

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT  
KEPUASAN PELANGGAN PEMBIAYAAN PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR PADA YAMAHA MATRAMAS  
MOTOR CABANG ALAUDDIN  
KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH MAKASSAR  
2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT  
KEPUASAN PELANGGAN PEMBIAYAAN PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR PADA YAMAHAMATRAMAS  
MOTOR CABANG ALAUDDIN  
KOTA MAKASSAR**



*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana manajemen pada jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah makassar*

**PIRDAYANTI**

**105721125716**

11/12/2020

1 cap  
Smb. Alumni

P/0267/MAU/2020  
PIR  
P'

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH MAKASSAR  
2020**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*Belajariah untuk menghargai diri sendiri agar kita bisa dihargai oleh orang lain*

### Persembahan

1. Kepada kedua orang tua saya, ayahanda Kadehang dan ibunda Muhadira yang memberikan semangat dan doa sehingga saya bisa menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Bapak dan ibu dosen terkhusus kedua pembimbing yang selama ini tulis dan ikhlas dalam meluangkan waktunya menuntun dan memberi arahan dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
3. Para sahabat saya yang selalu memberikan motivasi, semangat dan bantuan



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pembiayaan Pembelian Sepeda Motor Pada Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin Kota Makassar."

Nama Mahasiwa : **Pirdayanti**

Nomor Induk Mahasiwa : 105721125716

Jurusan : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi Dan Bisnis**

Perguruan Tinggi : **Universitas Muhammadiyah Makassar**

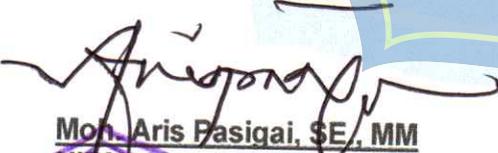
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia Penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 05 Desember 2020 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

**Makassar, 05 Desember 2020**

**Menyetujui,**

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Moh. Aris Pasigai, SE., MM**  
NIDN: 0008056301

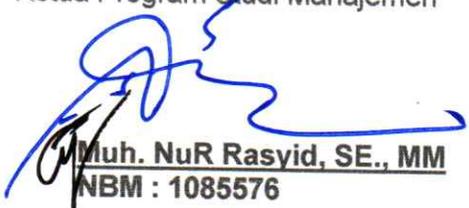
  
**Samsul Rizal SE., MM**  
NIDN: 0907028401

Mengetahui

  
Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

  
**Ismail Rasulong, SE., MM**  
NBM : 903078

  
**Muh. NuR Rasyid, SE., MM**  
NBM : 1085576



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama: Pirdayanti, NIM : 105721125716, diterima dan disahkan oleh Panitia ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0013/SK-Y/61201/091004/2020 M, Tanggal 20 Rabiul Akhir 1442 H / 05 Desember 2020 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

20 Rabiul Akhir 1442 H

Makassar, \_\_\_\_\_

05 Desember 2020 M

PANITIA UJIAN

- |                  |   |   |
|------------------|---|---|
| 1. Pengawas Umum | : Prof. Dr. H Ambo Asse, M.ag<br>(Rektor Unismuh Makassar)  | <br>(.....)                                   |
| 2. Ketua         | : Ismail Rasulong, SE., MM<br>(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)   | <br>(.....)                                   |
| 3. Sekretaris    | : Dr. Agus Salim HR, SE., MM<br>(WD 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)  | <br>(.....)                                   |
| 4. Penguji       | : 1. Moh Aris Pasigai, SE., MM<br>2. Faidul Adziem, SE., M.Si<br>3. Nasrullah, SE., MM<br>4. Syafaruddin, SE., MM | <br><br><br><br>(.....)<br>(.....)<br>(.....) |

Disahkan Oleh,  
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
 Universitas Muhammadiyah Makassar



**Ismail Rasulong, SE., MM**  
**NBM : 903078**

9. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang sudah memberikan semangat, motivasi dan dukungannya penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya 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 bagi almamater kampus biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi Fisabilil Haq, Fastabiqul Khairat Wassalamualaikum Wr. Wb*

Makassar, 05 Desember 2020

Penulis

## ABSTRAK

**PIRDAYANTI, 2020.** Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pembiayaan Pembelian Sepeda Motor Pada Yamaha Matramas Motor Caabang Alauddin Kota Makassar, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Moh Aris Pasigai, dan Pembimbing II Samsul Rizal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Yamaha Matramas Motor. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1.440. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 93 orang diperoleh dari rumus slovin. Jenis penelitian data yang digunakan data primer yang di ambil dengan penyebaran kuesioner yang menggunakan pengukuran skala likert 5 point. Teknik analisis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara persial dari hipotesis yang diajukan terdapat pengaruh positif dan signifikan Kulaitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan dibuktikan dari  $t$  hitung sebesar 8,492, nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan koefesien regresi sebesar 0,665. Untuk hasil koefisien regresi ( $R^2$ ), dari hipotesis yang diajukan terdapat pengaruh positif dan signifikan Kulaitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan diman nilai *R square* sebesar 0,442 yang artinya 44,2% variasi dari semua variabel independen (Bentuk Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian) dapat mempengaruhi variabel dependen (kepuasan pelanggan), sedangkan 55,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

## ABSTRACT

**PIRDAYANTI, 2020.** *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction Levels of Motorcycle Purchase Financing at Yamaha Matramas Motor Caabang Alauddin Makassar City, Thesis Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Advisor I Moh Aris Pasigai, and Advisor II Samsul Rizal.*

*This study aims to see the effect of service quality on the level of customer satisfaction Yamaha Matramas Motor. The population in this study was probably 1,440. The Sampling technique used purposive sampling with a sample size of 93 people obtained from the Slovin formula. The type of research data used is primary data which is taken by distributing questionnaires using a 5-point Likert scale measurement. The data analysis technique used is quantitative data and simple regression analysis with the help of SPSS 25.*

*The results of this study indicate that partially from the proposed hypothesis there is a positive and significant effect of service quality on customer satisfaction levels as evidenced by t count 8.492, a significant value of  $0.000 < 0.05$  and a regression coefficient of 0.665. For the results of the regression coefficient ( $R^2$ ), from the proposed hypothesis there is a positive and significant effect of Service Quality on Customer Satisfaction Levels, the R square value is 0.442, which means 44.2% of the variation of all independent variables (Physical Form, Reliability, Responsiveness, Attention Guarantee) can affect the dependent variable (customer satisfaction), while the other 55.8%, other variables not examined in this study.*

**Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction**

## DAFTAR ISI

SAMPUL .....	
HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	ii
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR/BAGAN .....	xi
<b>BAB I. PEMDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Definisi Kualitas Pelayanan.....	7
B. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	13
C. Tinjauan Empiris.....	20
D. Kerangka Fikir .....	22
E. Hipotesis .....	23
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>

A. Jenis Penelitian.....	24
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	24
C. Definisi Oprasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	24
D. Populasi Dan Sampel .....	25
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	27
F. Tehnik Analisis .....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	32
1. Sejarah singkat Yamaha Matramas Motor .....	32
2. Visi dan misi Yamaha Matramas Motor.....	34
3. Struktur organisasi Yamaha Matramas Motor.....	35
4. Deskripsi pekerjaan.....	36
B. Deskripsi Responden .....	38
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	40
D. Analisis data .....	46
1. Uji validitas dan realibilitas .....	46
2. Analisis regresi sederhana.....	49
3. Uji hipotesis .....	51
E. Pembahasan .....	54
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan .....	56
B. Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1	Nilai dan Jawaban untuk Tiap Item Pernyataan .....	29
Tabel 4.1	Struktur Organisasi .....	35
Tabel 4.2	Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.3	Usia .....	39
Tabel 4.4	Pekerjaan .....	40
Tabel 4.5	Deskripsi Kualitas Pelayanan .....	41
Tabel 4.6	Deskripsi Kepuasan Pelanggan .....	44
Tabel 4.7	Uji validitas variabel X .....	47
Tabel 4.8	Uji validitas variabel Y .....	48
Tabel 4.9	Hasil uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.10	Hasil uji regresi sederhana .....	50
Tabel 4.11	Hasil Uji F .....	51
Tabel 4.12	Hasil Uji t .....	52
Tabel 4.13	Hasil uji determinasi R .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konsep .....	23
Gambar 4.1	Struktur organisasi Yamaha Matramas Motor .....	35



## DAFTARLAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden

Lampiran 4 Demografi Responden

Lampiran 5 Hasil Uji Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana dan Uji F, Uji t, Koefisien determinasi



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman globalisasi saat ini banyak sekali perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang semakin berkembang. pengaruh dari perkembangan yaitu banyak sekali bermunculan produk barang-barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. hal ini membuat konsumen mempunyai alternatif pilihan dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. tetapi bagi produsen, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk barang dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha. persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. untuk mengatasi hal tersebut perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. (Alita Mutyaningsi. 2019)

Perekonomian adalah salah satu hal yang penting bagi manusia dengan adanya kebutuhan manusia membuat sebuah lembaga atau perusahaan dapat memberikan peran secara aktif dalam memberikan produk dan pelayanan

yang baik pada konsumen. Perkembangan perekonomian mendorong pertumbuhan pada sektor usaha jasa penjualan motor.

Dimana salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan jasa adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Dalam aktivitas perekonomian Perusahaan bisa memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang bermacam-macam, baik kebutuhan pelayanan jasa ataupun kebutuhan berupa produk/barang.

Dalam kegiatan memenuhi kebutuhan masyarakat yang berupa barang dan jasa, masyarakat sering kali terkendala karena terbatasnya kemampuan beli mereka karena itu konsumen sering kali menunda atau membatalkan untuk membeli produk tersebut disebabkan karena keterbatasan biaya mereka. dalam melihat hal tersebut perusahaan-perusahaan sangat cepat mananggapi hal tersebut dengan menyediakan pembiayaan bagi konsumen.

Dalam era sekarang dampak ekonomi yang tidak stabil membawa pengaruh yang besar sekali terhadap harga produk-produk maupun kendaraan bermotor. hal ini sangat bertolak belakang dengan kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi terhadap sarana transportasi, maka dari itu pembelian kendaraan bermotor secara kredit melalui jasa pembiayaan merupakan salah satu alternatif yang ditempuh. (Ni Dewa Ayu Dwi Susanti 2016: 103).

Berdasarkan riset Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), salah satu masalah jasa pembiayaan motor adalah kualitas pelayanan

Oleh karena itu, Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin Kota Makassar dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan palanggannya agar maningkat.Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi harapan/keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.untuk dapat menentukan kebijakan pelayanan yang tepat khususnya dalam pelayanan kepada pelanggan, diperlukan kajian tentang dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin. Kualitas pelayanan yang akan diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan pelanggan.

Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin merupakan salah satu perusahaan multifinance yang bergerak dalam bidang penyedia barang-barang konsumen seperti sepeda motor.Pada dasarnya setiap perusahaan mengarahkan tujuan yang memperoleh keuntungan yang optimal dan menjalankan operasi perusahaan secara continu.namun di era globalisasi sekarang ini hal tersebut tidaklah mudah mengingat setiap perusahaan dihadapkan pada tingkat persaingan semakin ketat, hal ini juga dirasakan oleh Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin, meningkatkan intensitas persaingan dan semakin banyaknya persaingan yang bermunculan pesaing menuntut perusahaan untuk senang tiasa memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dari pesaing-pesaing

mereka. Dengan adanya kualitas pelayanan yang lebih baik di dalam perusahaan, diharapkan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen.

Setelah konsumen merasa puas dengan produk yang diterima, mereka akan membandingkan pelayanan yang diberikan Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin dengan perusahaan lainnya. Apalagi saat ini perkembangan ekonomi yang pesat membuat masyarakat Makassar mulai menampakkan tuntutan mereka terhadap pelayanan prima, mereka tidak hanya melihat bagaimana mutu produk suatu perusahaan, tetapi juga cenderung memperhatikan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam menentukan produk/jasa dari perusahaan mana yang nantinya akan mereka pilih.

Faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah bagaimana pendapat mereka mengenai suatu perusahaan dalam memberikan kualitas jasa yang berupa: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Sering kali kita jumpai sehari-hari, konsumen akan selalu membandingkan persepsi atau pendapat mereka atas pelayanan yang di berikan perusahaan dengan apa yang mereka rasakan. dilihat dari bagai mana cara karyawan berpenampilan dan cara karyawan berbicara kepada pelanggan dalam memberika pleayanan. dizaman moderd seperti sekarang yang semuanya serba instan dan serba cepat, konsumen juga menuntut perusahaan agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan bagi para konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pembiayaan Pembelian Sepeda Motor Pada Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin Kota Makassar”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah diatas dapat menunjukkan suatu rumusan masalah yaitu **“Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pembiayaan Pembelian Sepeda Motor Pada Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin Kota Makassar”**.

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan masalah yang dijelaskan diatas, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari Bentuk Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin Kota Makassar.
2. Mengetahui dan menganalisis indikator manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin Kota Makassar.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Penulis berharap dengan penelitian ini dapat memberikan masukan-masukan yang baik, untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin Kota Makassar, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menciptakan pelayanan yang lebih baik pada pelanggan.

## 2. Bagi Peneliti

Penulis berharap dapat menerapkan ilmu-ilmu yang didapatkan selama melakukan perkuliahan dan diharapkan bisa memberikan suatu pengetahuan yang bermanfaat.

## 3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan untuk melakukan penelitian dimasa yang akan datang.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Definisi Pelayanan

Tjiptono dalam Ni Dewa Ayu Dwi Susanti (2016: 104) Salah satu pendekatan kualitas jasa ketika dijadikan sebagai tolak ukur adalah kualitas layanan (*service quality*). Kualitas pelayanan merupakan konsep yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud, bervariasi, tidak tahan lama, serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan.

Menurut Kotler dalam Karisma Nawang Sigit (2017:159) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu Tjiptono, Fandy dalam Ni Dewa Ayu Dwi Susanti (2016: 105)

##### a. Tidak Berwujud (*tangibility*)

sesuatu yang tidak seperti dijual. tidak bisa dilihat, dirasakan, dicicipi, didengar atau dicium sebelum kita membelinya. untuk mengurangi ketidak pastian yang disebabkan oleh *service tangibility*. pelanggan akan

berusaha mencari bukti yang dapat dilihat atau *tangible* yang dapat memberikan informasi dan keyakinan mengenai pelayanan tersebut.

b. Tidak Dapat Dipisahkan (*inseparability*)

*service inseparability* yang berarti bahwa jasa biasanya dijual terlebih dahulu baru diproduksi dan dikonsumsi secara bersama artinya interaksi khusus antara karyawan dan konsumen agar dapat melakukan transaksi dengan baik.

c. Berubah-Ubah (*variability*)

Layanan sifatnya berubah-ubah, artinya layanan tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan dan dimana serta bagaimana layanan tersebut disediakan.

d. Tidak Tahan Lama (*perishability*)

Pelayanan hanya dapat dirasakannya jika konsumen melakukan pembelian dan tidak pelayanan tidak bisa disimpan

e. Empati (*empathy*)

Sikap empati merupakan sikap yang diberikan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan untuk berkomunikasi langsung dengan konsumen guna memahami keinginan dan kebutuhan mereka.

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati

layanan sehingga dapat mengukur kualitas berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasan. kualitas pelayanan terbagi atas:

#### 1. Kualitas Pelayanan Internal

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. faktor yang mempengaruhi pelayanan internal adalah:

- a. Pola manajemen perusahaan
- b. Penyediaan fasilitas pendukung
- c. Pengembangan sumber daya
- d. Iklim kerja dan keselarasan kerja
- e. Pola intesif

#### 2. Kualitas Pelayanan Eksternal

Mengenai kualitas pelayaan terhadap pelanggan eksternal, kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:

- a. Berkaitan dengan penyediaan jasa
- b. Berkaitan dengan penyediaan barang

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapa kepercayaan pelanggan. pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. service quality dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas

layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya yang mereka harapkan. kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

#### 1. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Hepiana Patmarina (2016: 50) dibagi menjadi lima dimensi diantaranya adalah:

##### a. Bentuk Fisik (*Tangibles*)

*Tangibles* adalah bukti kontrak kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan yang terbaik pelanggan baik dari segi fisik tampilan, fasilitas, perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan

##### b. Keandalan (*Reliability*)

*Reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen seperti kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpati, dan dll.

##### c. Tanggapan (*Responsiveness*)

*Responsiveness* adalah ketepatan/tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta dibarengi dengan cara menyampaikan dengan jelas dan mudah dipahami.

##### d. Jaminan (*assurance*)

*Assurance* adalah jaminan dan kepastian yang di dapat dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik dan pengetahuan

yang dimiliki, sehingga dapat menumbuhkan rasa empati/percaya pelanggan.

e. Perhatian (*Empathy*)

*Empathy* adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.

Kualitas pelayanan yang sangat baik dapat dilihat sebagai alat untuk meraih keunggulan bersaing dalam berbagai organisasi atau perusahaan. Kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen yang pada gilirannya akan memberikan beberapa manfaat Tjiptono dalam beladin (2013) seperti:

1. Hubungan perusahaan dan para konsumen menjadi harmonis.
  2. memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
  3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
  4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.
  5. Reputasi perusahaan menjadi baik dari mata.
  6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.
2. Kualitas Pelayanan Publik

Pelayanan jasa, kualitas pelayanan prima, kualitas pelayanan hotel, kualitas pelayanan akademik, dan kualitas pelayanan bank. beberapa instansi seperti rumah sakit, bank, hotel dan universitas, memiliki standar kualitas pelayanan masing-masing. namun pada

umumnya masyarakat juga memiliki penilaian dan harapan kualitas pelayanan tersendiri dari masing-masing instansi tersebut.

a. *Desired Service* (Tingkatan pelayanan)

Tingkatan ini adalah harapan konsumen berkaitan tentang pelayanan yang diinginkan, seperti kepercayaan konsumen mengenai pelayanan yang diberikan oleh karyawan dengan pelayanan yang harusnya diterima konsumen.

b. *Adequate Service*

Tingkatan ini adalah ketika konsumen menerima pelayanan, hal ini juga dapat berkaitan dengan kemampuan perusahaan agar dapat memenuhi permintaan pelayanan dari pelanggan tersebut.

3. Cara Mengukur Kualitas Pelayanan

Ada banyak cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, seperti dengan melakukan perbaikan atau evaluasi yang dilakukan secara berkala. beberapa cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut.

a. Mendapatkan umpan balik dari pelanggan

Ada banyak cara yang dapat dilakukan agar mendapatkan tanggapan dari konsumen, seperti selalu mengadakan survei kepada konsumen dan mengikut kepada pelanggan setelah memberikan pelayanan, cara ini biasa dilakukan melalui email. cara lainnya adalah melakukan percobaan produk pada konsumen, aktif disosial media, memberikan diskon atau benefit lain kepada konsumen sebagai penghargaan atas

masukan yang diberikan, serta memanfaatkan teknologi yang memantau perkembangan usaha seperti melalui webside, google analistich dll.

b. Melakukan evaluasi perusahaan

Cara-cara yang dapat dilakukan untuk melakukan perbaikan diantaranya adalah memulai survei dengan cara berfokus pada hal-hal yang paling penting untuk paling diketahui. survei dapat dilakukan agar mengetahui rasa peduli atau empati kepada pelanggan, mengukur tingkat kemampuan suatu perusahaan terkait kehandalan dan cepat tanggap, serta dapat mengetahui pelayanan kualitas pelayanan dan kualitas produk berdasarkan pengalaman yang didapatkan konsumen secara langsung seperti fungsi fungsi produk, tingkat kebersihan, penampilan karyawan dll.

c. Memperbaiki pelayanan perusahaan

Memperbaiki kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara memberikan standar pelayanan perusahaan yang jelas kepada karyawan, melatih karyawan agar menjadi seseorang yang bertanggung jawab, cepat tanggap, dan memiliki etos kerja yang tinggi. jika memungkinkan, dapat dengan memberikan bonus kepada karyawan yang berprestasi.

## B. Defenisi Kepuasan Pelanggan

Satriyo Bhimantoro dalam Tjiptono (2014:354).kepuasan pelanggan adalah perasaan konsumen setelah melakukan pembelian dan

membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya sebagai sikap terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya.

Pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan yang harus diperhatikan. mempertahankan mempertahankan suatu pelanggan adalah suatu upaya untuk meningkatkan kualitas suatu pelayanan guna mencapai kepuasan. lebih dari itu suatu perusahaan hendaknya berusaha untuk membuat pelanggan tersebut menjadi loyal atau setia. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya.

Menurut Rachmad dalam I Made Adi Juniantara dan Tjokorda Gde Raka Suakawati (2018: 5956) kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang dikehendaki konsumen, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan. untuk kepuasan pelanggan terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan. konsumen selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat yang cukup besar, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis dan terciptanya loyalitas pelanggan. I Made Adi Juniantara dkk dalam (Kurniasih 2012). Salah satu kunci untuk meningkatkan kesetiaan pelanggan yaitu memberikan nilai konsumen yang tinggi. Menurut Michael Lanning dalam Kotler (2012: 246), setiap perusahaan

harus mengembangkan satu proposisi nilai yang unggul secara bersaing dan sistem penyerahan nilai yang unggul. proposisi nilai sebuah perusahaan adalah jauh lebih dari sekedar posisinya pada suatu atribut tertentu. hal tersebut merupakan pernyataan tentang pengalaman yang dihasilkan, yang akan diperoleh oleh para pelanggan dari tawaran dan hubungan mereka dari pemasok. merek harus menggambarkan suatu janji tentang total pengalaman yang dihasilkan yang dapat diharapkan oleh konsumen. Apakah janji tersebut dipenuhi, tergantung kepada kemampuan perusahaan untuk mengelola sistem penyerahan nilainya. sistem penyerahan nilai mencakup semua komunikasi dan saluran yang akan didapatkan pelanggan dalam usahanya mendapatkan tawaran.

pelanggan adalah konsumen berupa pembeli atau pengguna jasa yang melakukan transaksi atau kegiatan pembelian ataupun pengguna jasa secara berkala dikarenakan kepuasan yang didapatkan dari penjual atau penyedia jasa. dalam kegiatan bisnis pelanggan adalah yang yang paling dibutuhkan untuk menjamin keberlangsungan hidup dan keuntungan perusahaan. tanpa adanya pelanggan yang setia atau tetap maka bisnis yang dilaksanakan akan terombang-ambing dan beresiko besar.

pelanggan itu biasa terbentuk dari kerja yang sama saling menguntungkan yang biasa terjadi dalam proses kerja sama antara penjual dan pembeli. Tanpa adanya sebuah kerjasama yang baik maka tidak ada yang akan disebut sebagai pelanggan. jika tidak ada kerja sama yang saling menguntungkan antar penjual dan pembeli maka yang ada hanya proses

pembelian barang biasa tanpa adanya kepuasan sehingga tidak akan ada transaksi berkala atau berulang-ulang.

Merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi, yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. seberapa besarnya kepuasan pelanggan terhadap sebuah pelanggan.

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Dari beragam definisi kepuasan konsumen yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berupa evaluasi pernah beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen.

Menurut Kotler kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan-harapannya.

#### a. Faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan

##### 1. Kualitas Produk

Ketika produk yang kita berikan berkualitas maka pelanggan akan merasa puas dengan produk yang kita berikan setelah mereka menggunakannya.

## 2. Kualitas Pelayanan

hal yang paling penting bagi sebuah industri jasa adalah sebuah kualitas pelayanan. pelanggan akan merasa puas apabila mereka diperlakukan dengan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

## 3. Emosional

Kebanggaan pelanggan ketika ia mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan merasa kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai daya tarik atau tingkat kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi bangga dan puas terhadap merek tersebut.

## 4. Harga

suatu produk memiliki kualitas yang sama namun menetapkan harga yang relatif murah maka akan memberikan nilai yang lebih tinggi untuk konsumennya.

## 5. Kemudahan

sebuah pelanggan akan merasa puas apabila mereka relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan sebuah produk atau pelayanan yang mereka inginkan.

### b. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Nasution dalam Setyowati dan Wiyadi (2015:68), ada empat metode untuk mengidentifikasi dan memantau kepuasan pelanggan, yaitu:

### 1. Melalui Keluhan dan Saran

Keluhan maupun saran yang dapat disampaikan secara langsung oleh pelanggan akan sangat berharga bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan telah diberikan.

### 2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk melihat bagaimana kinerja karyawan terutama dari segi pelayanan dalam melaksanakan pekerjaan terhadap konsumen, agar bisa melihat kinerja para karyawan perusahaan bisa membayar beberapa orang untuk bersikap atau berperan sebagai pembeli, kemudian melaporkan apa saja kekuatan dan kelemahan yang mereka lihat dari segi produk atau pelayanan perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk.

### 3. Analisis Mantan Pelanggan

Ketika perusahaan telah mendapati beberapa pelanggan yang telah beralih, bukan berarti ini adalah akhir dari sebuah hubungan bisnis, perusahaan tetap bisa memanfaatkan hal ini sebagai peluang untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang tidak terpenuhi sehingga membuat mereka memutuskan untuk beralih pesaing usahanya.

### 4. Survei Kepuasan Pelanggan

Hal ini paling umum yang paling banyak dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mensurvei pelanggan yaitu dengan memberikan kuesioner atau

wawancara untuk mengetahui jawaban yang benar-benar akurat kepada pelanggan.

c. Pengertian pembiayaan

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. dengan kata lain pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. adapun jenis-jenis pembiayaan dapat dikelompokkan menurut beberapa aspek yaitu sebagai berikut:

1. Pembiayaan menurut tujuan

- a. pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan yang dimasukkan untuk mendapatkan modal dalam rangka pengembangan usaha
- b. pembiayaan investasi, yaitu pembiayaan yang dimaksudkan untuk melakukan investasi, atau pengadaan barang konsumtif.

2. Pembiayaan menurut jangka waktu

- a. pembiayaan jangka pendek, yaitu pembiayaan yang dilakukan dalam jangka waktu 1 bulan sampai 1 tahun.
- b. pembiayaan jangka waktu menengah, yaitu pembiayaan yang dilakukan dengan waktu 1 tahun sampai 5 tahun.
- c. pembiayaan jangka waktu panjang, yaitu pembiayaan yang dilakukan dengan jangka waktu lebih dari 5 tahun.

## C. Tinjauan Empiris

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

Nama/Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Kesimpulan
I Made Adi Juniartara, Tjokorda Gde Raka Sukawati 2018	Pengaruh Persepsi Harga, Promo dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsemen	Kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan</li> <li>b. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan</li> <li>c. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.</li> <li>d. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.</li> </ul>
Fitri Novianti Pramudya (2019)	Pengaruh kualitas produk Kualitas Layanan Terhadap kepuasan nasabah dalam pembiayaan syariah. (studi pada syariah arif rahman hakim bandar lampung).	Kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di pengadaian syariah arif rahman hakim bandar lampung.</li> <li>b. Kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di pengadaian syariah arif rahman hakim bandar lampung.</li> <li>c. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di pengadaian syariah arif rahman hakim</li> </ul>

			bandarlampung. d. Kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam perspektif ekonomi islam dipenggadaian syariah arif rahman hakim bandar lampung sudah sesuai dengan syariat islam.
Dika Lambang Krisdianti, Sunarti (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran pizza hut Malang Town Square	Kuantitatif	1. Berdasarkan pada uji t didapatkan bahwa seluruh variabel dalam kualitas pelayanan (bentuk fisisk (X1), kehandalam (X2), daya tanggap (X3), jamin (X4). Empati (X5)) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
Rosa Lasmana, Ratanasari (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa	Kuantitatif	1. dari pengujian hipotes t nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,118 > 1,985), hal itu juga dikaitkan dengan signifikan 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima, hal ini menunjukkan maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara persial antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. 2. dari pengujian hipotes t nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (7,645 > 1,985), hal itu juga dikaitkan dengan signifikan 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima, hal ini menunjukkan maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan

			secara persial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
Andy Tandiono dan Raymond (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualiatas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Panca Daya Sukses	Kuantitatif	<p>a. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Panca Daya Sukses.</p> <p>b. Kualitas promosi perpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Panca Daya Sukses.</p> <p>c. Kualitas pelayanan dan kualitas promosi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p>

#### D. Kerangka Fikir

Dalam penelitian ini dapat dibuat sebuah kerangka fikir yang nantinya akan menjadi pedoman dalam pulisan yang pada akhirnya dapat diketahui atribut mana yang sangat berpengaruh bagi konsumen untuk melihat tinggat kepuasan konsumen.

##### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan suatu proses dalam pemenuhan kebutuhan melalui akativitas orang lain secara langsung, karena pada bagian ini produk yang ditawarkan adalah sebuah kinerja yang berkualitas dan kinerja itu juga yang akan dibeli oleh pelanggan.

Tjiptono 2012: 159 kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penting untuk mengukur kepuasan pelanggan. dimana kualitas pelayaan ini berhubungan

langsung dengan penyampaian manfaat produk secara langsung kepada konsumen. karenanya kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang paling menentukan hubungan antara kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. berdasarkan uraian diatas maka kerangka fikir pada proposal ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2.1 kerangka konsep

## B. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap sesuatu yang bersifat praduga yang masih harus dicari untuk membuktikan kebenarannya. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah "Diduga besar kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pembelian Sepeda Motor pada Yamaha Matramas Motor Caabang Alauddin Kota Makassar

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian digunakan kuantitatif karena data yang akan diambil dalam bentuk angka dan diproses secara statistik. metode ini juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat atau *positivisme*, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. penelitian dengan pendekatan kuantitatif merupakan cara untuk memperoleh pengetahuan atau permasalahan pada Yamaha Matramas Motor.

#### B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

##### a. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yaitu Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin Kota Makassar Jl. Sultan Alauddin Nomor No.232.

##### b. Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan, mulai dari bulan September hingga November tahun 2020.

#### C. Defisi Oprasional Variabel Dan Skala Pengukuran

##### 1. Definisi oprasional variabel

Setelah ditetapkan yang mana variabel bebas (*Independen variabel*) dan variabel terikat (*Dependen variabel*) lalu akan dilakukan sebuah

penjelasan atau definisi dari masing-masing variabel yang digunakan terdiri dari:

a. Variabel bebas (independen)

pada variabel ini adalah variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X) mencakup tentang bentuk-bentuk kualitas pelayanan pada Yamaha Matramas Motor.

b. Variabel Terikat (Dependen)

Dibagian ini kepuasan pelanggan (Y) adalah variabel terikat, yaitu tingkat perasaan seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang disiapkan oleh perusahaan berupa jasa terhadap ekspektasi mereka.

2. Skala Pengukuran Variabel

Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert untuk mengukur variabel independen dari responden yang akan memilih jawaban yang tersedia.

**D. Populasi Dan Sampel**

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. populasi dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh pelanggan yang di Yamaha Matramas Motor yaitu berjumlah 1440 pelanggan.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik yang sama. sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu pelanggan Yamaha Matramas Motor. Adapun penentuan sample yang digunakan pada penelitian ini adalah tehnik *porpusive sampling* yaitu pengambilan sample dikarenakan dengan adanya tujuan kreteria tertentu.

Sampel juga diartikan sebagai kumpulan data yang lebih kecil yang dipilih dari populasi yang lebih besar dengan menggunakan metode seleksi yang telah ditentukan.oleh karna itu penelitian ini akan menggunakan sampel. melihat sampel dari pelanggan yang terdiri dari jangka waktu baru atau lamanya waktu angsuran. tehnik yang digunakan untuk mengambil sampel yaitu tehnik *purposive sampling* yaitu tehnik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh lebih refresetatis.

Populasi dalam penelitian ini ditentukan dari banyaknya pelanggan yang menggunakan jasa pembiayaan dalam setahun yaitu Seluruh pelanggan pelanggan yang menggunakan jasa Adira Finace besarnya unit sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus *slovin* dengan tingkat kesalahan 10% atau 0,1.

syarat untuk menentukan sampel yaitu:

1. seluruh pelanggan yang Menggunakan jasa kredit motor pada Yamaha Matramas Motor.

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

Keterangan:

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e^2$  = Persen kelonggaran ketidak teliti karena kesalahan pengambilan sampel

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

$$n = \frac{1440}{1 + 1440 \cdot 10\%^2}$$

$$n = \frac{1440}{1 + 1440(0,01)}$$

$$n = \frac{1440}{1 + 14,4}$$

$$n = \frac{1440}{15,4}$$

$$n = 93,50 = 93 \text{ Pelanggan}$$

## E. Tehnik Pengumpulan Data

### 1. Jenis Data

#### a. Data Primer

Merupakan data yang dikumpulkan langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. data primer ini disebut juga data asli atau data baru. data ini berisikan antara lain jawaban angket (pernyataan) yang di sebarakan kepada seluruh responden pada Yamaha Matramas Motor.

## b. Data Sekunder

Merupakan data yang sudah tercatat dalam sebuah buku atau suatu laporan penelitian terdahulu dari sumber-sumber yang sudah ada. laporan ini biasa didapatkan dari perpustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari hasil bahan-bahan dokumentasi atau artikel-artikel yang dibuat oleh pihak ketiga dan mempunyai relevansi dalam penelitian ini. data sekunder yang dikumpulkan adalah kajian pustaka atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.

## 2. Metode Pengumpulan Data

### a. Penelitian Pustaka

Penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku dan hasil laporan lain yang ada referensinya. Hal ini dimaksud untuk mendapatkan data dan informasi yang berhubungan dengan materi penelitian.

### b. Penelitian Lapangan

Penelitian yang dilakukan pada perusahaan bersangkutan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulisan dengan cara:

1. wawancara adalah sebuah bentuk percakapan antara dua orang yang dilakukan dengan mewawancarai pihak yang bersangkutan dengan organisasi agar memperoleh informasi atau data yang berhubungan dengan materi pembahasan.
2. kuesioner adalah suatu tehnik untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan memberikan atau menyebarkan sebuah data

reponden. agar mendapatkan respon atas daftar pertanyaan yang diberikan. Daftar kosioner kamudian disebar kebagian-bagian yang telah ditetapkan. jawaban dari setiap dari setiap pertanyaan bernilai 1 sampai 5 disesuaikan dengan pilihan-pilihan dari jawaban setiap pernyataan. dari kelima penilaian tersebut akan di berikan nilai yaitu:

Tabel 3.1 Nilai dan Jawaban untuk Tiap Item Pernyataan

Nilai	Jawaban Responden
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Cukup Setuju (KS)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah salah satu cara untuk mengukur sah atau tidaknya sebuah pernyataan pada kuesioner. sebuah kuesioner akan dinyatakan valid jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur menggunakan kuesioner. sebuah penelitian akan diuji menggunakan sebuah program pengelolaan data yaitu

mengkorelasikan tiap skor dengan skor total yang dihitung menggunakan jumlah tiap butir. dalam penelitian ini tingkat signifikan yang digunakan adalah 5% dengan kriteria sebagai berikut.

1.  $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ , maka pertanyaan atau indikator tersebut valid
2.  $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ , maka pertanyaan atau indikator tersebut tidak valid

#### b. Uji Realibilitas

Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi dari hasil pengukuran atau instrumen jika pengukuran dengan alat instrumen tersebut hasilnya masih sama atau stabil, maka instrumen itu dapat digunakan dalam penelitian ini.

#### 2. Analisis Regresi Sederhana

Pengertian regresi sederhana adalah "Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen".

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

X = Kualitas Pelayanan

Y = Kepuasan pelanggan

n = banyaknya sampel

$a$  = nilai konstan

$b$  = Koefisien Regresi

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara X dan Y secara persial berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen).

$H_0$  = variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_a$  = variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadapkepuasaan pelanggan.

#### b. Koefisien Derteminasi $R^2$

Koefisien dapat diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas (Independen) dalam menjelaskan variandari variabel terikatnya (Dependen). Penggunaan *R square* ( $R^2$ ) sering menimbulkan permasalahan, yaitu bahwa nilai akan selalu meningkat dengan adanya penambahan variabel bebas dalam suatu model. Hal ini akan menimbulkan bias karena jika ingin memperoleh model R tinggi, seorang penelitian dapat dengan terserah menambahkan variabel bebas dan nilai R akan meningkat, tidak tidak tergantung apakah variabel bebas tambahan itu berhubungan dengan variabel terikat atau tidak.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Yamaha Matramas Motor

Yamaha didirikan oleh Torasuku Yamaha pada tahun 1887 dan dikenal sebagai pembuat organ pertama di Jepang dengan logo garpu tala. Tidak lama setelahnya, Yamaha dikenal sebagai pembuat berbagai instrumen musik terbesar di dunia. Naasnya pada Perang Dunia Kedua Yamaha menjadi sasaran bom tentara AS dan sekutunya. Hal tersebut diakibatkan keikutsertaan Yamaha dalam pembuatan 'Propeler' atau yang biasa disebut baling-baling tempur untuk pesawat tempur pasukan Jepang.

Seusai perang Yamaha kembali berdiri pada tahun 1955 di daerah Hamatsu yang merupakan pusat motor Jepang. Kemudian pada tahun yang sama di bulan Juli berdiri pula Yamaha Motor Cooperation yang terpisah dari Yamaha Corporation, namun masih dalam satu grup Yamaha.

Produksi pertama Yamaha Motor Corp adalah single cylinder 2 stroke 125cc, yang merupakan hasil kopy dari DKW 125cc yang berasal dari perusahaan Jerman (Batam). Kemudian sepeda motor tersebut diberi nama YAI alis Atakombo yang berarti capaung merah. Dan pada tahun 1959 Yamaha MotoR Corporation mengeluarkan motor sport pertamanya YDSI dengan 5 speed gearbox.

Pada tahun 1962 dimana saat ekonomi Amerika Serikat yang sedang booming, Yamaha Motor Corporation memanfaatkan kesempatan tersebut dengan mengekspor sebanyak 12 ribu motorcycles ke Amerika Serikat. Hal ini terus meningkat sehingga pada tahun 1965, produksi Yamaha sudah mencapai 244 ribu unit yang sebagian besarnya di ekspor keluar negeri.

Pada tahun 1966 Yamaha mulai melebarkan sayapnya dengan membuka pabrik di beberapa negara di Asia. Pada tahun 1967 Yamaha mulai melewati Suzuki dengan selisih 4 ribu dalam hal produksi, dan angka produksi motor Yamaha pada saat itu mencapai 406 ribu unit.

Sepeda Motor Yamaha Jepang mulai mendirikan distributor resmi di Indonesia bekerjasama dengan konglomerat lokal dan mulai ekspor motor rakitan utuh dengan mesin 100cc dari Jepang dan menjualnya secara lokal. Pada tahun 1974, Yamaha Motor mendirikan PT. YMI (Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) yang dilanjutkan dengan pendirian pabrik suku cadang pertama yang dinamakan PT. Moric Indonesia pada 29 Agustus 2001.

Untuk menunjang penjualan sepeda motor merek Yamaha, maka pada tanggal 11 Agustus 2007 Yamaha membuka cabang Yamaha Matramas Motor di Jl. Sultan Alauddin No 232 Kota Makassar. Yamaha Matramas Motor tidak hanya menjual motor Yamahnya saja, akan tetapi dilengkapi dengan show room (ruang pameran) dan pelayanan perawatan dengan bengkel resmi Yamaha yang didukung dengan teknisi berpengalaman dan bersertifikat dari Yamaha Motor Indonesia, yang dipimpin oleh Tan Min Weng selaku pimpinan cabang Yamaha Matramas Motor.

## 2. Visi dan Misi Yamaha Matramas Motor

### a. Visi

1. Menjadi Perusahaan yang terpercaya meliputi sumberdaya manusia yang handal
2. Sistem pengelolaan keuangan dan infrastruktur yang tepat guna

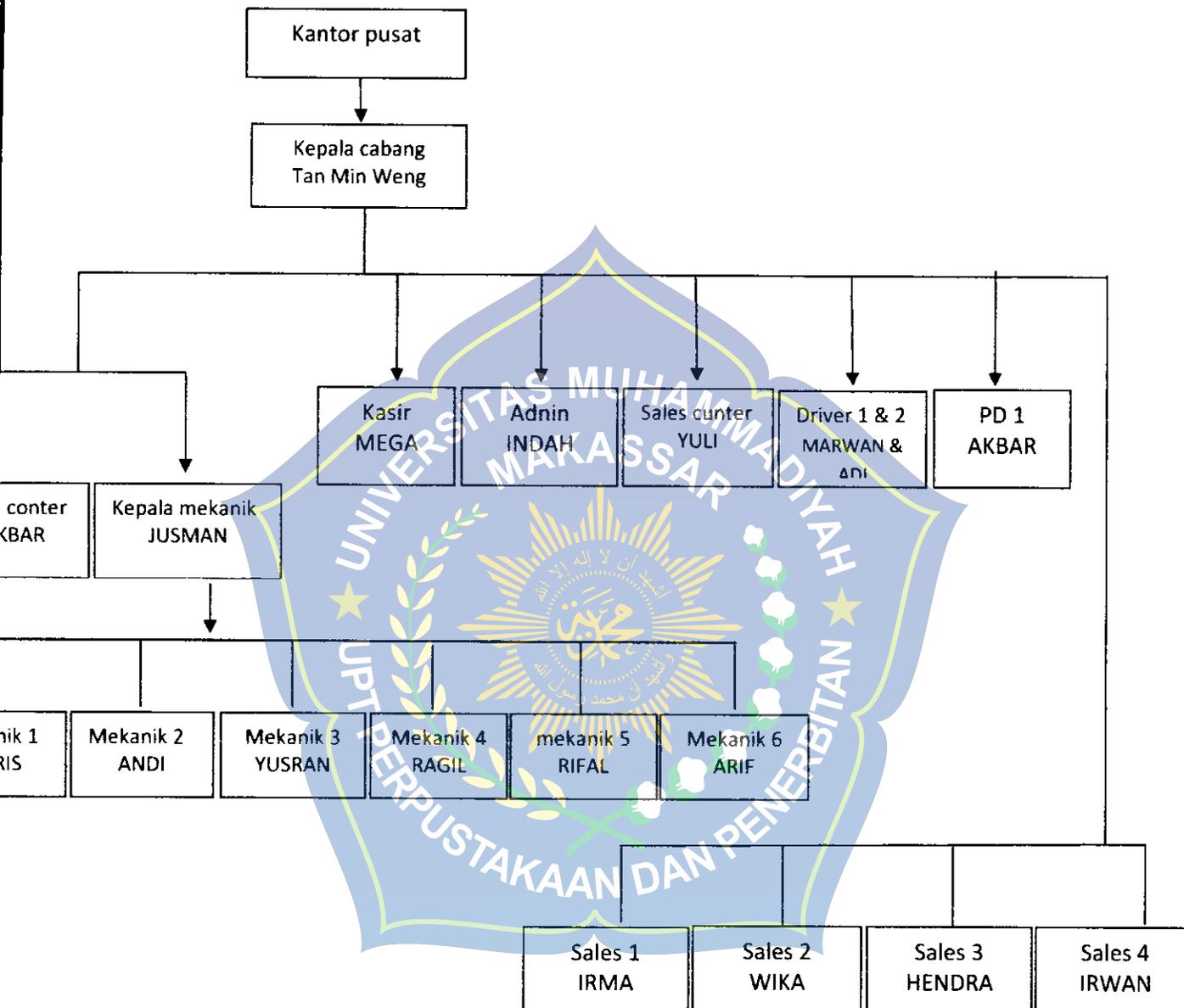
### b. Misi

1. Mengembangkan dan menempatkan karyawan sesuai dengan tuntutan kompetensi jabatan sehingga karyawan memiliki kapasitas serta dapat menjalankan tugas dengan baik.
2. Menerapkan standar operasional yang tepat guna untuk menghasilkan kinerja yang optimal.

Dimasa sekarang ini sepeda motor adalah alat transportasi yang paling banyak digunakan masyarakat untuk kebutuhan hidup. banyaknya persaingan yang terjadi didunia usaha sekarang ini memacu berbagai perusahaan untuk lebih meningkatkan mutu maupun pelayanan kepada para pelanggannya. demikian pula yang terjadi pada Yamaha Matramas Motor sebagai distributor sepeda motor Yamaha, tak ketinggalan dalam berbenah diri guna memuaskan para pelanggannya terutama dari segi pelayannya.

### 3. Struktur Organisasi dan Job Description

#### a. Struktur Organisasi Yamaha Matramas Motor



**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi**

## **b. Deskripsi Job (Deskripsi Pekerjaan)**

### **1. Kepala Cabang**

Memiliki tugas dan tanggungjawab dalam melakukan kegiatan pengelolaan cabang dalam bidang penjualan bengkel dan administrasi serta mengoptimalkan sumber daya yang ada dalam usaha pencapaian target meningkatkan produktivitas/performance cabang serta kepuasan pelanggan dan membuat perencanaan strategi, kebijakan, arah dan target cabang dengan guideline dari pusat.

### **2. Kasir**

Seseorang yang bertugas untuk mengurus dan menyimpan hasil pembayaran terutama uang, dan memasukkannya dalam mesin kasir, adapun tugas kasir diperusahaan Yamaha Matramas Motor

- a. Menjalankan proses penjualan dan pembayaran.
- b. Melakukan pencatatan atas semua transaksi.
- c. Membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai suatu produk.
- d. Melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta melakukan pembukusan.
- e. Melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang.

### **3. Admin**

Seluruh kegiatan yang bersifat administratif/ ketatausahaan kantor ataupun perusahaan berjalan dengan lancar. tugas admin yaitu:

- a. Menjawab dan menerima telfon, pengetikan, dokumen, surat menyurat *offline* atau *online*
- b. Menyapa dan menanggapi klien
- c. membuat agenda kantor

#### 4. Sales counter

Tugasnya menjual sebanyak-banyaknya produk-produk yang dijual, dan memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan

#### 5. Driver

Melakukan pemeriksaan, perawatan pemeliharaan kendaraan dalam rangka keamanan kendaraan serta mengendarai kendaraan sesuai dengan tugasnya.

#### 6. Kepalamekanik

Mengawasi kinerja mekanik sehari-hari dibandingkan terhadap prosedur kerja yang ada dan melakukan pembinaan terhadap kualitas mekanik.

#### 7. Servis counter

- a. Melayani customer yang ingin service
- b. Menginput history service ke dalam program SAP
- c. Bekerjasama dengan teknisi dalam membuat penjadwalan service berkala

## B. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan 93 kuesioner untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik responden yang akan diteliti, dilakukan pengelolaan data melalui perhitungan statistik deskriptif. data yang merupakan jawaban yang di berikan oleh responden dianalisis dengan bantuan program SPSS dengan tehnik analisis data. berikut ini adalah hasil dari analisis statistik deskriptif yang di peroleh dari jawaban responden atas pernyataan yang diajukan oleh peneliti.

### 1. Jenis Kelamin

Responden diperincimenurut jenis kelamin tujuannya yaitu untuk mengetahui profil responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabal 4.2**

**Responde berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	59	63%
2	Perempuan	34	37%
	Total	93	100%

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Yamaha Matramas Motor memiliki responde laki-

laki sebanyak 59 atau (63%) dan responden perempuan sebanyak 34 atau (37%). berdasarkan responden diatas menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih dominan dibandingkan perempuan.

## 2. Usia

Responden menurut usiatujuannya yaitu untuk mengetahui Usia responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabal 4.3**

**Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
21-35	52	56%
36-50	41	44%
Total	93	100%

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa jumlah responden terbanyak adalah usia 21-35 sebanyak 52 atau 56% sedangkan jumlah responden usia 36-50 sebanyak 41 atau 44% berdasarkan usia responden diatas disimpulkan bahwa responden paling dominan yaitu usia 21-35.

## 3. Pekerjaan

Responden menurut pekerjaantujuannya yaitu untuk mengetahui pekerjaan responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran

responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini

**Tabal 4.4**  
**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS/POLRI/TNI	9	10%
Pegawai swasta	42	45%
Wiraswasta	29	31%
Lain-lain	13	14%
Total	93	100%

Berdasarkan tabel 4.4, diketahui bahwa pekerjaan responden terbanyak adalah pegawai swasta sebanyak 42 responden atau sekitar 45%, jumlah wiraswasta 29 yaitu 31%, jumlah lain-lain 13 responden sekitar 14%, jumlah responden paling sedikit yaitu PNS/POLRI/TNI 9 responden sekitar 10%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak yaitu pekerjaan lain-lain.

### C. Deskripsi Variabel Penelitian

#### 1. Deskripsi Kualitas Pelayanan

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator kualitas pelayanan (X) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.5

## Jawaban Responden Atas Variabel (X) Kualitas Pelayanan

Indikator		Tanggapan										Total Skor	Rata-rata Skor
		SS		S		KS		TS		STS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Bentuk fisik	Item 1	36	39%	44	47%	11	12%	2	2%	0	0%	383	4,12
	Item 2	31	33%	52	56%	8	9%	2	2%	0	0%	391	4,20
Kehandalan	Item 3	29	31%	53	57%	11	12%	0	0%	0	0%	390	4,19
	Item 4	40	43%	48	52%	3	3%	2	2%	0	0%	405	4,35
Tanggapan	Item 5	22	24%	55	59%	12	13%	3	3%	1	1%	373	4,01
	Item 6	25	27%	55	59%	10	11%	3	3%	0	0%	381	4,09
Jaminan	Item 7	22	24%	59	63%	10	11%	2	2%	0	0%	380	4,08
	Item 8	21	22%	55	59%	14	15%	3	3%	1	1%	374	4,02
Perhatian	Item 9	24	26%	56	60%	11	12%	2	2%	0	0%	381	4,09
	Item 10	22	24%	57	61%	12	13%	2	2%	0	0%	378	4,06
Rata-rata skor													4,12

Sumber: data Primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa untuk item 1 yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju 44 responden. hal ini menunjukkan responden menganggap kualitas pelayanan (bentuk fisik)

lingkungan gedung sudah memadai untuk bertransaksi berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,12.

Pernyataan untuk item 2 yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju 52 responden.hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kualitas pelayanan (bentuk fisik) berpakaian dan berpenampilan rapih sudah memadai untuk bertransaksi berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,20.

Pernyataan untuk item 3 yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju 53 responden.hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kualitas pelayanan (Kehandalan) dari segi pemberian informasi dan pencatatan dilakukan secara akurat berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,19.

Pernyataan untuk item 4 yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju 48 responden.hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kualitas pelayanan (Kehandalan) dari segi pembayaran dan registrasi dilakukan dengan tepat waktu berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,35

Pernyataan untuk item 5 yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju 55 responden.hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap bahwa karyawan Yamaha Matramas Motor dari segi kualitas pelayanan (Tanggapan)merespon pelanggan dengan baik dan cepat berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,01

Pernyataan untuk item 6 yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju 55 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap bahwa karyawan Yamaha Matramas Motor dari segi kualitas pelayanan (Tanggapan) informasi yang diberikan jelas dan mudah dimengerti berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,09.

Pernyataan untuk item 7 yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju 59 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kualitas pelayanan (Jaminan) mampu menjawab pertanyaan pelanggan terkait produk/jasa yang ditawarkan berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,08.

Pernyataan untuk item 8 yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju 59 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kualitas pelayanan (Jaminan) karyawan Yamaha Matramas Motor menjamin keamanan dalam bertransaksi berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,02.

Pernyataan untuk item 9 yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju 56 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap kualitas pelayanan (Perhatian) karyawan Yamaha Matramas Motor bersungguh-sungguh melayani pelanggan berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,09.

Pernyataan untuk item 10 yang menjawab pernyataan paling banyak adalah setuju 57 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden

menganggap kualitas pelayanan (Perhatian) karyawan Yamaha Matramas Motor memberikan perhatian individual kepada pelanggan berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,06.

Berdasarkan jawaban responden diatas untuk item 1-10 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari Bentuk fisik, Keandalan, Tanggapan, Jaminan dan Perhatian memiliki nilai rata-rata yaitu 4,12 berada pada skala setuju-sangat setuju.

## 2. Deskripsi Kepuasan Pelanggan

Untuk melihat pernyataan responden terhadap kepuasan pelanggan Yamaha Matramas Motor dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Jawaban Responden Atas Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan**

Indikator		Tanggapan										Total Skor	Rata-rata Skor
		SS		S		KS		TS		TST			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Kepuasan Pelanggan	Item 1	35	38%	45	48%	11	12%	2	2%	0	0%	394	4,23
	Item 2	30	32%	53	57%	8	9%	2	2%	0	0%	390	4,19
	Item 3	28	30%	54	58%	11	12%	0	0%	0	0%	389	4,27
	Item 4	40	43%	48	52%	3	3%	2	2%	0	0%	405	4,35
	Item 5	25	27%	55	59%	10	11%	3	3%	0	0%	381	4,09
Rata-rata skor													4,22

Sumber: Data Primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diambil kesimpulan Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Yamaha Matramas Motor.

1. Pada pernyataan untuk item 1 yaitu saya puas dengan pendekatan karyawan yamaha matramas motor dalam menyelesaikan masalah pelanggan. Sebanyak 35 responden menjawab sangat setuju, 45 responden menjawab setuju, 11 responden menjawab kurang setuju, dan 2 responden menjawab tidak setuju. Yang berarti berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,23.
2. Pada pernyataan untuk item 2 yaitu saya puas dengan kinerja yamaha matramas motor dalam menyelesaikan transaksi secara teliti. Sebanyak 30 responden menjawab sangat setuju, 53 responden menjawab setuju, 8 responden menjawab kurang setuju, dan 2 responden menjawab tidak setuju. Yang berarti berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,19.
3. Pada pernyataan untuk item 3 yaitu Transaksi dan pembayaran yang dilakukan sesuai dengan surat perjanjian yang disepakati bersama. Sebanyak 28 responden menjawab sangat setuju, 54 responden menjawab setuju, dan 11 responden menjawab kurang setuju. Yang berarti berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,27.
4. Pada pernyataan untuk item 4 yaitu saya mudah menjangkau lokasi pelayanan yamaha matramas motor. Sebanyak 40 responden menjawab sangat setuju, 48 responden menjawab setuju, 3 responden menjawab

kurang setuju, dan 2 responden menjawab tidak setuju. Yang berarti berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,35.

5. Pada pernyataan untuk item 5 yaitu Saya puas dengan Sistem kredit yang diberikan Yamaha matramas motor sesuai dengan yang saya inginkan. Sebanyak 25 responden menjawab sangat setuju, 55 responden menjawab setuju, 10 responden menjawab kurang setuju, dan 3 responden menjawab tidak setuju. Yang berarti berada pada skala setuju-sangat setuju dengan nilai rata-rata 4,09.
6. Berdasarkan jawaban responden diatas untuk item 1-5 menunjukkan bahwa pernyataan Kepuasan pelanggan pada Yamaha Matramas Motor memiliki nilai rata-rata yaitu 4,22 berada pada skala setuju-sangat setuju.

#### D. Analisis Data

##### 1. Uji validitas dan Realiabilitas

###### a. Uji Validitas

Uji yang dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.

Pengukuran suatu item pernyataan yang terdapat pada angket atau kuesioner dilakukan dengan cara membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dimana taraf signifikan yang digunakan adalah 0,05 atau 5% dengan  $n = 93$  sehingga  $r_{tabel}$  dalam penelitian ini adalah  $r(0,05; 93-2) = 0,2039$ . Adapun hasil output dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.7**  
**Uji validitas variabel X**

Varuabel	Item Pertayaan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X)	Item 1	0,638	0,2039	Valid
	Item 2	0,756	0,2039	Valid
	Item 3	0,784	0,2039	Valid
	Item 4	0,763	0,2039	Valid
	Item 5	0,830	0,2039	Valid
	Item 6	0,812	0,2039	Valid
	Item 7	0,839	0,2039	Valid
	Item 8	0,361	0,2039	Valid
	Item 9	0,776	0,2039	Valid
	Item 10	0,444	0,2039	Valid

Sumber: hasil output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.4 diatas hasil pengelolaan data variabel Kualitas Pelayanan (X) menggunakan bantuan SPSS 25, menunjukkan seluruh item memiliki nilai lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  artinya seluruh pernyataan tersebut valid. Sesuai dengan tujuan dilakukannya uji validitas adalah untuk melihat seberapa besar kemampuan pernyataan dapat mengetahui jawaban responden.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang diajukan oleh peneliti dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden, dapat dijadikan sebagai alat ukur yang tepat.

**Tabel 4.8**  
**Uji validitas variabel (Y)**

Varuabel	Item Pertayaan	R hitung	R tabel	kesimpulan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Item 1	0,497	0,2039	Valid
	Item 2	0,466	0,2039	Valid
	Item 3	0,541	0,2039	Valid
	Item 4	0,457	0,2039	Valid
	Item 5	0,590	0,2039	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.6 diatas hasil pengelolaan data variabel Kepuasan Pelanggan (Y) menggunakan bantuan SPSS 25 menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  artinya seluruh pernyataan dapat dijadikan alat ukur yang valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Suatu variabel akan dikatakan reliable apabila jika nilai alpha ( $\alpha$ ) lebih besar dari 60% atau 0,60. Adapun hasil output sebagai berikut.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliabilitas Coefficients	Cronbarch Alpha	Nilai Alpha	Kesimpulan
X	10 Item	0,881	0,60	Reliabel
Y	5 Item	0,766	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil output SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.9 di atas bahwa seluruh nilai *Cronbarch alpha* melebihi nilai *alpha*. Karena nilai seluruh *Cronbarch alpha* lebih besar dari pada 0,06 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument dinyatakan reliabel.

c. Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Tujuannya adalah untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel *independent* secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*. Berdasarkan hasil pengolahan data Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh hasil koefisien regresi sebagai berikut.

**Tabel 4.10**  
**Hasil uji Analisis Regresi Sederhan**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.185	3.048		5.311	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.622	0.073	0.665	8.492	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Output SPSS 25

Dari tabel diatas, maka dapat diketahui persamaan regresi sederhana sebagai berikut.

$$Y = 16.185 + 0,622X$$

Berdasarkan model persamaan diatas, dapat diketahui sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 16,185 dapat diartikan bahwa apabila variabel Kualitas pelayanan 0, maka variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 16,185.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,622 dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan untuk menggunakan jasa Yamaha Matramas Motor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1 kali, maka variabel Kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,622 dan begitu pula sebaliknya.

#### d. Uji Hipotesis

##### 1. Uji Parsial(Uji t)

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk menentukan apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabelkepuasanpelanggan. Jika nilai signifikan  $t_{hitung}$  lebih kecil dari 0,05( $sig < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dalam tabel ini menggunakan  $t_{tabel}$  yang diperoleh dari  $df = n - k - 1$  ( $93 - 2 - 1 = 90$ ), maka didapat yaitu sebesar 1.661.

Tabel 4.12

Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	16.185	3.048		5.311	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.622	0.073	0.665	8.492	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil output SPSS 2020

Berikut adalah penjelasan mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan:

Berdasarkan tabel 4.12 Diatas maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  dari kualitas pelayanan(X) sebesar 8,492 dan nilai dari  $t_{tabel}$  1,661 maka dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{table}$  ( $8,492 > 1,661$ ). Sehingga

dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 66,5%, sedangkan sisanya sebesar 33,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dilakukan untuk melihat seberapa besar persentase pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya koefisien dan determinasi pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

### Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 4.13

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. The Error of the Estimate
1	0.665 <sup>a</sup>	0.442	0.436	3.401

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil output SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 hasil output diatas menunjukkan bahwa nilai R square adalah 0,442 atau 44,2%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas (variabel Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (variable Kepuasan Pelanggan). Artinya, bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan varian pada kepuasan pelanggan adalah sebesar 44,2%. sedangkan sisanya ( $100 - 44,2 = 55,8\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

#### **E. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Yamaha Matramas Motor. Pembahasan hasil penelitian disajikan sebagai berikut:

Hasil menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan(X) Bentuk Fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa bentuk fisik dari penyedia jasa, interior dan sumber daya manusia sebagai pembayi pelayanan akan menentukan Kepuasan Pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) kehandalan pengaruh memiliki positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa kehandalan dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kehandalan dari bentuk kecepatan pelayanan, kemampuan dan kehandalan karyawan dalam melayani pelanggan akan mempertibangkan dalam bentuk kepuasan konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) tanggapan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa tanggapan dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dari kesediaan karyawan membantu, memberikan informasi, respon yang cepat dari kariawan dan penyelesaian masalah dengan cepat akan memberikan pengaruh terbentuknya kepuasan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) Jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa Jaminan menunjukkan kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan, karyawan yang mempunyai pengetahuan luas dan jaminan keamanan yang diberikan akan memberikan kesan yang baik bagi Yamaha Matramas Motor sehingga meningkatkan Kepuasan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa Perhatian menunjukkan kemampuan karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan, dapat menumbuhkan rasa percaya pelanggan pada Yamaha Matramas Motor sehingga memberikan pengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh nilai t hitung sebesar 8,492 ( $8,492 > 1.661$ ) Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,665 : maka hipotesis yang menyatakan bahwa " diduga besar kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasn pelanggan

pembiayaan pembelian sepeda motor pada Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin Kota Makassar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dibuktikan variabel kualitas produk (X1) diperoleh pengujian hipotesis nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,118 > 1,985$ ), hal itu juga dikaitkan dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. nilai” sedangkan variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh nilai pengujian hipotesis  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,645 > 1,985$ ), hal itu juga dikaitkan dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.” dilakukan oleh Rosa Lesmana dan Ratnasari (2019) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radeka Tama Piranti Nusa”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari penelitian yang diperoleh, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil analisis diperoleh bahwa variabel independen yakni Bentuk Fisik, Keandalan, Tanggapan, Jaminan, dan Empati secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. secara partial Bentuk Fisik, Keandalan, Tanggapan, Jaminan, dan Empati secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yang artinya apabila variabel Independen naik maka variabel Dependen akan ikut meningkat.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Yamaha Matramas Motor. hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 8.492, nilai signifikan  $0,000 < 0,005$  dan koefisien regresi 0,665.

Dari kelima variabel Independen indicator yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin, variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel keandalan yaitu item 3 dan item 4 mempunyai pelanggan yang sangat setuju sebanyak 29 dan 40 responden sedangkan yang setuju sebanyak 53 dan 48 responden.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

Disarankan dimasa mendatang, peningkatan kualitas pelayanan oleh Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin Menjadi pertimbangan agar pemberian pelayanan tersebut sesuai dengan peningkatan Kepuasan Pelanggan. Dimensi bentuk fisik (*assurance*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*) jaminan (*assurance*), perhatian (*empathy*) juga perlu senantiasa ditingkatkan karena dimensi tersebut juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini dapat memberi saran pada perusahaan Yamaha Matramas Motor agar menjaga Kualitas Pelayanan perusahaan di mata masyarakat untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Selain itu perusahaan disarankan untuk lebih memperhatikan kebijakan mengenai pelayanan yang tepat berdasarkan apa yang diinginkan pelanggan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alita Mutyaningsi. (2019) *Pengaruh kualitas Produk, Promosi, Harga dan Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intevening*. Surakarta.
- Ariska Putri Diah Suparna. (2018). *Pengaruh Citra dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Pembiayaan di PT Adira Dinamika Multi Finance*. Yogyakarta.
- Bhimantoro S., Tjiptono (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telepon Rumah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Study pada Pelanggan Telipon Rumah PT Telkom Kota Surabaya)* Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 4 Nomor 3.
- Fandy Tjiptono, *pemasaran jasa* (yogyakarta: Andi, 2014), 354
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Plus Regresi*, Badab Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kasmir.(2011). *Etika Costemer Cervice*. Jakarta; Pt Raja Grafindo Perada.
- Kolter, P., & Amstronng.(2010). *Principles of Marceting, thirteen editions*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Natalia, S (2010). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Marcellio Speed Shop*. *Jurnal Manajemen* 1- 20.
- Panjaitan, E. J. (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung*. *Jurnal Mnajemen*, 11(2), 265-289.
- Philip, Kolter. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas*. PT Indeks Jakarta.
- Parasuraman., and Patmarina H. (2016) *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayan, dan Lokai Terdapat Kepuasan Konsumen Pada PT Nathani Indonesia Di Bandar Lampung*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol 7 No 1...
- Rahman, A. Md., Kalam. A.,& Abdullah, Md. (2012). *"The Influence of Service Quality and Price On Costumer Statisfktion: Anempirical Study On*

*Restaurant and Service in Khulna Division*". Journal of Finance and Accounting, 3(4), 8-15.

Rachmad., and Juniantara, I.M.A., Sukawati T.G.R. (2018) *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. E-Jurnal Manajemen Unud.vol 7 No 11.

Ropinov Saputra. (2010). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Semarang: PT Nusantara Sakti Demak.

Setyowati, E., & Wiyadi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga dan citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* Vol. 18, No.2, 102-112.

Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Supranto, M.A., APU. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (Cetakan Keempat). Jakarta: PT. RinekaCipta.

Sigit, K.N., dkk. (2017) "*Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 21, No.1 h, 159.

Susanti, N.D.A. (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Adira Dinamika Multifinance Cabang Lampung Mobil*.Lampung.*Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol 7 No 1.

Tjiptono, F. (2012).*Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset

Tjiptono, Wulandari. (2013). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi

L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N



YAMAHA MATRAMAS MOTOR

Jl. Sultan Alauddin No. 232 Makassar

Hal : Balasan

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tan Min weng

Jabatan : Pimpinan Cabang

Alamat : Jl. Sultan Alauddin

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Pirdayanti

Nim : 105721125716

Program Studi: Manajemen

Alamat : Mangalle

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada perusahaan kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul : **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pembiayaan Pembelian Sepeda Motor pada Yamaha Matramas Motor Cabang Alauddin Kota Makassar"**

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Makassar, September 2020

Hormat Kami,

(Yamaha Matramas Motor)





Pirdayanti (Panggilan akrab Pirda). lahir di mangalle pada tanggal 03 Oktober 1998 dari pasangan suami istri bapak Kadehang dan ibu Muhadira. Penulis adalah anak ketida dari 5 bersaudara. Penulis sekarang bertempat tinggal di Jl. perintis kemerdekaan VII, Perumahan Trika Mahkota Indah, Kec.

Tamalandrea Kota Makassar. Pendidikan yang penulis ditempuh oleh penulis yaitu, SDN 123 Mekar jaya lulus tahun 2009, SMP Negeri 2 mappedeceng lulus tahun 2015, dan pada tahun 2016 ia melanjutkan kuliah di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Progran Studi Manajemen.

Dengan kerja keras dan ketekunan semangat tinggi untuk meraih cita-cita penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi mampu memberikan semangat bagi saudara/saudariku.

## Lampiran 2

### Kuesioner penelitian

#### Pendahuluan

Sebelumnya saya sampaikan terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Daftar pernyataan ini dibuat dengan maksud mengumpulkan data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Yamaha Matramas Motor.

- Identitas Responden

- Nama Responden : \_\_\_\_\_
- Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
- Usia : \_\_\_\_\_
- Pekerjaan :  PNS/POLRI/TNI  
 pegawai Suasta  
 Wirasuasta  
 Lain-lain

- Daftar Pertanyaan

Berilah tanda (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan saudara.

Keterangan:

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- KS = Kurang Setuju
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

## DAFTAR PERNYATAAN

### A. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

No	PERNYATAAN	SKS	TS	KS	S	SS
1.	kondisi dan lingkungan gedung bersih dan nyaman.					
2.	karyawan perusahaan berpakaian dan berpenampilan rapi					
3.	informasi pembayaran dan pencatatan dilakukan secara akurat.					
4.	pembayaran dan registrasi pelanggan tepat waktu dan tidak berbelit-belit.					
5.	karyawan cepat merespon pelanggan yang datang					
6.	informasi yang diberikan jelas dan mudah dimengerti pelanggan.					
7.	karyawan mampu menjawab pertanyaan pelanggan terkait produk/jasa yang ditawarkan.					
8.	Saya merasa aman dalam setiap transaksi dengan karyawan.					
9.	karyawan bersungguh-sungguh melayani keluhan pelanggan.					
10.	Karyawan Yamaha Matramas Motor memberikan perhatian individual yang baik kepada pelanggan.					

### B. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	PERNYATAAN	SKS	TS	KS	S	SS
1	saya puas dengan pendekatan kariawan yamaha matramas moor dalam menyelesaikan masalah pelanggan.					
2	Saya puas dengan kinerja yamaha matramass motor dalam menyelesaikan transaksi secara teliti.					
3	Transaksi dan pembayaran yang dilakukan sesuai dengan surat perjanjian yang disepakati bersama.					
4	Saya mudah menjangkau lokassi pelayanan yamaha matramas motor.					
5	Saya puas dengan Sistem kredit yang diberikan yang diberikan Yamaha matramas motor sesuai dengan yang saya inginkan.					



### Lampiran 3 Rekapitulasi Responden

	Kualitas Pelayanan (X)										TOTAL
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
1	4	5	4	4	4	4		3	4	4	36
2	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	38
3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
6	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
7	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
8	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
9	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	43
10	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	45
11	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	44
12	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	41
13	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
16	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
17	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
21	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
22	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	41
23	5	4	4	4	3	3	4	5	4	5	41
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
26	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
27	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
28	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	41
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	45
32	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	40
33	3	3	3	3	3	3	5	4	5	4	36

4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	44
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	43
6	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	46
7	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	36
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
0	4	4	4	5	4	4	4	2	4	2	37
1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	22
2	3	2	3	2	2	2	2	5	2	5	28
3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	47
6	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	37
7	2	3	4	4	3	3	3	5	4	5	36
8	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
9	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	39
0	4	3	3	4	3	3	3	5	4	4	36
1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
2	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
6	4	4	4	5	4	4	4	1	4	3	37
7	5	3	3	4	1	3	3	5	3	5	35
8	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
9	5	5	4	4	4	5	4	3	3	3	40
0	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	33
1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32
3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	37
4	4	5	4	4	4	4	3	5	3	5	41
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
9	4	5	4	4	3	2	3	4	5	4	38
0	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
1	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	40

2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
0	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
1	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
2	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	3	38
5	3	4	5	5	2	4	3	4	4	4	38
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
8	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
9	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	43



No	Kepuasan Pelanggan (Y)					Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	5	4	4	3	41
2	5	4	4	4	4	42
3	5	4	4	4	4	43
4	5	4	4	5	4	43
5	5	4	4	4	4	42
6	4	4	5	4	4	42
7	4	4	4	5	4	43
8	5	4	4	5	4	46
9	5	4	5	5	5	46
10	4	5	4	5	4	45
11	5	5	4	5	4	45
12	5	5	4	4	4	44
13	4	4	5	5	4	42
14	4	4	4	4	4	41
15	4	4	4	5	4	40
16	3	4	4	4	4	40
17	4	4	4	5	4	41
18	4	4	4	4	4	40
19	4	4	4	4	4	41
20	4	5	4	4	4	43
21	5	5	4	4	4	42
22	5	4	4	4	3	42
23	5	4	4	4	5	47
24	5	5	5	5	5	47
25	5	4	4	4	5	46
26	5	5	5	5	4	46
27	4	4	5	5	4	42
28	3	4	4	4	5	45
29	5	5	5	5	5	50
30	5	5	5	5	5	46
31	5	4	4	4	4	40
32	4	4	4	4	3	35
33	3	3	3	3	4	38
34	4	4	5	5	4	43

35	4	4	4	4	5	44
36	5	5	5	5	3	43
37	4	4	4	4	4	41
38	4	4	4	4	5	44
39	5	5	5	4	4	42
40	4	4	4	5	2	31
41	3	2	3	2	2	27
42	3	2	3	2	5	40
43	5	5	5	5	5	46
44	3	4	4	5	5	45
45	5	5	5	5	4	44
46	4	5	4	4	3	38
47	2	3	4	4	5	42
48	5	5	5	5	4	44
49	5	4	4	4	3	39
50	4	3	3	4	5	44
51	5	5	5	5	5	48
52	4	4	5	5	5	46
53	4	5	5	5	4	44
54	4	4	4	5	4	42
55	4	4	4	5	4	41
56	4	4	4	5	3	40
57	5	3	3	4	5	44
58	4	5	5	5	5	46
59	5	5	4	4	4	39
60	3	4	3	4	3	31
61	2	3	3	3	3	31
62	3	3	3	3	5	34
63	3	3	3	4	4	39
64	4	5	4	4	5	46
65	5	4	5	5	5	48
66	5	5	5	5	4	44
67	4	4	4	4	4	38
68	4	4	4	4	2	39
69	4	5	4	4	4	40
70	3	4	4	4	4	38
71	4	3	3	4	5	43
72	5	5	5	5	4	46

73	4	5	4	5	4	42
74	4	4	4	4	4	40
75	4	4	4	4	4	40
76	4	4	4	4	4	39
77	4	4	3	4	4	39
78	4	4	4	4	4	41
79	4	4	4	4	5	46
80	5	5	5	5	5	45
81	4	4	4	4	4	44
82	4	5	5	5	5	48
83	5	5	5	5	4	44
84	5	4	4	4	3	41
85	3	4	5	5	4	41
86	4	4	4	4	4	44
87	5	5	5	5	4	48
88	5	5	5	5	4	48
89	5	5	5	5	4	44
90	4	4	4	4	4	40
91	4	4	4	4	4	40
92	4	4	4	4	4	41
93	4	4	4	5	4	21





. (2-tailed)	.967	.726	.186	.271	.487	.431	.297		.107	.000	.000
	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
arson	.369**	.543**	.516**	.561**	.704**	.598**	.743**	.168	1	.249*	.776**
rrelation											
. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.107		.016	.000
	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
arson	.102	.113	.175	.120	.145	.147	.210*	.796**	.249*	1	.444**
rrelation											
. (2-tailed)	.333	.282	.093	.250	.166	.160	.044	.000	.016		.000
	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
arson	.638**	.756**	.784**	.763**	.830**	.812**	.839**	.361**	.776**	.444**	1
rrelation											
.g. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

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

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



### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Kepuasan Pelanggan
1	Pearson Correlation	1	.581**	.505**	.450**	.085	.497**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.419	.000
	N	93	93	93	93	93	93
2	Pearson Correlation	.581**	1	.700**	.638**	.048	.466**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.645	.000
	N	93	93	93	93	93	93
3	Pearson Correlation	.505**	.700**	1	.718**	.181	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.083	.000
	N	93	93	93	93	93	93
4	Pearson Correlation	.450**	.638**	.718**	1	.160	.457**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.126	.000
	N	93	93	93	93	93	93
5	Pearson Correlation	.085	.048	.181	.160	1	.590**
	Sig. (2-tailed)	.419	.645	.083	.126		.000
	N	93	93	93	93	93	93
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.497**	.466**	.541**	.457**	.590**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93

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



## Lampiran 5 Demografi Responden

### 1. Jenis kelamin

NO	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	59	63%
2	Perempuan	34	37%
	Total	93	100%

### 2. Usia

Usia	Jumlah	Persentase
21-35	52	56%
36-50	41	44%
Total	93	100%

### 3. Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS/POLRI/TNI	9	10%
Pegawai swasta	42	45%
Wiraswasta	29	31%
Lain-lain	13	14%
Total	93	100%

4. Deskripsi Karakter Responden Kualitas Pelayanan Variabel (X)

Indikator		Frekuensi						Persentase					
		SS	S	KS	TS	STS	Total	SS	S	KS	TS	STS	Total
Bentuk fisik	Item 1	36	44	11	2	0	93	39%	47%	12%	2%	0%	100%
	Item 2	31	52	8	2	0	93	33%	56%	9%	2%	0%	100%
Kehandalan	Item 3	29	53	11	0	0	93	31%	57%	12%	0%	0%	100%
	Item 4	40	48	3	2	0	93	43%	52%	3%	2%	0%	100%
Tanggapan	Item 5	22	55	12	3	1	93	24%	59%	13%	3%	1%	100%
	Item 6	25	55	10	3	0	93	27%	59%	11%	3%	0%	100%
Jaminan	Item 7	22	59	10	2	0	93	24%	63%	11%	2%	0%	100%
	Item 8	21	55	14	3	1	93	22%	59%	15%	3%	1%	100%
Perhatian	Item 9	24	56	11	2	0	93	26%	60%	12%	2%	0%	100%
	Item 10	22	57	12	2	0	93	24%	61%	13%	2%	0%	100%

Sumber: data Primer diolah 2020

5. Deskripsi Karakter Responden Kepuasan Pelanggan Variabel (Y)

Indikator		Frekuensi					Persentase					Total	
		SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS		
Kepuasan Pelanggan	Item 1	35	45	11	2	0	93	38%	48%	12%	2%	0%	100%
	Item 2	30	53	8	2	0	93	32%	57%	9%	2%	0%	100%
	Item 3	28	54	11	0	0	93	30%	58%	12%	0%	0%	100%
	Item 4	40	48	3	2	0	93	43%	52%	3%	2%	0%	100%
	Item 5	25	55	10	3	0	93	27%	59%	11%	3%	0%	100%



## Lampiran 6 Uji Reliability Data

### Uji Reliability Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.881	10

### Uji Reliability Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.766	5



Lampiran 7 Uji Regresi sederhana, Uji T, dan Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.185	3.048		5.311	.000
	Kualitas Pelayanan	.622	.073	.665	8.492	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.665 <sup>a</sup>	.442	.436	3.401

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

