangsungan bisnis dapat dijalankan dan juga bisa terus berkembang. Kualitas pelayanan adalah kegiatan atau tindakan yang dilaksanakan suatu perusahaan guna mewujudkan kepuasan konsumen.

Menurut (Ichsan & Nasution, 2022) kualitas pelayanan adalah kegiatan atau tindakan yang dilaksanakan suatu perusahaannya guna mewujudkan kepuasan konsumen. Perkembangan suatu perusahaan dapat di lihat dari banyaknya suatu barang yang perusahaan kelola dan juga dalam meningkatkan kualitas layanan.

Kualitas layanan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Kualitas layanan didefinisikan sebagai penilai konsumen tentang kehandalan dan pelayanan secara keseluruhan. mengatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Selain itu service quality didefinisikan sebagai faktor untuk menciptakan kesuksesan perusahaan. kasmir, (2017)

Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan penjualan mobil di antaranya PT. Hadji Kalla Toyota yang menyediakan berbagai merek mobil keluaran terbaru pada tahun 2023 diantaranya yaitu: Rush, Avansa, Calya, Raize, Fortuner Gr Sport dan lainnya.

Pada tahun 2023 Kalla Toyota berhasil meningkatkan penjualan produknya. Kalla Toyota mencatatkan penjualan mobil mencapai 10.500 unit di area pemasarannya yang meliputi Sulawesi Selatan, Sulawesi Barat, Sulawesi Tenggara, dan Sulawesi Tengah pada Semester I/2023 Angka tersebut tumbuh 5 persen dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Penjualan pada paruh pertama tahun ini didominasi oleh Rush sebesar 23 persen dari total penjualan keseluruhan. Kemudian Ada Calya sebesar 17 persen dan Avansa 15 persen. Marketing General Manager Kalla Toyota Suliadin mengatakan, berdasar capaian tersebut, Kalla Toyota telah menjual setidaknya 48 persen dari target mereka Sepanjang 2023 yang mencapai 22.000 unit. Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Hadji Kalla telah berhasil memberikan kepuasan terhadap konsumen atas produk-produk yang di tawarkan.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang di dapatkan dengan harapannya. Jika hasil melebihi harapan maka akan menciptakan rasa puas dan sebaliknya jika hasil tidak sesuai dengan harapan maka mereka akan merasa kecewa. (Kotler 2001 dalam Hasibuan 2021). Terwujudnya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat yaitu hubungan antara pelaku usaha dan konsumen menjadi harmonis serta dapat membangun loyalitas konsumen

sehingga menguntungkan bagi perusahaan. Ada beberapa faktor yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen salah satu di antaranya adalah kualitas layanan. Menurut Suradi et al., (2019) keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuannya dalam menunjukkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen.

Menurut Ningrat AT (2021) kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyampaian pengiriman untuk menyeimbangkan harapan konsumen. Bentuk pelayanan juga mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembangunan citra perusahaan dalam menghadirkan kepuasan dan kenyamanan kepada konsumen, baik kenyamanan konsumen dalam menikmati pengetahuan produk dan kenyamanan konsumen terhadap pelayanan setelah penjualan.

PT. Hadji Kalla Toyota memiliki beberapa cabang di Sulawesi Selatan salah satunya berada di Alauddin Kota Makassar. Menyadari pentingnya layanan jasa yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen, PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin selaku dealer resmi Toyota melakukan pendekatan penuh arti terhadap kepuasan konsumen agar total aset dapat selalu meningkat dan di pertahankan yang tidak hanya sekedar untuk memperoleh keuntungan yang maksimal namun juga menjaga nama baik perusahaan di mata konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas adapun rumusan masalah dari penelitian yang akan di lakukan yaitu:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas adapun tujuan penelitian yang akan dicapai peneliti yaitu:

1. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar.

B. Manfaat Penelitian

Hasil penelitan ini di harapkan dapat bermanfaat baik secara praktik maupun akademik. Manfaat penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan, pengalaman dan memperluas wawasan serta dapat mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota.
2. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menyusun strategi kualitas layanan yang lebih baik bagi perusaaan.
3. Bagi akademik, dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian mengenai tema yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan salah satu bidang ilmu manajemen yang sangat penting dalam dunia usaha karena manajemen pemasaran merupakan faktor terpenting bagi kelangsungan suatu usaha atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Adapun beberapa defenisi dari manajemen pemasaran yaitu sebagai berikut:

Manajemen pemasaran menurut Kotler, (2019) terdiri dari dua kata yaitu pemasaran dan manajemen. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (Planning), pengorganisasian (Organizing) penggerakan (Actuating) dan pengawasan.

Menurut Steven (2017) manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan realisasi, penetapan harga, promosi, dan distribusi barang, jasa dan ide untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan organisasi. Manajemen pemasaran adalah alat untuk menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program yang bertujuan untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan.

Menurut astuti, (2020) manajemen pemasaran dapat dipahami sebagai suatu kegiatan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang telah ditentukan, sedemikian rupa sehingga serangkaian program dapat direncanakan, dilaksanakan dan dikendalikan dalam suatu proses pertukaran yang saling menguntungkan untuk mencapai tujuan bersama.

Dari beberapa defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu proses kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk, jasa dan nilai dari satu orang ke orang lain.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah bagian dari strategi manajemen pemasaran. Kualitas pelayanan telah menjadi faktor dominan dalam keberhasilan suatu organisasi. Perkembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan ekonomi dan sosial budaya masyarakat. kualitas layanan merupakan hal penting yang harus dilakukan bisnis untuk bertahan dan terus mendapatkan kepercayaan pelanggan.

Menurut Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016) dalam kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap tingkat kesempurnaan kinerja pelayanan. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka

akan tercipta kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono (2012) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan (dalam Sumarsid & Paryanti 2022) juga menurut Mandre (2019) kualitas adalah menjaga janji pelayanan agar pihak yang di layani merasa puas dan diuntungkan.

Menurut Kotler (2019) kualitas layanan diartikan sebagai bentuk evaluasi konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima versus tingkat layanan yang diharapkan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Kepuasan yang tercipta dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan diharapkan menjadi pelanggan setia (dalam Zikri & Harahap 2022).

Menurut wijaya, (2018) kualitas pelayanan adalah mengukur sejauh mana pelayanan yang diberikan untuk memenuhi harapan konsumen (dalam Maharani 2019).

Dari beberapa definisi kualitas layanan di atas dapat disimpulkan yaitu, sebagai berikut:

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus di usahakan oleh setiap perusahaan jika ingin produknya dapat bersaing di pasar dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Dalam perkembangan saat ini, banyak konsumen yang semakin kritis sebelum dan sesudah membeli suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas berdasarkan harga yang dibayarnya, dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik.

Menurut Fandi Tjiptono dalam (Ardianto & Diva 2020) terdapat indikator-indikator kualitas layanan yaitu, sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (Tangible)

Bukti fisik yang terlihat oleh staf perusahaan melayani konsumen, dengan fasilitas yang memadai berupa stopkontak di setiap meja dan instagrammable bangunan rumah.

2. Keandalan (reability)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan maksimal agar tidak mengecewakan konsumen.

3. Daya Tanggap (responsivenees)

Daya tanggap membantu konsumen memberikan layanan tepat waktu seperti menerima keluhan konsumen.

4. Jaminan (assurance)

Suatu sikap karyawan yang sopan dapat menimbulkan rasa keyakinan dan kepercayaan untuk menangani setiap masalah atau pertanyaan pada pelanggan.

5. Empati (emphaty)

Sikap memberi perhatian kepada konsumen dan memahami kebutuhan konsumen.

3. Kepuasan Konsumen

Menurut kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang bersangkutan dengan kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas. jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas. jika kinerja

melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Kurniawan (2022) kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Selain itu, kepuasan konsumen dapat menjadi alat bersaing bagi suatu perusahaan dalam melawan pesaing. dan kepuasan pelanggan merupakan perbandingan apa yang diharapkan pelanggan dengan kenyataan yang diterimanya.

Menurut Kotler, (2019) (dalam Probolinggo 2020) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan puas seseorang yang timbul setelah membandingkan persepsi atau kesan seseorang tersebut terhadap kinerja atau hasil suatu produk agar dapat sesuai dengan harapannya.

Dari beberapa definisi kepuasan pelanggan di atas dapat disimpulkan yaitu, sebagai berikut:

Kepuasan konsumen adalah keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi oleh produk yang dikonsumsi. dan kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang akibat membandingkan apakah produk yang dibeli sesuai dengan harapannya atau tidak.

Indikator menurut Consuegra (dalam Syafiq 2019), dapat diukur kepuasan konsumen dapat melalui 3 dimensi, yaitu:

1. Sesuai dengan harapan yaitu pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Persepsi kinerja yaitu, khususnya hasil atau kinerja pelayanan yang diterima baik atau tidak.
3. Penilaian Pelanggan yaitu, mengevaluasi apakah keseluruhan

layanan yang diterima pelanggan lebih baik daripada jasa layanan lain yang ditawarkan.

B. Penelitian Terdahulu

Mapping penelitian terdahulu merupakan metode yang digunakan peneliti ketika melakukan tinjauan pustaka. Mapping penelitian terdahulu membantu peneliti memahami latar belakang dan sejarah penelitian pada bidang tertentu, mendukung gagasan dan konsep, serta menghindari pengulangan penelitian yang sudah ada. Dalam setiap kegiatan penelitian, diperlukan adanya tinjauan terhadap penelitian terdahulu yang sejenis sebagai bahan acuan atau referensi untuk memudahkan dalam membuat penelitian secara keseluruhan. Menurut Randi (2018: 15), penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan bagi peneliti selama melakukan penelitian, sehingga peneliti dapat memperkaya teori-teori yang digunakan dalam evaluasi penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu ini telah dilakukan di beberapa objek dan subjek yang berbeda. Di bawah ini disajikan mapping dari penelitian-penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1.	Maulana, (2007)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Agung Automall Harapan Raya	X1= Kualitas pelayanan Y= Kepuasan Pelanggan	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap

		Pekanbaru			kepuasan pelanggan yang berarti bahwa pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan dan harga.
2.	Ibrahim, (2023)	Efek Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Customer Toyota Avanza).	X1= Kualitas Layanan Y= Kepuasan Konsumen	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian mobil Toyota Avanza, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian mobil Toyota Avanza, harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian mobil Toyota Avanza.
3.	Riadi et al., (2021)	Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin)	X1= Kualitas Layanan Y= Kepuasan Konsumen	Regresi Linear Sederhana	hasil penelitian memberikan gambaran bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan dalam pembelian mobil Toyota pada PT. Hadji Kalla Cab. Alauddin Makassar.

4.	Jalaludin, (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten.	X1= Kualitas Layanan Y= Kepuasan Konsumen	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen akan lahir atau meningkat jika perusahaan memberikan pelayanan yang maksimal.
5.	Haris, (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	X1= Kualitas Layanan Y= Kepuasan Konsumen	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara bersama-sama memiliki pengaruh Signifikan terhadap kepuasan pelanggan
6.	Ichsan Nasution, (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa	X1= Kualitas Layanan Y= Kepuasan Konsumen	Regresi Linear Sederhana	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang paling dominan adalah usia < 25 tahun yang berjumlah 25 orang (30,86%), responden usia 36-50 tahun berjumlah 22 orang (27,16%), responden usia 26-35 tahun berjumlah 18

					orang (22,22%) dan responden usia yang paling sedikit adalah responden usia >50 tahun berjumlah 16 orang (19,75%).
7.	Suradi et al., (2020)		X1= Kualitas Layanan Y= Kepuasan Konsumen	Regresi Linear Sederhana	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tangible berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah empathy.
8.	Christono, (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	X1= Kualitas Layanan Y= Kepuasan Konsumen	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)
9.	Suriyanti et al., (2022)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Hadji Kalla Bidang Layanan	X1= Kualitas Layanan Y= Kepuasan Konsumen	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Seluruh dimensi- dimensi tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan

		Purna Jual			<p>pelanggan secara simultan dan paarsial, sedangkan koefisien korelasi 79,8% dan keofisien determinasi 63,7% yang berarti 63,7% variabel dimensi-dimensi mampu menjelaskan kepuasan pelanggan PT.Hadji Kalla Cabang Serui Makassar. (2) Variabel yang paling berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pelanggan pada PT. Hadji Kalla Cabang Serui Makassar adalah variabeempaty (empathy).</p>
10.	Pratama, (2020)	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Auto 2000 Hr. Muhammad</p>	<p>X1= Kualitas Layanan Y= Kepuasan Konsumen</p>	<p>Regresi Linear Sederhana</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p>

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah suatu model konseptual yang terdiri dari dua variabel atau lebih berdasarkan gabungan teori, observasi, fakta, dan tinjauan pustaka yang akan menjelaskan pengaruh antara masing-masing variabel yang diteliti. Rancangan penelitian untuk analisis regresi sederhana menunjukkan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y). Untuk mendekati dalam melakukan analisis dalam penelitian, maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara (dugaan) terhadap suatu masalah penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

H1 : Diduga kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2014), pengertian metode penelitian kuantitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada suatu fakta atau kejadian, digunakan untuk melakukan penelitian pada populasi atau pada sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Kurniawan 2019).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar, JL. Sultan Alauddin No. 76, Kec. Rappocini, Kab. Makassar, Prov. Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Adapaun waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama 2 bulan, yaitu 4 Januari – 4 Maret 2024 dengan rincian, yaitu:

- a. Bulan pertama, pengurusan izin penelitian serta membagikan kuesioner.
- b. Bulan kedua, melakukan analisis data dan interpretasi.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti. data primer dikumpulkan secara langsung dengan menyebarkan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada responden terpilih.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah seluruh sumber informasi yang dapat mendukung sumber data primer. sumber data sekunder bersifat umum dan masih relevan dengan fenomena yang diteliti sumber data sekunder penelitian ini adalah hasil eksperimen

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Margono (2019), populasi adalah kumpulan data yang menarik perhatian peneliti dalam kerangka dan jangka waktu yang telah ditentukan dan juga populasi terkait dengan data jika setiap orang memberikan data maka ukuran atau jumlah populasi akan sama dengan jumlah manusia (Riyadi 2019). Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen yang pernah membeli produk pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar. Berdasarkan data penjualan PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar pada tahun 2023 yang berjumlah 1.400 konsumen. Sehingga peneliti menetapkan populasi dalam penelitian ini sebesar 1.400 konsumen.

2. Sampel

Sampel menurut Neuman (2019) adalah sebagian responden dalam populasi yang telah dipilih peneliti dari suatu kelompok besar dan

akan digeneralisasikan pada populasi tersebut. Firmansyah, (2020). Rumus Slovin digunakan dalam metode pengambilan sampel untuk penyelidikan ini, dan rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Rumus Slovin

Sumber: Sugiyono (Sugiyono 2019:137)

Dari rumus tersebut dapat dibuat suatu perhitungan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{1400}{1 + 1400 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1400}{1 + 1400 (0,01)}$$

$$n = \frac{1400}{1 + 14}$$

$$n = \frac{1400}{15}$$

$$n = 93,333$$

$$n = 93$$

Dari perhitungan rumus diatas maka ditetapkan bahwa yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini sebesar 93.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Menurut sugiyono, (2019) kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan pengajuan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden. (Kurniawan 2021).

2. Observasi

Menurut Sugiyono, (2017) observasi adalah tehnik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik. Alat yang digunakan untuk mengobservasi berupa lembar pengamatan berbentuk ceklis.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono, (2017) dokumentasi adalah salah satu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan catatan dokumen. Dokumentasi catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

F. Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas Layanan (X)

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus di usahakan oleh setiap perusahaan jika ingin produknya dapat bersaing di pasar dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. dalam perkembangan saat ini, banyak konsumen yang semakin kritis sebelum dan sesudah membeli suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas berdasarkan harga yang dibayarnya, dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik.

Menurut Fandi Tjiptono (dalam Ardianto & Diva 2020) terdapat indikator-indikator kualitas layanan yaitu, sebagai berikut:

1. Tangible (Bukti fisik).
2. Keandalan (Reability).
3. Daya Tanggap (Responsivenees).
4. Jaminan (Assurance).
5. Empati (Emphaty).

2. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpuaskan oleh produk yang dikonsumsi. dan kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang akibat membandingkan apakah produk yang dibeli sesuai dengan harapannya atau tidak.

Indikator menurut Consuegra (dalam Syafiq 2019), dapat diukur kepuasan konsumen dapat melalui 3 dimensi, yaitu:

1. Sesuai dengan harapan.
2. Persepsi kinerja.
3. Penilaian pelanggan.

Tabel 3.1
Skor Penilaian Kuesioner

No.	Pilihan	Skor
1.	(SS) = Sangat Setuju	5
2.	(S) = Setuju	4
3.	(KS) = Kurang Setuju	3
4.	(TS) = Tidak Setuju	2
5.	(STS) = Sangat Tidak Setuju	1

G. Metode Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkattingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument, Ghazali (2009). Suatu

instrumen yang baik mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat kevaliditasannya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur/diinginkan. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika r hitung $>$ r tabel maka hasilnya adalah valid

b. Uji realibilitas

Menurut Widi R (2019), reliabilitas merupakan indikator seberapa handal atau dapat dipercaya suatu alat ukur. Oleh karena itu, uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi suatu alat ukur, apakah alat ukur tersebut tetap konsisten jika dilakukan pengukuran secara berulang-ulang suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2019), pengujian normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi noise atau variabel residual berdistribusi normal atau tidak seperti diketahui, uji t dan F mengasumsikan sisa mengikuti distribusi normal, variabel jika asumsi tersebut tidak terpenuhi, maka uji statistik tidak berlaku lagi untuk sampel kecil sebesar ada dua cara untuk mendeteksi apakah residu berdistribusi normal, yaitu dengan analisis grafis dan pengujian determinasi statistic. (Khairani 2021).

b. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. (Priyanto 2010).

c. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2016), uji multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen model regresi yang baik tidak akan mempunyai korelasi diantara variabel independennya jika variabel independen berkorelasi, maka variabel tersebut tidak orthogonal variabel ortogonal merupakan variabel bebas yang nilai korelasi antar variabel bebasnya adalah 0. (Khairani 2021)

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016), uji autokorelasi bertujuan untuk memeriksa apakah pada model regresi terdapat korelasi antara noise error periode t dengan error periode $t-1$ (sebelumnya) atau tidak jika terjadi korelasi, kita berbicara tentang autokorelasi untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model penelitian dapat diukur berdasarkan uji Durbin-Watson H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$), H_a : tidak ada autokorelasi ($r \neq 0$). (Khairani 2021).

e. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), pengujian Heterogeneity of Variance dimaksudkan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat ketimpangan mengenai variance dari residual satu observasi ke

observasi berikutnya atau tidak jika varians dari sisa pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain adalah konstan maka kita berbicara tentang homogenitas variasi dan jika bervariasi maka kita berbicara tentang heterogenitas. (Khairani 2021).

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana merupakan suatu pendekatan untuk memodelkan hubungan antara variabel terikat dan bebas dalam regresi, variabel independen menjelaskan variabel dependen dalam analisis regresi sederhana, hubungan antar variabel bersifat linier, dimana perubahan variabel X akan menyebabkan perubahan variabel Y secara konstan sedangkan pada hubungan non linier, Perubahan variabel tidak sebanding dengan variabel Y (Mahuda 2021).

H. Uji Hipotesis

Adapun pengujian hipotesis yang di ajukan, dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dimaksud untuk menguji signifikan pengaruh variabel bebas dan terikat secara parsial. dimana pengujian ini membandingkan antara probabilitas signifikan dengan alpha 0,05. Dari hasil pengujian ini bila probabilitas signifikan lebih kecil dari pada alpha 0,05 maka diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh X terhadap Y. Desi Permata Sari, (2020)

2. Uji Model (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2018) Uji model atau uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan (X) dan Kepuasan konsumen (Y)

PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar. Maka digunakan probability sebesar 5% ($=0,05$).

- a. Jika $\text{sig} > (0,05)$, maka H_0 diterima H_1 ditolak.
- b. Jika $\text{sig} > (0,05)$, maka H_0 diterima H_1 diterima.

3. Koefisien Determinan (R^2)

Uji Koefisien determinasi merupakan suatu besaran yang digunakan untuk mengetahui kontribusi dari keseluruhan variabel bebas (independen) dapat menerangkan variabel terikat (dependen), Syamsuddin (2023).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Hadji Kalla Toyota Alauddin

Awal berdirinya PT. Hadji Kalla bergerak di bidang perdagangan. Pada tahun 1952 Hadji Kalla Trading Company yang bergerak dibidang ekspor impor. Perusahaan PT. Hadji Kalla di Makassar didirikan pada tanggal 18 oktober 1952 berdasarkan akte pendirian No.31 dihadapan akta notaries Meester Jan Philippus deKorte. Pengesahan dilakukan lewat berita acara Endang perputaran waktu maka perusahaan ini telah berkembang hingga ke generasi berikutnya. Pada awalnya perusahaan ini hanya memiliki beberapa orang karyawan dan saat ini sdah mencapai ribuan jumlahnya. Berawal dari satu perusahaan kini telah menjadi Grup tangguh Grup Hadji Kalla, Insya Allah puluhan atau ratusan Tahun mendatang tetap berkembang bersama masyarakat. Yang mempunyai banyak cabang di antaranya yaitu cabang bagian Urip Sumoharjo, Perintis Kemerdekaan, Hertasning, dan Alauddin. PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin merupakan salah satu cabang tempat saya meneliti, yang sangat mudah di jangkau oleh konsumen karena berada di Jl. Raya tepatnya di JL. Sultan Alauddin No. 75 dan juga memiliki akses mudah untuk ke MCD Alauddin dan kampus Unismuh yaitu kampus saya sendiri.

Perusahaan PT. Hadji Kalla resmi berdiri di Makassar dengan modal pertama sebesar Rp 2.500.000 yang terpecah menjadi 2.500 lembar saham, yang masing masing bernilai Rp 1.000 Naskah pendirian tersebut kemudian diperbaiki dengan dengan akte No. 36 tanggal 16 Maret 1953 oleh notaris yang sama . sebagai pengesahan pemerintah Menteri Kehakiman RI

mengeluarkan surat No. Y.A/5/28/4 tertanggal 27 Maret 1953. Dengan kedua kelengkapan inilah PT. Hadji Kalla memulai aktivitasnya.

Berpengalaman lebih dari setengah abad dalam bisnis, membuat kami semakin matang dan percaya diri serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan pemerintah. bisnis kami adalah melayani dan membangun infrastruktur. Mulai bisnis mobil, transportasi darat, pelayanan, jalan raya, jembatan, Bandar udara, dan peralatannya, membuat alat – alat peralatan jalan, pelistrikan aspal serta agro industri.

Melalui pembangunan infrastruktur yang luas kami yakin, Indonesia akan berkembang dengan pesat. Kami berkembang di Indonesia bagian Timur, karenanya kami merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang paling mengenal wilayah ini. Dengan tetap mengharapakan Taufik dan Hidayah Allah SWT, serta bekerja secara professional, kami siap bekerjasama untuk membangun negeri tercinta.

Pasangan Hadji Kalla dan Jajja Athirah Kalla, mengawali usahanya di bidang perdagangan tekstil di kota Watampone dan Makassar melalui Nv Hadji Kalla Trading Comani yang didirikan pada Tanggal 18 Oktober 1952. Lewat kerja keras yang tidak kenal lelah, hadji Kalla berhasil mengembangkan usahanya dalam berbagai bidang yang kemudian disatukan dibawah bendera Grup Hadji Kalla.

Sejak tahun 1982, Grup Hadji Kalla dipimpin oleh Muhammad Yusuf Kalla. Untuk kawasan Indonesia Timur, Grup Hadji Kalla merupakan kelompok usaha yang paling menonjol. Kendali usaha dipusatkan di Makassar sedangkan operasionalnya meliputi seluruh wilayah Sulawesi dengan tiga bidang usaha utama : Otomotif, perdagangan dan konstruksi.

Grup hadji kalla juga mengerjakan proyek – proyek untuk kawasan Inonesia Timur, khususnya yang berkaitan dengan infrastruktur.

Melalui cabang yang terbesar di seluruh Sulawesi. PT. Hadji Kalla menerapkan standar Toyota dalam beroperasi meliputi penjualan, service dan penyediaan suku cadang atau yang lazim disebut 3S – sales, service, spare parts. Bidang usaha lainnya penyewaan mobil di beberapa wilayah Indonesia serta perdagangan umum impor maupun ekspor. Dengan adanya laju perkembangan yang pesat, maka pada tahun 1973 Hadji Kalla membuka kantor utama yang terletak di jalan Hos Cokroamnoto No. 27 makassar.

Produk utama yang diperdagangkan oleh PT. Hadji Kalla sampai saat ini adalah mobil merek Toyota dan merupakan penyalur tunggal untuk daerah pemasaran Sulawesi yang merupakan penyalur tunggal untuk daerah pemasaran Sulawesi yang merupakan salah satu dealer dari PT Toyota Astra motor yang berkedudukan di Jakarta.

Selanjutnya, Pada tahun 60-an perusahaan ini berkembang menjadi perusahaan perdagangan umum yang meliputi perdagangan ban mobil, sepeda dan alat-alat tenun. Perkembangan ini terus berjalan terus hingga pada tahun 1964, dimana perusahaan ini memulai perdagangan kendaraan bermotor bermerek Toyota astra. Sejalan dengan keberhasilan yang telah diraih, maka perusahaan itu telah memiliki berbagai anak bidang usaha, yaitu sebagai berikut:

1. Kontraktor.
2. Tahun 1973, didirikan PT. Bhakti Centre Baru Makassar, yang bergerak dalam bidang percetakan, penjilidan dan penjualan buku-buku.

3. Tahun 1875, didirikan PT. Ekspedisi Muatan Kapal Laut Hadji Kalla Raya yang bergerak dalam bidang ekspedisi muatan kapal laut.
4. Tahun 1977, didirikan PT. BUKAKA AGRO yang bergerak dalam usaha pengadaan makanan ternak, makanan ikan dan makanan udang.
5. Tahun 1980, didirikan PT. Bukaka Teknik Utama, memproduksi peralatan konstruksi dan konstruksi tehnik lainnya.
6. Tahun 1980, didirikan PT. Bumi Rama Nusantara Makassar, yang bergerak dalam bidang pemecahan batu.
7. Tahun 1985, didirikan PT. Makassar Raya Motor, yang bergerak dalam bidang penjualan mobil merek Daihatsu, Isuzu dan Nissan Truck.
8. Tahun 1988, didirikan PT. Bumi Sarana Utama, Khususnya menangani penyaluran dan penjualan aspal curah, yang kegiatan operasinya di kota Parepare dan Palu.
9. Tahun 1990, Didirikan PT. Bukaka Lintas Tama, yang bergerak dalam bidang jasa, penyeberangan, dengan mengoperasikan kapal peri untuk melayani arus penumpang kendaraan dari bajoe, bone dan kolaka.
10. Tahun 1990, didirikan PT. Bumi Sarana Indah yang bergerak dalam bisnis real estate, baik perumahan ruko, hotel, plasa dan sebagainya.
11. Tahun 1991, didirikan PT. Kalla Lines menangani pengoperasian kapal penumpang dan barang antar pulau.
12. Tahun 1996, didirikan PT. Kalla Electrical System, yang bergerak dalam bidang transformator.
13. PT. Baruga Asri Nusa Development, menjalankan usaha-usaha sebagai delevor untuk pembangunan perumahan, pusat pertokoan dan
14. perdagangan.

15. Selain itu PT. Hadji Kalla ini juga bergerak di dalam pengembangan pendidikan dan peningkatan sumberdaya manusia dengan mendirikan beberapa yayasan

B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

1. Analisis Deskriptif

a. Deskripsi Responden Penelitian

Karakteristik responden digunakan untuk menguraikan identitas responden yang menjadi sampel penelitian berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk ditujukan kepada subjek penelitian agar sumber informasi dalam penelitian ini dapat tertuju dengan tepat dan sesuai harapan. Penelitian ini mengambil 93 orang konsumen yang pernah membeli di perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memberikan penjelasan tentang Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar. Kemudian penulis membagi responden menjadi beberapa klasifikasi antara lain: jenis kelamin, usia, pekerjaan. Berikut adalah data-data yang diperoleh peneliti mengenai responden berdasarkan karakteristik yang telah diberikan.

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu penilaian yang dilakukan konsumen ketika memilih suatu produk, dan digunakan oleh perusahaan untuk memutuskan apakah akan menawarkan suatu produk kepada laki-

laki atau perempuan. Untuk mengetahui jenis kelamin responden Perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar.

Tabel 4.1
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	23	24,7%
2	Perempuan	70	75,3%
	Total	93	100%

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan responden terbanyak adalah responden Perempuan yang berjumlah 70 orang dengan persentase 75,3% dan Laki Laki hanya berjumlah 23 orang dengan persentase 24,7%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki.

2. Berdasarkan Usia

Usia bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan identitas responden berdasarkan usia atau umur yang dijadikan sampel penelitian. Oleh karena itu deskripsi profil responden berdasarkan usia dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.2
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Jumlah Responden	Pesentase
1	20-25 Tahun	77	82,8%
2	26-30 Tahun	8	8,6%
3	31-35 Tahun	1	1,1%
4	36-40 Tahun	7	7,5%
	Total	93	100%

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa identitas

responden berdasarkan usia berjumlah 93 orang. Responden yang berusia 20-25 tahun berjumlah 77 orang atau sebesar 82,8%, responden yang berusia 26-30 tahun berjumlah 8 orang atau sebesar 8,6%, responden yang berusia 31-35 tahun berjumlah 1 orang atau sebesar 1,1%, responden yang berusia 36-40 tahun berjumlah 7 orang atau sebesar 7,5%. Sehingga dapat dijelaskan bahwa mayoritas pengguna mobil pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar berusia 20-25 tahun.

3. Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi profil responden berdasarkan pekerjaan adalah menguraikan atau menggambarkan menurut pekerjaan. Oleh karena itu deskripsi profil responden berdasarkan pekerjaan dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3
Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
3	PNS	11	11,8%
4	Wiraswasta	19	20,4%
6	Pelajar/Mahasiswa	63	63,7%
	Total	93	100%

Berdasarkan tabel diatas ketahui bahwa identitas responden berdasarkan pekerjaan yang berjumlah 93 orang responden. Responden yang bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa berjumlah 63 orang dengan persentase (63,7%), responden yang bekerja sebagai PNS berjumlah 11 orang dengan persentase (11,8%) responden yang bekerja sebagai Wiraswasta berjumlah 19 orang dengan persentase (20,4).

Dari data tabel diatas menunjukkan bahwa identitas responden berdasarkan pekerjaan bermayoritas pelajar atau mahasiswa yang berjumlah 63 orang dengan persentase (63,7%). Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas peminat mobil pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin yaitu pelajar atau mahasiswa.

b. Deskripsi Variabel Penelitian

Cara menganalisis:

Pengelompokan Penilaian Responden:

Pengelompokan penilaian responden ini dimaksudkan untuk mengetahui masing-masing kuesioner tersebut, dengan melihat rata-ratanya, dinilai oleh responden dengan kriteria sangat tinggi/sangat baik, tinggi/baik, cukup/sedang, rendah/buruk, atau sangat rendah/sangat buruk. Cara yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- Angka jawaban responden dimulai dari angka 1 sampai 5, sehingga kategorisasi jawaban menggunakan ketentuan rentang $(r) = 5,00 - 1,00$ (skor rata-rata tertinggi dikurangi skor rata-rata terendah) = 4.
- Jika akan menggunakan kriteria 5 kotak (Five Box Method) atau
- $(k) = 5$, dan didapatkan panjang kelas (interval kelas) = $(p) = r/k = 0,8$.
- Rentang tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan kategorisasi rata-rata penilaian responden terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Pedoman Kategorisasi Rata-rata Skor Penilaian Responden

Rata-rata Skor	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Rendah/Sangat Buruk
1,81 – 2,60	Rendah/Buruk
2,61 – 3,40	Cukup/Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi/Baik
4,21 - 5,00	Sangat Tinggi/Sangat Baik

Sumber: Ferdinand, 2014

Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel kualitas layanan dan kepuasan konsumen dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Frekuensi Jawaban Responden Kualitas Layanan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dengan jumlah responden sebesar 93 responden melalui kuesioner, maka diperoleh data mengenai kualitas layanan pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi dan Jawaban Variabel Kualitas Layanan (X1)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Mean
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	1	1,1%	1	1,1%	7	7,5%	54	58,1%	30	32,3%	4,19
X1.2	1	1,1%	1	1,1%	7	5	56	60,2%	30	32,3%	4,22
X1.3	1	1,1%	0	0%	15	16,1%	44	47,3%	33	35,5%	4,16
X1.4	1	1,1%	4	4,3%	15	16,1%	47	50,5%	26	28%	4,00
X1.5	2	2,2%	1	1,1%	14	15,1%	47	50,5%	29	31,2%	4,08
X1.6	1	1,1%	1	1,1%	18	19,4%	49	52,7%	24	25,8%	4,01
X1.7	1	1,1%	3	3,2%	12	12,9%	52	55,9%	25	26,9%	4,04

X1.8	1	1,1%	1	1,1%	9	9,7%	53	57,0%	29	31,2%	4,16
X1.9	1	1,1%	3	3,2%	11	11,8%	47	50,5%	31	33,3%	4,12
X1.10	1	1,1%	3	3,2%	10	10,8%	52	55,9%	27	29%	4,09
X1											
Rata-rata Variabel											4,10

Lampiran 3

Berdasarkan tabel diatas tentang jawaban mengenai variabel kualitas layanan dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel harga adalah sebesar 4,10. Indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu X1.2 adalah sebesar 4,22 dan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu X1.6 adalah sebesar 4,01

2. Frekuensi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, maka diperoleh data mengenai kualitas pelayanan sebagai berikut:

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi dan Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen(Y)

Indikator	Skor Jawaban Responden								Mean	
		2		3		4		5		
	%	F	%	F	%	F	%	F		
Y1.1	1,1%	2	2,2%	16	17,2%	49	52,7%	25	4,02	
Y1.2	1,1%	2	2,2	11	11,8%	53	57%	26	4,09	
Y1.3	2,25	3	3,2%	13	14%	48	51,6%	27	4,02	
Y1.4	1,1%	3	3,2%	11	11,8%	48	51,6%	30	4,11	
X1										
Rata-rata Variabel										4,06

Lampiran 3

Berdasarkan tabel diatas tentang jawaban mengenai kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel kualitas produk

adalah sebesar 4,06. Indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu indikator Y1,4 dengan angka sebesar 4,11 sedangkan yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu indikator X.1.1 sebesar 4,02. Dan indikator yang memiliki nilai yang sama yaitu Y1.3 sebesar 4,02.

C. Analisis Data dan Interpretasi (Pembahasan)

1. Analisis Data

a. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Untuk menjawab masalah penelitian, analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 29. Hasil analisis data yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan setelah menghasilkan data jawaban responden yang dihasilkan dari kuesioner yang telah disebarkan. Penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu SPSS 29 dengan menggunakan Corrected item Total Correlation besar dari r tabel. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat digunakan koefisien korelasi yang nilai signifikannya 5% atau 0,05 yang menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut sudah sah/valid sebagai pembentuk indikator. Pada penelitian ini terdapat 93 responden yang telah mengisi kuesioner.

Berdasarkan jumlah responden, diketahui bahwa r-tabel untuk uji validitas sebesar 0,2028 yang di diperoleh dari $df = (N-2)$ $df = (93-2-1) = 1.986$. adapun Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	Nilai r – hitung	Nilai r - tabel 5% (92)	Sig.	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0,643	0.203	0.001	Valid
	X1.2	0,826	0.203	0.001	Valid
	X1.3	0,762	0.203	0.001	Valid
	X1.4	0,855	0.203	0.001	Valid
	X1.5	0,772	0.203	0.001	Valid
	X1.6	0,852	0.203	0.001	Valid
	X1.7	0,793	0.203	0.001	Valid
	X1.8	0,741	0.203	0.001	Valid
	X1.9	0,848	0.203	0.001	Valid
	X1.10	0,883	0.203	0.001	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,858	0.203	0.001	Valid
	Y.2	0,867	0.203	0.001	Valid
	Y.3	0,869	0.203	0.001	Valid
	Y.4	0,884	0.203	0.001	Valid

Lampiran 4

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan terdapat 1 variabel independen dan 1 variabel dependen yang menjadi bahan penelitian. Dari variabel yang diteliti tersebut memiliki beberapa item pernyataan. Hasil dari masing-masing item pernyataan pada setiap variabel, baik independen maupun dependen didapatkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel maka datanya yang didapat di lapangan dapat dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan analisis

reliabilitas croanbanch alpha dengan tujuan untuk mengetahui apakah jawaban responden reliabel atau tidak. Dengan menggunakan metode ini, suatu produk dianggap dapat dipercaya jika kredibilitas atau alphanya sebesar 0,60. Teknik ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrument penelitian reliabel atau tidak.

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Reabilitas	Items	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,937	0.60	10	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,892	0.60	4	Reliabel

Lampiran 4

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien reliabilitas untuk variabel kualitas layanan sebesar 0,937, dan variabel kepuasan konsumen sebesar 0,892 yang menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena koefisien reliabel $> 0,60$.

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah data yang digunakan menyimpang dari asumsi klasik atau tidak. Dalam pengujian asumsi ini digunakan 4 uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Hasil dari 4 uji yang digunakan adalah:

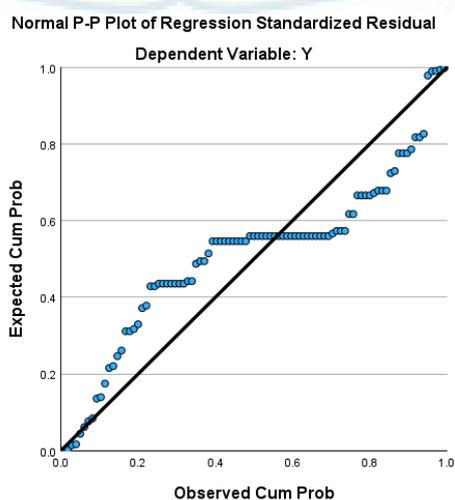
1. Hasil Uji Normalitas

a. Uji Probabilitas Plot

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Hasil uji normal probabilitas plot dapat dilihat pada gambar berikut:

Pada hasil uji normal probability plot, dapat diperhatikan titik-titik dan garis diagonal. Jika titik-titik mengikuti garis diagonal dari titik 0 dan tidak melebar terlalu jauh, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Akan tetapi jika titik-titik melebar terlalu jauh dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan data tidak berdistribusi normal. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



b. Uji Kolmogorov Smirnov

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai Asymp. Sig. pada uji One-Sample Kolmogorov- Smirnov Test. Pada uji ini, data dikatakan berdistribusi tidak normal jika $p < 0,05$ dan data dikatakan berdistribusi normal jika $p > 0,05$. Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 4.9

Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28655684
Most Extreme Differences	Absolute	.203
	Positive	.170
	Negative	-.203
Kolmogorov-Smirnov Z		1.953
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 5

Berdasarkan table di diatas, hasil uji One-Sample Kolmogorov Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig sebesar $0,001 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data

telah memenuhi ketentuan taraf signifikansi $> 0,05$ maka dari itu dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Linearitas

Perhitungan uji linieritas dengan menggunakan analisis statistic yang terdapat dalam program SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.10

Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			611.170	20	30.559	18.39	.000
Kepuasan Konsumen * Kualitas Layanan	Between Groups	Linearity	578.515	1	578.515	348.195	.000
		Deviation from Linearity	32.655	19	1.719	1.034	.435
	Within Groups		119.626	72	1.661		
Total			730.796	92			

Lampiran 6

Tabel di atas dapat dilihat perolehan nilai dengan dua cara yaitu:

- 1). diketahui bahwa nilai Sig. deviation from linearity sebesar $0,435 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara kualitas layanan (X) dengan kepuasan konsumen (Y).
- 2). Berdasarkan nilai F dari output diperoleh nilai $F_{hitung}=1,034$ sedangkan $F_{tabel}= 3,10$. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, H_0 dengan nilai $1,034 < 3,10$

dapat dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan (X) dengan variable kepuasan konsumen (Y).

3. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui adanya multikolinearitas dalam model regresi pada penelitian ini dapat dilihat dari nilai Tolerance atau nilai Variance Inflation Factor (VIF).

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a				Collinearity Tolerance	Statistics VIF
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	-370	.909		.409	.683	
	X	.404	.022	.890	.18.593	<.001	1.000

a. Dependent Variable: Y
Lampiran 5

Berdasarkan Tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai VIF kualitas Layanan (X) adalah $1,000 < 10$ dan nilai tolerance value $1,000 > 0,1$ maka data tersebut dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

4. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam suatu metode linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada metode t dengan periode t-1. Untuk melihat

terjadinya autokorelasi atau tidak dalam model regresi pada penelitian ini adalah dengan melihat nilai statistik Durbin Waston (DW). Dikatakan tidak ada autokorelasi yaitu jika $(du < dw < 4 - du)$.

Pengambilan keputusan dilakukan dengan cara membandingkan nilai DW dengan D_u dan d_L pada tabel. Adapun pengujian hasil autokorelasi adalah sebagai berikut

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 4.12

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.890 ^a	.792	.789	1.294	2.093

a. Predictors: (Constant), X_1

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 5

Berdasarkan tabel di atas, nilai DW dapat diketahui sebesar 2,093 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, dengan jumlah sampel 93 (n) dan jumlah variabel independen 1 ($k = 1$), maka diperoleh nilai (d_u) sebesar 1,7078, dan nilai (d_w) sebesar 2,093 lebih besar dari batas atas (d_u) yaitu 1,7078 dan kurang dari $(4 - d_u)$ atau $4 - 1,7078 = 2,2922$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dimana diperoleh $(d_u < d_w < 4 - d_u)$ atau $(1,7078 < 2,093 < 2,2922)$.

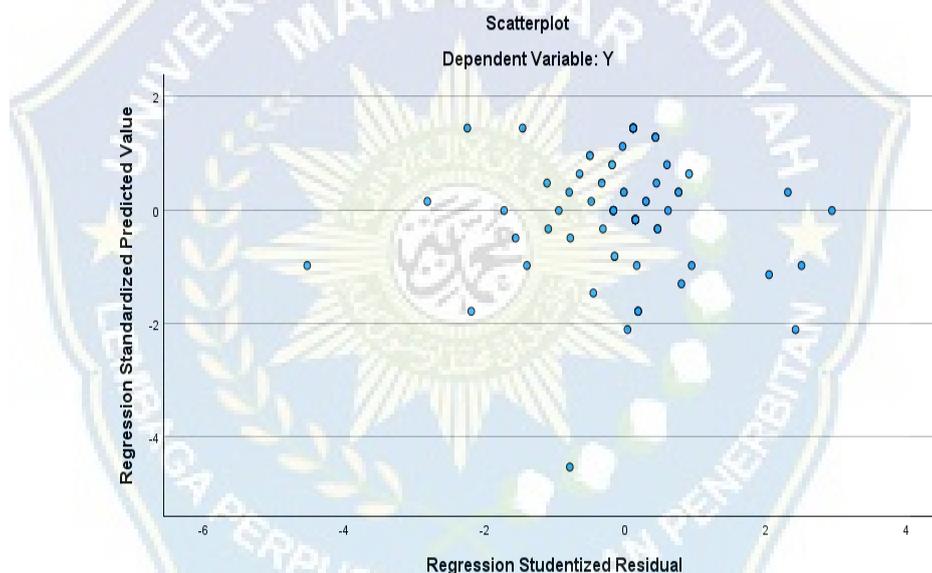
5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada

tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada pola gambar Scatter-plot, regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik yang dihasilkan membentuk pola, ini merupakan adanya gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya jika terbentuk polamenyebar atau tidak beraturan diatas atau dibawah angka 0 (nol) maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas.

Gambar 4.2

a. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 5

Berdasarkan perhitungan uji heteroskedastisitas pada gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dari kriteria tersebut dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam analisis grafik plots memiliki kelemahan yang cukup signifikan. Oleh karena itu diperlukan uji statistik yang lebih dapat menjamin keakuratan hasil. Uji statistik yang digunakan adalah dengan Uji Glejser melalui regresi nilai absolute residual dengan variabel independennya. Nilai sig dibandingkan dengan 0.05. hasil statistik dapat dilihat di tab berikut.

Tabel 4.13

Hasil Uji Heteroskedastisitas - Hasil Uji Glesjer

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.370	.903		-.409	.683
	X	.404	.022	.890	18.593	.000

a. Dependent Variable: Y

Perhatikan tabel coefficient.

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk model regresi yakni pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan kkonsumen terjadi masalah heterokedastisitas dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan perhitungan uji heterokedastisitas gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acakserta serta titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dari kriteria tersebut dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Alat yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi berganda. Analisis ini mengukur kekuatan hubungan antara variabel independen dengan dependen, serta menunjukkan arah hubungan antara variabel-variabel tersebut. Analisis ini akan membentuk persamaan yang dapat dijelaskan, didapatkan hasil di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2800.456	1	2800.456	345.708	.000 ^b
	Residual	737.157	91	8.101		
	Total	3537.613	92			

a. Dependent Variable: Kualitas Layanan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh nilai Fhitung = 345.708. Sedangkan Ftabel = 3,20 dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05. Adapun kriteria Ho ditolak jika Fhitung > Ftabel dengan $\alpha = 0,05$ (5%) dengan nilai 74,085 > 4,20. Maka, hasil uji regresi sederhana ini dapat diartikan bahwa Ha yang menyatakan kualitas layanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dan konsekuensi Ho ditolak.

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

		Coefficients ^a					Collinearity Tolerance	Statistics VIF
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-370	.909		.409	.683		
	X	.404	.022	.890	.18.593	<.001	1.000	

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 5

Berdasarkan Tabel diatas, menunjukkan hasil yang diperoleh nilai constant (a) sebesar 0,903, sedangkan nilai pembiayaan modal kerja (b/koeffisien regresi) sebesar 0,022. Dari hasil tersebut dapat dimasukkan dalam persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 0,903 + 0,022X$$

Hasil persamaan diatas dapat diterjemahkan konstanta sebesar 0,903 yang mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel kualitas layanan sebesar 0,903 koefisien regresi X sebesar 0,022 yang menyatakan bahwa penambahan 1% nilai kualitas layanan maka kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0,022. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh kualitas layanan (variabel X) kepuasan konsumen (variabel Y) adalah positif. Dan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel diatas sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

d. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel independen yaitu keragaman produk dan kualitas pelayanan secara individual terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Untuk menentukan nilai t tabel, maka ditentukan dengan tingkat signifikansi 5%. Dalam penelitian ini jumlah responden berjumlah 93 orang maka diperoleh $df = (93-2-1) = 1.986$. Jika nilai signifikansinya $< 0,05$ dan thitung lebih besar dari ttabel maka dapat dikatakan variabel independen secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan pada tabel 4.13, maka pengaruhnya dapat diketahui sebagai berikut:

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh kualitas layanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai hitung $18,593 > \text{tabel } 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 diterima.

b. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil uji determinasi (R^2) dapat dilihat pada gambar berikut :

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Table 4.16

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.792	.1.294	.2.093

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 6

Berdasarkan table di atas, besarnya koefisien determinasi atau Adjusted R Square adalah 0,792 hal tersebut berarti model menggambarkan fakta sebesar 79,2%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan (X) memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 79,2%. Sedangkan sisanya sebesar $100\% - 79,2\% = 20,8\%$ merupakan keterbatasan alat ukur serta error peneliti dalam mengungkap fakta.

2. Interpretasi (Pembahasan)

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan maka pembahasan penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar

Berdasarkan hasil pengujian dan pengolahan data semua pernyataan yang ada pada kuesioner menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang telah dilakukan. Hal ini terbukti dengan hasil uji regresi linear berganda pada gambar yang menunjukkan nilai koefisien kualitas layanan bersifat positif sebesar 0,903. Variabel

bersifat positif memiliki arti jika variabel kualitas layanan naik, maka variabel kepuasan konsumen juga akan semakin naik. Kualitas layanan juga telah terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dari table kualitas layanan memiliki nilai uji t *sig.* sebesar 0,001, nilai *thitung* sebesar 18,593 dan *ttabel* sebesar 1,986.

Hasil uji yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (jalaluddin.J.2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen akan lahir atau meningkat jika perusahaan memberikan pelayanan yang maksimal.

Berdasarkan hasil pengujian dan penelitian sebelumnya dapat dijelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan karena kualitas produk pada PT. Hadji Kalla Toyota menarik konsumen karena menawarkan merk dan kualitas yang sangat bagus. Konsumen PT. Hadji Kalla Toyota mempunyai penilaian bahwa produk yang ada pada PT. Hadji Kalla Toyota memiliki berbagai jenis produk, merk, fungsi serta kualitas yang modern hal tersebut membuat konsumen merasa puas terhadap PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin sehingga harapan konsumen terpenuhi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar. Artinya semakin baik kualitas layanan maka kepuasan konsumen akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar.
2. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel kualitas layanan diperoleh hipotesis H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar.
3. Berdasarkan koefisien determinasi R-Square yang diperoleh variabel kualitas layanan (X) mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen (Y) atau secara praktis dapat dikatakan bahwa kontribusi pemberian variabel kualitas layanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan diatas, peneliti menyampaikan pesan yang kiranya dapat bermanfaat kepada pihak-pihak terkait. Adapun saran yang harus disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pemilik perusahaan disarankan untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar untuk tetap menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Disarankan kepada konsumen agar lebih memperhatikan kritik dan saran terhadap kualitas pelayanan PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan untuk meningkatkan kepuasan yang diberikan kepada konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, serta sebagai referensi bagi peneliti yang berniat untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang. Selain itu, peneliti lain diharapkan dapat menambahkan variabel pendukung lainnya selain kualitas layanan agar informasi yang diperoleh lebih lengkap dan memenuhi kepuasan bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*.
- Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Economics And Business Ubs*, 8(1), 1–17.
- Desi Permata Sari. (2020). *Pengaruh Pengembangan Karir, Self Efficacy, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Haris, A. (2020). Economics And Digital Business Review Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Volume 4 Issue 2 (2023) Pages 334 - 348 *Economics And Digital Business Review* Issn : 2774-2563 (Online), 1(2), 159–176.
- Ibrahim, D. (2023). Efek Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Customer Toyota Avanza). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 209–219.
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal Of Education, Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, 4(3), 1281–1288
- Jalaludin, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 40–48.
- Janna & Herianto. (2021). *'Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS*.

- Kotler, K. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo.
- kasmir. (2017). *Layanan Pelanggan Unggul*. PT Raja Grafindo Persada:
- kurniawan. (2021). *engaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*.
- Juliandi, A., & Irfan, I. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Maulana, A. S. (2007). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt . Toi*.
- M. Yunus. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN Persero*. *Jurnal Administrasi bisnis (JAB)* Vol.51 No. 2 Oktober, 3
- Pandjaitan & Yulianti. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung*. *Development Research Of Management*.
- Pratama, D. Y. Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Auto 2000 Hr*. Muhammad. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(3), 1–21.
- Panjaitan, J. E., & Yuliaty, A. L. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.
- Putri. (2020). *Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Cosumer Pengguna BNI Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening*.
- Ratnasari. (2016). *Pengaruh Kualtas Layana Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta, M. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi Dan*

- Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Alauddin). *Journal Of Management Science (Jms)*, 2(1), 41–60. <https://doi.org/10.52103/Jms.V2i1.320>
- Suradi, S., Andrie, A., & Fadel Ahmad, M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembelian Mobil Toyota Avanza Di PT. Kalla Toyota Cabang Cokroaminoto. *Iltek : Jurnal Teknologi*, 14(2), 2073– 2077.
- Suriyanti, S., Adiwijaya, A., Irma, I., & Indriani, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Hadji Kalla Bidang Layanan Purna Jual. *Yume: Journal Of Management*, 5(3), 239–247.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Edisi Pertama. Alfabeta, Bandung.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian**KUESIONER PENELITIAN**

Assalamualaikum Wr Wb

Kepada YTH: Bapak/Ibu/Sdr/i

Konsumen PT. Hadji Kalla Toyota Alauddin

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya **Nurul Hikmah Nirwan**, Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Pada kesempatan ini mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk meluangkan waktunya guna mengisi daftar pernyataan ini dengan sesungguhnya tanpa beban apapun, sehingga dapat membantu melengkapi data yang sangat saya butuhkan. Adapun pernyataan ini saya buat dalam rangka penelitian tugas akhir (Skripsi) dengan judul "**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar**". Jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr/i berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, atas kesediaan dan bantuannya saya ucapkanterimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Nurul Hikmah Nirwan
NIM : 105721131020

III. DAFTAR PERTANYAAN

1. Kualitas Layanan (X)

NO.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota memiliki perlengkapan/fasilitas yang modern.					
2.	Perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota menjunjung tinggi sifat kejujuran para karyawan sehingga konsumen percaya					
3.	Karyawan mengerti dan memahami tentang kebutuhan konsumen perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota					
4.	Ketanggapan karyawan terhadap permasalahan konsumen pada perusahaan PT. Hadji					

	Kalla Toyota					
5.	Perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota memberikan informasi kepada konsumen mengenai realisasi janji dari perusahaan					
6.	Perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota mendapatkan penilaian baik kepada konsumen					
7.	Perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota memberikan kenyamanan kepada konsumen					
8.	Perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota selalu siap membantu konsumen jika mengalami kesulitan					
9.	Perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota menjunjung tinggi					

	sifat kejujuran para karyawan sehingga konsumen percaya					
10.	Ketanggapan karyawan terhadap permasalahan pada perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota					

2. Kepuasan Konsumen (Y)

NO.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Jasa pada perusahaan PT. Hadji Kalla Toyota sesuai dengan yang konsumen harapkan					
2.	Karyawan perusahaan pada PT. Hadji Kalla Toyota memiliki kinerja yang sangat baik					
3.	Perusahaan					

23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
26	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	39
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	47
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
34	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	36
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	35
39	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
40	4	4	3	3	3	2	3	4	2	2	30
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	4	5	3	4	4	3	4	5	3	4	39
43	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	35
44	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	46
45	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	35
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
48	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	36
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	5	4	4	5	2	5	4	4	41
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
53	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
54	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	1	2	3	2	5	4	4	1	3	3	28
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	3	4	5	2	4	3	4	4	2	2	33
59	5	4	5	2	1	3	2	2	2	2	28
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	43
62	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	42
63	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40
64	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	41
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
68	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	46

69	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	43
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
73	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
78	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	35
79	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
80	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
81	4	5	4	3	3	5	3	5	4	5	41
82	5	4	3	3	2	3	2	5	3	4	34
83	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	43
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
85	5	4	5	5	3	5	4	4	3	4	42
86	3	5	5	4	5	4	5	3	4	4	42
87	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	43
88	4	4	3	3	4	4	4	4	5	3	38
89	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
92	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	35
93	5	5	3	3	3	3	4	5	5	5	41

NO.	VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN				JUMLAH
	Y1	Y2	Y3	Y4	
1	4	4	3	4	15
2	5	4	5	3	17
3	5	5	4	5	19
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
6	4	4	4	4	16
7	5	5	5	5	20
8	5	5	5	5	20
9	4	4	5	4	17
10	4	4	5	5	18
11	5	4	4	5	18
12	5	4	3	4	16
13	5	5	5	5	20
14	5	5	4	5	19

15	5	5	5	5	20
16	4	4	4	5	17
17	5	5	4	4	18
18	4	4	4	4	16
19	1	1	1	1	4
20	4	4	4	5	17
21	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	5	5	5	5	20
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	5	5	4	18
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	3	3	4	4	14
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	5	5	5	5	20
38	2	2	2	2	8
39	5	4	5	5	19
40	3	3	1	2	9
41	5	5	5	5	20
42	3	4	4	3	14
43	3	4	5	5	17
44	5	4	4	5	18
45	4	4	3	3	14
46	5	5	5	5	20
47	3	4	2	3	12
48	4	3	3	4	14
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	4	4	3	4	15
52	4	4	4	4	16
53	3	4	3	4	14
54	4	5	4	5	18
55	4	4	4	4	16
56	2	2	4	3	11

57	4	4	4	4	16
58	3	4	3	4	14
59	3	3	4	4	14
60	4	4	4	4	16
61	4	4	5	4	17
62	4	5	4	4	17
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16
66	5	5	5	5	20
67	4	4	4	4	16
68	4	5	5	5	19
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	16
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	4	5	4	5	18
75	5	5	5	5	20
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	4	16
78	3	4	4	4	15
79	4	4	4	4	16
80	4	4	5	4	17
81	3	3	3	5	14
82	5	3	5	3	16
83	3	5	5	5	18
84	4	4	4	5	17
85	4	5	2	2	13
86	3	5	4	4	16
87	5	4	5	4	18
88	4	3	3	3	13
89	3	3	3	3	12
90	4	4	4	4	16
91	3	3	3	3	12
92	3	3	3	3	12
93	5	5	5	5	20

Lampiran 3. Karakteristik responden dan Distribusi Frekuensi

1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	23	24,7%
2	Perempuan	70	75,3%
	Total	93	100%

Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	20-25 Tahun	77	82,8%
2	26-30 Tahun	8	8,6%
3	31-35 Tahun	1	1,1%
4	36-40 Tahun	7	7,5%
	Total	93	100%

Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
3	PNS	11	11,8%
4	Wiraswasta	19	20,4%
6	Pelajar/Mahasiswa	63	63,7%
	Total	93	100%

2. Disitribusi Frekuensi

a. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan (X)

		Statistics									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
N	Valid	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.19	4.22	4.16	4	4.08	4.01	4.04	4.16	4.12	4.09

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	1	1.1	1.1	2.2
	3	7	7.5	7.5	9.7
	4	54	58.1	58.1	67.7
	5	30	32.3	32.3	100
	Total	93	100	100	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	1	1.1	1.1	2.2
	3	5	5.4	5.4	7.5
	4	56	60.2	60.2	67.7
	5	30	32.3	32.3	100
	Total	93	100	100	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	3	15	16.1	16.1	17.2
	4	44	47.3	47.3	64.5
	5	33	35.5	35.5	100
	Total	93	100	100	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	4	4.3	4.3	5.4
	3	15	16.1	16.1	21.5
	4	47	50.5	50.5	72
	5	26	28	28	100
	Total	93	100	100	

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.2	2.2	2.2
	2	1	1.1	1.1	3.2
	3	14	15.1	15.1	18.3
	4	47	50.5	50.5	68.8
	5	29	31.2	31.2	100
	Total	93	100	100	

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	1	1.1	1.1	2.2
	3	18	19.4	19.4	21.5
	4	49	52.7	52.7	74.2
	5	24	25.8	25.8	100
	Total	93	100	100	

X1.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	3	3.2	3.2	4.3
	3	12	12.9	12.9	17.2
	4	52	55.9	55.9	73.1
	5	25	26.9	26.9	100
	Total	93	100	100	

X1.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	1	1.1	1.1	2.2
	3	9	9.7	9.7	11.8
	4	53	57	57	68.8
	5	29	31.2	31.2	100
	Total	93	100	100	

X1.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	3	3.2	3.2	4.3
	3	11	11.8	11.8	16.1
	4	47	50.5	50.5	66.7
	5	31	33.3	33.3	100
	Total	93	100	100	

X1.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	3	3.2	3.2	4.3
	3	10	10.8	10.8	15.1
	4	52	55.9	55.9	71
	5	27	29	29	100
	Total	93	100	100	

b. distribusi frekuensi variabel kepuasan konsumen (Y)

Statistics

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTALY1
N	Valid	93	93	93	93	93
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.02	4.09	4.02	4.11	16.24
Std. Error of Mean		0.082	0.079	0.09	0.084	0.292

Y1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	2	2.2	2.2	3.2
	3	16	17.2	17.2	20.4
	4	49	52.7	52.7	73.1

	5	25	26.9	26.9	100
	Total	93	100	100	

Y1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	2	2.2	2.2	3.2
	3	11	11.8	11.8	15.1
	4	53	57	57	72
	5	26	28	28	100
	Total	93	100	100	

Y1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.2	2.2	2.2
	2	3	3.2	3.2	5.4
	3	13	14	14	19.4
	4	48	51.6	51.6	71
	5	27	29	29	100
	Total	93	100	100	

Y1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	3	3.2	3.2	4.3
	3	11	11.8	11.8	16.1
	4	48	51.6	51.6	67.7
	5	30	32.3	32.3	100
	Total	93	100	100	

Lampiran 4. Validitas dan reabilitas

a. Kualitas Layanan (X)

Correlations		
		X1
X1	Pearson Correlation	.643**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
X2	Pearson Correlation	.826**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
X3	Pearson Correlation	.762**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
X4	Pearson Correlation	.855**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
X5	Pearson Correlation	.772**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
X6	Pearson Correlation	.852**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
X7	Pearson Correlation	.793**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
X8	Pearson Correlation	.741**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
X9	Pearson Correlation	.848**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
X10	Pearson Correlation	.883**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
X1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	93

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.937	10

b. Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations		
		Y
Y1	Pearson Correlation	.858**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
Y2	Pearson Correlation	.867**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
Y3	Pearson Correlation	.869**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
Y4	Pearson Correlation	.884**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	93
Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	93

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

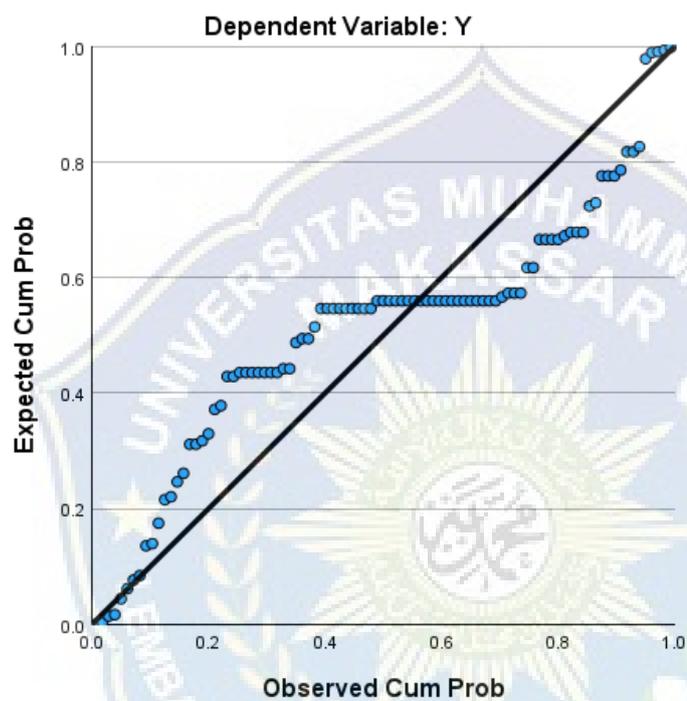
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.892	4

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linear Sederhana

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28655684
Most Extreme Differences	Absolute	.203
	Positive	.170
	Negative	-.203
Kolmogorov-Smirnov Z		1.953
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Linearitas

Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			611.170	20	30.559	18.392	.000
Kepuasan Konsumen * Kualitas Layanan	Between Groups	Linearity	578.515	1	578.515	348.195	.000
		Deviation from Linearity	32.655	19	1.719	1.034	.435
	Within Groups		119.626	72	1.661		
Total			730.796	92			

c. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-370	.909		.409	.683		
	X	.404	.022	.890	.18.593	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

d. Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary

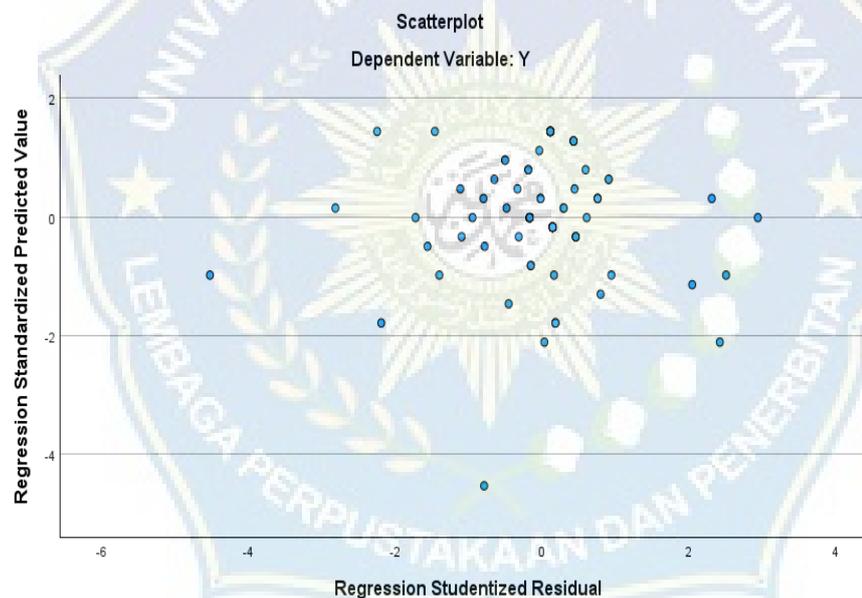
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.890 ^a	.792	.789	1.294	2.093

a. Predictors: (Constant), XI

b. Dependent Variable: Y

e. Uji Heteroskadasitas

Hasil Uji Heteroskadasitas



Uji Heteroskedastisitas - Hasil Uji Glesjer

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.370	.903		-.409	.683
	X	.404	.022	.890	18.593	.000

a. Dependent Variable: Y

2. Regresi Linear Sederhana

Hasil Uji Regresi Anova

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2800.456	1	2800.456	345.708	.000 ^b
	Residual	737.157	91	8.101		
	Total	3537.613	92			

a. Dependent Variable: Kualitas Layanan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
		Coefficients		Coefficients				
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.370	.909	.409	.409	.683		
	X	.404	.022	.890	18.593	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 6. Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.792	.1294	.2093

a. Predictors: (Constant), X1

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 7. Dokumentasi



Lampiran 8. Persuratan

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor :140/05A.2-II/XII/45/2023
 Lamp : -
 Hal :
 Permohonan Izin
 Penelitian Kepada Yth.

Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar

Di-

Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Nurul Hikmah Nirwan

Stambuk 105721131020

Jurusan : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan
 Konsumen Pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang
 Alauddin Kota Makassar

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan
 penelitian sesuai tempat mahasiswa tersebut malakukan penelitian

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuanya diucapkan
 terimakasih.



Dekan,

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si

NBM.651.507

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip

Jl. Sultan Alauddin No.259 Telp. 0411-866972 Fax. 0411-865588 Makassar 90221 Gedung Iqra Lantai
7 Kampus Talasalapang Makassar - Sulawesi Selatan





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Tattar Alauddin No. 23-9 Telp. 0866972 Fax (0411) 865588 Makassar 90221 e-mail: ip3m@unismuh.ac.id

Nomor : 3202/05/C.4-VIII/1/1445/2024

02 January 2024 M

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

20 Jumadil akhir 1445

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan

di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 140/05.A.2-2-II/XII/45/2023 tanggal 2 Januari 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **NURUL HIKMAH NIRWAN**

No. Stambuk : **10572 1131020**

Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Jurusan : **Manajemen**

Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. HADJI KALLA TOYOTA CABANG ALAUDDIN KOTA MAKASSAR"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 4 Januari 2024 s/d 4 Maret 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan *Jazakumullahu khairan*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



Dr. H. Arsel Mubass, M.Pd
NIM 1127761



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : **462/S.01/PTSP/2024**

Lampiran : -

Perihal : **Izin penelitian**

Kepada Yth.

Pimpinan PT. Hadji Kalla Toyota
Cabang Alauddin Kota Makassar

di-

Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3202/05/C.4-VIII/1/1445/2024 tanggal 02 Januari 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : **NURUL HIKMAH NIRWAN**
Nomor Pokok : 105721131020
Program Studi : Manajemen
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Slt Alauddin No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. HADJI KALLA TOYOTA CABANG ALAUDDIN KOTA MAKASSAR "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **08 Januari s/d 04 Maret 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 08 Januari 2024

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth

1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*

KALLA TOYOTA

PT. Hadji Kalla
Wisma Kalla Lt. 12
Jl. Dr. Sam Ratulangi No. 8 - 10
Makassar, 90312, Indonesia

No : 220/HCBP/HK-TOYOTA/III/2024

Makassar, 25 Maret 2024

Kepada Yth.

Asrul Sani, SH., M.Si.

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan
di-

Tempat

Perihal : Izin Penelitian

Dengan Hormat,

Menanggapi surat No. 462/S.01/PTSP/2024 tanggal 08 Januari 2024 perihal Izin

Penelitian, pada mahasiswa(i):

Nama : NURUL HIKMAH NIRWAN

NIM 105721131020

Program Studi:

Ekonomi dan

Bisnis Jurusan :

Manajemen

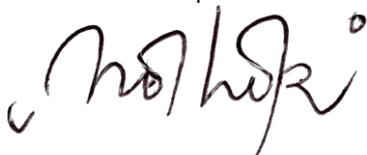
Telah disetujui oleh pihak Manajemen PT. Hadji Kalla untuk melaksanakan **Penelitian** pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin sebagai syarat penyusunan dan penulisan Skripsi/Tesis dengan judul:

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin Kota Makassar

Dengan ketentuan bahwa hasil dari penelitian ini (1 rangkap laporan) disampaikan kepada pihak PT. Hadji Kalla.

Demikian surat penyampaian kami untuk dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya

Hormat kami,
HCBP Department



NUR ASIA YUNUS
Manager

Lampiran 9. Validasi Data dan Abstrak



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra It. 3 | e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI
PENELITIAN KUANTITATIF

NAMA MAHASISWA	NURUL HIKMAH NIRWAN			
NIM	105721131020			
PROGRAM STUDI	MANAJEMEN			
JUDUL SKRIPSI	PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT HADJI KALLA TOYOTA CABANG ALAUDDIN KOTA MAKASSAR			
NAMA PEMBIMBING 1	Aulia, S.E., M.Si. M			
NAMA PEMBIMBING 2	Sherry Edelia Natsir Kalla. S.E.,			
NAMA VALIDATOR	ASRIANI HASAN, SE., M.SC.			
No	Dokumen	Tanggal Revisi	Uraian Perbaikan/saran	Paraf*
1	Instrumen Pengumpulan data (data primer)	1/04/24	OK (menggunakan kuisioner)	
2	Sumber data (data sekunder)	1/04/24	Menggunakan Data Primer	
3	Raw data/Tabulasi data (data primer)	1/04/24	OK (File yang dikumpulkan berupa data Excel)	
4	Hasil Statistik deskriptif	1/04/24	OK	
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	1/04/24	OK	
6	Hasil Uji Asumsi Statistik	1/04/24	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tambahkan Uji Normalitas yang lainnya (menggunakan uji analisis yang lain seperti uji kolmogorov smirnov, uji shapiro wilk atau uji lainnya) ✓ Tuliskan secara lengkap angka pada tabel hasil uji multikolinieritas, uji autokorelasi. ✓ Tambahkan Uji Heteroskedastisitas yang lain (misalnya menggunakan uji glesjer, uji par atau uji lainnya) ✓ Revisi untuk Tabel Hasil Uji Asumsi Statistik (Jangan Menggunakan Gambar) ✓ Tambahkan Uji Prasyarat Lainnya untuk dapat menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana (Seperti Uji Linieritas) 	
7	Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis	1/04/24	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tuliskan secara lengkap angka pada tabel hasil uji analisis regresi linier sederhana. - Revisi untuk Tabel Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis (Jangan Menggunakan Gambar) 	
8	Hasil interpretasi data	1/04/24	OK	
9	Dokumentasi	1/04/24	OK	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah diterima

**Catatan : Hasil Validasi ini disetujui untuk menghadiri seminar hasil. Namun catatan usulan perbaikan wajib direvisi sebelum Ujian Skripsi.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra It. 8 | e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI

ABSTRAK

NAMA MAHASISWA		Nurul Hikma Nirwan		
NIM		105721131020		
PROGRAM STUDI		MANAJEMEN		
JUDUL SKRIPSI		Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Alauddin Kota Makassar		
NAMA PEMBIMBING 1		Aulia, S.IP., M.SI.,M		
NAMA PEMBIMBING 2		Sherry Edelia Natsir Kalla, S.E., M.Mktg		
NAMA VALIDATOR		AULIA, S.IP., M.SI.M		
No	Dokumen	Tanggal Revisi/Acc	Uraian Perbaikan/saran	Paraf*
1	Abstrak	24/4/2024	Nilai statistik di cantumkan quibot	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No 259 Makassar 90221 Telp. (0411) 864972, 861291, Fax. (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Nurul Hikmah Nirwan

Nim : 105721131020

Program Studi : Manajemen

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	6 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	10 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

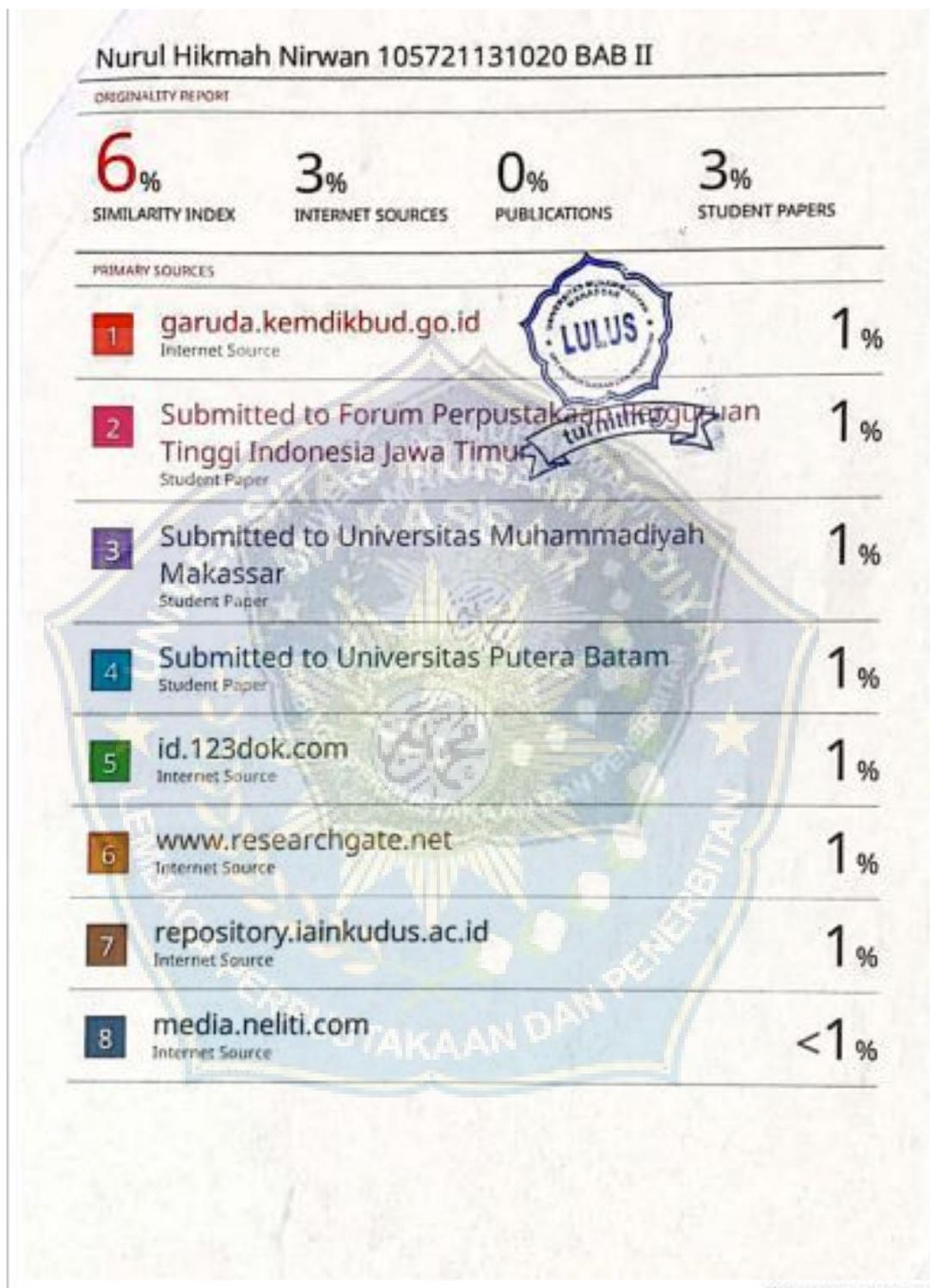
Makassar, 29 April 2024

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,







Nurul Hikmah Nirwan 105721131020 BAB III

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Tadulako
Student Paper

2%

2

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan
Tinggi Indonesia Jawa Timur
Student Paper

2%

3

Submitted to Universitas Wiraraja
Student Paper

1%

4

eprints.walisongo.ac.id
Internet Source

1%

5

Submitted to Sriwijaya University
Student Paper

1%

6

repository.ub.ac.id
Internet Source

1%

7

Submitted to Clayton College & State
University
Student Paper

1%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 1%



Nurul Hikmah Nirwan 105721131020 BAB V

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



repository.iainpurwokerto.ac.id
Internet Source



4%



Exclude quotes

Exclude matches

Exclude bibliography



BIOGRAFI PENULIS



Nurul Hikmah Nirwan panggilan Imma lahir di Bone pada Tanggal 10 April 2002 dari pasangan suami istri Bapak Alm. Nirwan dan Ibu Nurhayati. Peneliti ini adalah anak terakhir dari 3 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Desa Patowonua, Kab. Kolaka Utara Prov. Sulawesi Tenggara.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Negeri 2 Lasusua lulus tahun 2014, MTS Negeri 1 Kolaka Utara lulus tahun 2017, SMA Negeri 1 Kolaka Utara lulus tahun 2020, dan mulai tahun 2020 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.