

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Unit Analisis

Dalam sub bab ini peneliti ingin mendeskripsikan data responden yang di ukur dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, status, dan pendapatan perbulan. Peneliti melakukan deskripsi pada responden untuk mengetahui karakteristik responden yang hasilnya sebagai berikut:

4.1.1 Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Kode	Laki-Laki	Perempuan
1	188	-
2	-	37
Persentase	83,6%	16,4%

Sumber: Data diolah dengan Microsoft Excel

Berdasarkan Tabel 4.1 penelitian ini menjelaskan karakteristik jenis kelamin dari 225 orang responden yang datang untuk melakukan *service* motor Suzuki di dealer Fatmawati, Jakarta Selatan. Sampel terdiri dari 83,6% (188 orang) adalah laki-laki dan 16,4% (37 orang) adalah perempuan.

Dapat dilihat bahwa dari 225 responden yang diteliti lebih dari 80% laki-laki lebih banyak melakukan *service* motor Suzuki daripada perempuan, keadaan tersebut terjadi karena motor merupakan sarana untuk meningkatkan performa dalam bekerja.

Hal ini menjadi dasar strategi bagi pihak dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan untuk lebih fokus untuk memberikan yang terbaik dalam pelayanan (*service*) agar mampu menunjang mobilisasi tinggi laki-laki sekaligus meningkatkan performa dalam bekerja (karena kualitas motor yang prima dan tidak bermasalah menjadikan pelanggan nyaman dalam beraktivitas dan mobilisasi dengan menggunakan motor).

4.1.2 Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Usia Responden

Kode	<17	17-22	23-28	29-34	>34
1	0	-	-	-	-
2	-	36	-	-	-
3	-	-	79	-	-
4	-	-	-	72	-
5	-	-	-	-	38
Persentase	0%	16%	35,11%	32%	16,89%

Sumber: Data diolah dengan Microsoft Excel

Berdasarkan tabel 4.2, menunjukkan 35,11% sampel yang diambil melalui 225 responden pada usia 23-28 tahun memperbaiki motornya di dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan, disusul 32% dari usia 29-34 tahun, lalu 16,89% dari usia diatas 34 tahun, dan yang terakhir dari kelompok usia 17-22 tahun dengan persentase 16%.

Dilihat dari data diatas, dapat diambil dua kesimpulan. Yang pertama, kelompok umur di bawah 17 tahun tidak memiliki

responden sama sekali, mungkin dikarenakan kelompok umur di bawah 17 tahun belum diperbolehkan memperoleh SIM (Surat Izin Mengemudi) dan pada kelompok umur di bawah 17 tahun biasanya yang mengurus segala keperluan untuk memperbaiki motor diserahkan kepada orang yang lebih tua dari pada kelompok umur tersebut. Yang kedua adalah, pengguna sepeda motor yang melakukan perbaikan (*service*) motor, 84% sampel (kelompok usia 23-28 tahun, 29-34 tahun dan >35 tahun) masuk dalam usia produktif yang membutuhkan mobilitas tinggi di tengah padatnya lalu lintas Jakarta.

Hal ini menjadi dasar strategi bagi produsen maupun dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan untuk terus mengkomunikasikan produknya bagi usia produktif, karena usia produktif merupakan pangsa pasar potensial untuk membeli produk Suzuki maupun memperbaiki (merawat) motornya di dealer Fatmawati, Jakarta Selatan.

4.1.3 Pekerjaan

Tabel 4.3

Karakteristik Pekerjaan Responden

Kode	Mahasiswa/I	PNS	Pegawai Swasta	Wiraswasta	Lain-Lain
1	35	-	-	-	-
2	-	31	-	-	-
3	-	-	110	-	-
4	-	-	-	49	-
5	-	-	-	-	0
Persentase	15,55%	13,78%	48,89%	21,78%	0%

Sumber: Data diolah dengan Microsoft Excel

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa karakteristik pekerjaan responden yaitu 48,89% dari 225 responden berprofesi sebagai pegawai swasta yang melakukan *service* motor Suzuki di dealer Fatmawati, Jakarta Selatan. Dilihat dari data di atas sisanya berprofesi sebagai mahasiswa, pegawai negeri sipil dan wiraswasta melakukan *service* motor Suzuki di dealer Fatmawati, Jakarta Selatan masing-masing sebesar 15,55 %, 13,78%, dan 21,78%. Sedangkan untuk pilihan pekerjaan lain-lain tidak mendapat responden sama sekali.

Dari penjabaran di atas, dapat dijadikan landasan bagi produsen maupun manajemen dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan untuk bekerja sama mengkomunikasikan pasar potensial lainnya seperti pada karakteristik pekerjaan PNS dan mahasiswa yang hanya meraup 13,78% dan 15,55% pangsa pasar.

4.1.4 Pendapatan Perbulan

Tabel 4.4

Karakteristik Pendapatan Responden

Kode	< 1.000.000	1.000.000-1.999.999	2.000.000-5.000.000	> 5.000.000
1	25	-	-	-
2	-	42	-	-
3	-	-	128	-
4	-	-	-	30
Persentase	11,11%	18,67%	56,89%	13,33%

Sumber: Data diolah dengan Microsoft Excel

Berdasarkan Tabel 4.4, data diatas menunjukkan 56,89% dari 225 responden yang dijadikan sampel berpenghasilan Rp. 2.000.000-5.000.000, 18,67% responden berpenghasilan Rp. 1.000.000-Rp.1.999.999, 13,33% berpenghasilan diatas Rp. 5.000.000, dan 11,11% berpenghasilan dibawah Rp. 1.000.000.

Dari data di atas dapat dijadikan pertimbangan bagi manajemen dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan untuk mempertahankan harga saat ini, yaitu harga yang terjangkau dibanding dengan harga *service* motor yang ditawarkan kompetitor, selain itu pelayanan perbaikan motor Suzuki di dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan minimal harus dapat mempertahankan kualitas yang sama, dengan harapan dapat meningkatkan kualitas pelayanan di masa yang akan datang.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Setelah mengumpulkan data-data yang didapatkan langsung dari lapangan, peneliti secara bertanggung jawab melakukan uji coba dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Peneliti melakukan uji coba (uji instrumen)

sebanyak 30 responden untuk mengukur kelayakan (validitas) dan kekonsistenan (reliabilitas) dari kuesioner.

Dalam penelitian ini peneliti juga melakukan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas yang hasilnya antara lain:

4.2.1 Hasil Uji Instrumen

4.2.1.1 Uji Validitas

Uji validitas mengukur kelayakan sebuah pertanyaan yang akan dijadikan sebagai pondasi sebuah penelitian yang akan dilakukan. Instrumen ini di uji coba kepada 30 responden yang sedang melakukan perawatan (*service*) di dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan. Instrumen dikatakan valid apabila hasil penghitungan butir pertanyaan melebihi 0,361 (taraf signifikansi 5%). Sedangkan penghitungan hasilnya diolah dengan *software* SPSS 17. Hasil dari pengujian variabel Kualitas Produk dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0.694	0.361	Valid
2	0.525	0.361	Valid
3	0.637	0.361	Valid
4	0.523	0.361	Valid
5	0.540	0.361	Valid
6	0.722	0.361	Valid

Sumber: Perhitungan SPSS 17

Dari hasil uji validitas yang telah di lakukan terhadap variabel kualitas produk, maka diambil kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel dan item-item tersebut berkorelasi signifikan sehingga tidak perlu dikeluarkan atau diperbaiki (valid).

Tabel 4.6

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0.759	0.361	Valid
2	0.578	0.361	Valid
3	0.611	0.361	Valid
4	0.608	0.361	Valid
5	0.530	0.361	Valid
6	0.370	0.361	Valid
7	0.687	0.361	Valid
8	0.694	0.361	Valid
9	0.758	0.361	Valid
10	0.686	0.361	Valid
11	0.267	0.361	Tidak Valid
12	0.373	0.361	Valid
13	0.530	0.361	Valid

Sumber: Perhitungan SPSS 17

Dari hasil uji validitas yang telah di lakukan terhadap variabel kualitas pelayanan dapat di ambil kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel, (kecuali item pertanyaan nomor 11) dan item item tersebut berkorelasi signifikan sehingga hanya perlu di dikeluarkan atau di perbaiki pada item nomor 11.

Tabel 4.7
Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0.647	0.361	Valid
2	0.745	0.361	Valid
3	0.757	0.361	Valid
4	0.724	0.361	Valid
5	0.424	0.361	Valid
6	0.558	0.361	Valid
7	0.301	0.361	Tidak Valid
8	0.645	0.361	Valid

Sumber: Perhitungan SPSS 17

Dari hasil uji validitas yang telah dilakukan terhadap variabel kepuasan pelanggan dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel, (kecuali item pertanyaan nomor 7) dan item item tersebut berkorelasi signifikan sehingga hanya perlu di keluarkan atau di perbaiki pada item nomor 7.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur konsistensi sebuah pertanyaan yang akan dijadikan sebagai pondasi sebuah penelitian yang akan dilakukan, apabila pertanyaan itu reliabel, maka pertanyaan tersebut harus dapat diandalkan dan tetap konsisten bila pengukuran tersebut diulang. Instrumen ini di uji coba kepada 30 responden yang sedang melakukan perawatan (*service*) di dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan. Instrumen dikatakan reliabel apabila hasil penghitungan butir pertanyaan melebihi 0,6 (taraf signifikansi 5%). Sedangkan penghitungan hasilnya diolah dengan

software SPSS 17. Hasil dari pengujian variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,610	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,844	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,759	Reliabel

Sumber : Perhitungan SPSS 17

Dari hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan terhadap semua variabel (variabel kualitas produk, variabel kualitas pelayanan, dan variabel kepuasan pelanggan) dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel karena nilai alpha melebihi 0,6..

4.2.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk menjelaskan setiap jawaban yang diberikan responden yang berasal dari kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti.

4.2.2.1 Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.9

Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk

No Item	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total
	Dimensi <i>Quality Level</i>						
1	Mesin motor Suzuki irit bahan bakar.	2	21	58	97	47	225
2	Menurut saya, kualitas motor Suzuki menjadikan saya hanya perlu melakukan perawatan (<i>service</i>) dengan rentang waktu yang cukup lama.	0	32	74	86	33	225
3	Mesin motor Suzuki tangguh di segala kondisi cuaca.	0	17	60	103	45	225
	Nilai <i>Quality Level</i> (%)	0,3	10,37	28,44	42,37	18,52	100
	Dimensi <i>Quality Consistency</i>						
4	Menurut saya, kualitas motor Suzuki menjadikan saya selalu nyaman dalam berkendara.	0	21	61	100	43	225
5	Menurut saya, motor Suzuki tidak bermasalah bila dipakai dalam kecepatan rendah maupun kecepatan tinggi (aerodinamis).	0	31	66	81	47	225
6	Menurut saya, komponen motor Suzuki yang berkualitas menjadikan saya selalu aman dalam berkendara.	0	29	85	64	47	225
	Nilai <i>Quality Consistency</i> (%)	0	12	31,40	36,30	20,30	100

Sumber: Data diolah dengan Microsoft Excel

Dalam variabel Kualitas Produk terdapat 2 dimensi, yaitu *Quality Level* dan *Quality Consistency*. Dari tabel 4.9 menunjukkan besarnya presentase skor untuk masing masing pernyataan pada variabel Kualitas Produk.

a. Quality Level

Dalam dimensi *quality level* yang terdapat pada tabel 4.9 menunjukkan 42,37% responden menjawab setuju bahwa motor Suzuki irit bahan bakar, kualitas mesin motor Suzuki membuat perawatan (*service*) kembali dengan rentang waktu yang cukup lama, dan mesin motor Suzuki tangguh di segala kondisi cuaca. Tabel tersebut juga menunjukkan 18,52% responden menjawab sangat setuju, sisanya 28,44% menjawab netral, 10,37% menjawab tidak setuju dan 0,3% menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan responden, sebagian besar (60,89%) menjawab setuju dan sangat setuju bahwa motor Suzuki memiliki level kualitas yang baik, sehingga menjadi bahan pertimbangan pihak pabrikan Suzuki untuk menjaga kualitas seluruh komponen-komponen motor yang dimilikinya agar tetap dapat mempertahankan pangsa pasar sekaligus merebut pangsa pasar kompetitor dengan cara selalu terus berinovasi dan melihat perkembangan pasar (*trend*), sehingga motor Suzuki tetap diminati pasar.

b. Quality Consistency

Dalam dimensi *quality consistency* yang terdapat pada tabel 4.9 menunjukkan 36,30% responden menjawab setuju bahwa kekonsistenan kualitas yang dimiliki motor Suzuki sudah baik, sedangkan 20,30% responden menjawab sangat setuju bahwa kekonsistenan kualitas motor Suzuki sudah baik, sisanya sebesar 31,40% responden menjawab netral dan 12% responden menyatakan tidak setuju.

Data pada tabel 4.9, menunjukkan besarnya responden yang menyatakan bahwa kekonsistenan yang dimiliki motor Suzuki sudah baik. Namun, 31,40% responden yang menjawab netral harus mendapat perhatian khusus dari pabrikan motor Suzuki karena bila tidak konsisten menjaga kualitas motor Suzuki, maka akan berpengaruh buruk terhadap brand motor Suzuki di masa yang akan datang.

4.2.2.2 Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.10

Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

No Item	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Total
	Dimensi Reliability						
7	Menurut saya, pelayanan yang diberikan oleh bengkel Suzuki, dealer Fatmawati, Jakarta Selatan sesuai dengan janji yang ditawarkan.	0	9	38	133	45	225
8	Menurut saya, hasil perbaikan motor Suzuki oleh bengkel Suzuki, dealer Fatmawati, Jakarta Selatan sesuai dengan yang diharapkan.	0	12	69	114	30	225
	Nilai Reliability (%)	0	4,66	23,78	54,89	16,67	100
	Dimensi Responsiveness						
9	Menurut saya, kesigapan karyawan dealer Fatmawati, Jakarta Selatan, dalam menangani permasalahan motor Suzuki pelanggan baik.	0	4	44	133	44	225
10	Menurut saya, penanganan keluhan pelanggan oleh karyawan dealer Fatmawati, Jakarta Selatan dilakukan dengan cepat.	0	7	48	131	39	225
	Nilai Responsiveness (%)	0	2,44	20,45	58,67	18,44	100
	Dimensi Assurance						
11	Menurut saya, keramahan yang diberikan karyawan dealer Fatmawati, Jakarta Selatan kepada pelanggan baik.	0	12	67	102	44	225
12	Menurut saya, karyawan dealer Fatmawati, Jakarta Selatan mempunyai kemampuan menjelaskan produk dengan baik kepada pelanggan.	0	15	69	103	38	225

13	Menurut saya, karyawan dealer Fatmawati, Jakarta Selatan mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan untuk merawat motornya di bengkel Suzuki, dealer Fatmawati, Jakarta Selatan.	1	17	63	118	26	225
	Nilai Assurance (%)	0,15	6,52	29,48	47,85	16	100
	Dimensi <i>Emphaty</i>						
14	Menurut saya, karyawan dealer Fatmawati, Jakarta Selatan perhatian kepada pelanggan.	0	17	56	117	35	225
15	Menurut saya, karyawan dealer Fatmawati, Jakarta Selatan dapat berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan.	1	24	69	95	36	225
16	Menurut saya, karyawan dealer Fatmawati, Jakarta Selatan memahami kebutuhan pelanggan.	1	18	76	98	32	225
	Nilai <i>Emphaty</i> (%)	0,29	8,74	29,78	45,93	15,26	100
	Dimensi <i>Tangibles</i>						
17	Menurut saya, kebersihan bengkel Suzuki, dealer Fatmawati, Jakarta Selatan sudah baik.	1	23	68	101	32	225
18	Menurut saya, kenyamanan bengkel Suzuki, dealer Fatmawati, Jakarta Selatan sudah baik.	1	17	23	104	28	225
	Nilai <i>Tangibles</i> (%)	0,44	8,89	31,33	44,89	14,44	100

Sumber: Data diolah dengan Microsoft Excel

Variabel kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi yaitu, *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empahty, dan Tangibles*. Pada tabel 4.10 dapat dilihat besarnya nilai untuk setiap pernyataan pada variabel kualitas pelayanan.

A. Dimensi *Reliability*

Dalam dimensi *Reliability* pada tabel 4.10 menunjukkan 54,89% responden menyatakan setuju bahwa pelanggan mendapatkan pelayanan (*service*) sesuai janji yang ditawarkan dan hasilnya sesuai yang diharapkan oleh pelanggan dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan. Tabel 4.12 juga menunjukkan 16,67% menjawab sangat setuju bahwa pelanggan membutuhkan pelayanan (*service*) yang sesuai dengan penawaran dan tentunya hasilnya harus sesuai dengan harapan pelanggan dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan. Disusul responden yang menjawab netral dan tidak setuju sebesar 23,78% dan 4,66%. Sedangkan yang menjawab sangat tidak setuju tidak memiliki responden sama sekali.

Dari penjabaran data di atas menjadi latar belakang bagi dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan untuk selalu memberikan pelayanan dan hasil perbaikan motor yang sesuai dengan janji kepada pelanggan. Bila Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan tidak konsisten dalam memberikan pelayanan dan hasil yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan secara otomatis akan berpindah ke bengkel yang lain, ataupun berpindah ke produk motor kompetitor.

B. Dimensi *Responsiveness*

Pada dimensi *Responsiveness* yang di jabarkan pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa 58,67% menyatakan setuju bahwa karyawan dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan sigap responsif dalam

menangani berbagai macam permasalahan pelanggan, sisanya menunjukkan sebesar 20,45% responden menjawab netral, 18,44% responden menjawab sangat setuju dan hanya 2,44% menjawab tidak setuju bahwa karyawan dealer Suzuki Fatmawati sigap dan responsif menangani berbagai macam permasalahan pelanggan. Sedangkan yang menjawab sangat tidak setuju tidak mendapat responden sama sekali.

Dari penjabaran di atas dapat menjadi landasan bagi manajemen dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan untuk terus menerus respon terhadap permasalahan pelanggan dengan baik agar pelanggan secara berkala, percaya untuk kembali memperbaiki motornya di dealer Fatmawati, Jakarta Selatan.

C. Dimensi *Assurance*

Pada dimensi *assurance* yang terdapat di tabel 4.10 menunjukkan sebesar 47,85% responden menyatakan setuju bahwa karyawan dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan ramah dalam melayani pelanggan, memiliki pengetahuan mengenai produk, dan mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan. Sedangkan responden yang menjawab netral, sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan sebesar 29,48%, 16%, 6,54% dan 0,15%.

Dari penjabaran data di atas, dapat menjadi landasan bagi manajemen dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan untuk mempertahankan keramah-tamahan karyawannya agar menanamkan kepercayaan kepada pelanggan untuk selalu memperbaiki motornya di

dealer Fatmawati, Jakarta Selatan. Selain itu, perlu ditingkatkan pengetahuan karyawan dealer Fatmawati, Jakarta Selatan mengenai produk yang ditawarkan, karena bila karyawan tidak mengetahui produk yang ditawarkan, pelanggan merasa tidak percaya bila memperbaiki motornya di dealer Fatmawati, Jakarta Selatan.

D. Dimensi *Emphaty*

Dalam dimensi *Emphaty* yang terdapat pada tabel 4.10, menunjukkan 45,93% responden menyatakan setuju bahwa karyawan dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan perhatian terhadap setiap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan, mengetahui kebutuhan pelanggan dan mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan. Tabel 4.10 juga menunjukkan koefisien 29,78% responden menjawab netral, sisanya sebesar 15,26% menjawab sangat setuju, 8,74% menjawab tidak setuju, dan 0,29% menjawab sangat tidak setuju.

Komunikasi yang terjalin dengan baik dengan pelanggan merupakan kunci untuk lebih dekat dengan pelanggan. Bila komunikasi berjalan baik, maka karyawan dapat mengetahui hal-hal penting (harapan-harapan) yang diinginkan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh dealer Fatmawati, Jakarta Selatan sehingga dealer Fatmawati dapat memenuhi keinginan pelanggan dengan baik dan tepat.

E. Dimensi *Tangibles*

Dalam dimensi *tangibles* yang terdapat pada tabel 4.10, menunjukkan 44,89% responden menyatakan setuju bahwa penampilan kebersihan dan kenyamanan dealer Suzuki Fatmawati baik, di susul oleh pelanggan yang menjawab netral sebesar 31,33%, sangat setuju sebesar 14,44%, tidak setuju sebesar 8,89% dan 0,44% menjawab sangat tidak setuju.

Kebersihan dan kenyamanan dealer Fatmawati, Jakarta Selatan merupakan faktor kunci kembalinya pelanggan untuk kedua kali (dan seterusnya) untuk melakukan perbaikan/perawatan (*service*) di dealer Fatmawati, Jakarta Selatan. Bila pelanggan merasa nyaman berada di dealer Fatmawati, Jakarta Selatan maka otomatis dealer Fatmawati, Jakarta Selatan akan menjadi pilihan utama pelanggan untuk memperbaiki motornya, sehingga menaikkan laba yang diterima.

4.2.2.3 Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.11

Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

No item	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total
	Dimensi <i>Attributes Related To Product</i>						
19	Harga motor Suzuki sesuai dengan kualitas motor Suzuki.	0	3	17	153	52	225
20	Motor Suzuki memberikan manfaat bagi diri saya dibandingkan merek pesaing.	0	16	52	108	49	225
21	Desain motor Suzuki sangat menarik bagi saya.	0	9	18	129	69	225
	Nilai <i>Attributes Related To Product (%)</i>	0	4,15	12,89	57,78	25,18	100

Dimensi <i>Attributes Related to Services</i>							
22	Dealer motor Suzuki mampu memberikan solusi yang terbaik bagi perbaikan motor	0	9	49	116	51	225
23	Produsen motor Suzuki memberikan garansi produk motor Suzuki berkualitas	0	13	59	110	43	225
	Nilai <i>Attributes Related To Product (%)</i>	0	4,89	24	50,22	20,89	100
Dimensi <i>Attributes Related To Purchases</i>							
24	Kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor sejenis untuk memberikan kualitas pada produk (motor) yang dihasilkan baik	0	24	70	85	46	225
25	Mudah menemukan tempat <i>service</i> motor Suzuki selain di dealer Fatmawati di Jakarta Selatan.	2	41	73	76	33	225
	Nilai <i>Attributes Related To Purchases (%)</i>	0,44	14,44	31,78	35,78	17,55	100

Sumber: Data diolah dengan Microsoft Excel

Variabel kepuasan pelanggan terdiri dari 3 dimensi yaitu, *attributes related to products*, *attributes related to services*, dan *attributes related to purchases*. Pada tabel 4.11 dapat dilihat besarnya persentase untuk setiap pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan.

A. *Attributes Related to Products*

Dalam dimensi *Attributes Related to Products* pada tabel 4.11 menunjukkan 57,78% responden menyatakan setuju bahwa atribut yang berhubungan produk sesuai dengan ekspektasi yang diinginkan pelanggan di susul oleh 25,18% responden yang menjawab sangat setuju, 12,89% menjawab netral dan 4,15% responden menjawab tidak setuju. Sedangkan, yang menjawab sangat tidak setuju tidak mendapat responden sama sekali.

Atribut yang berhubungan dengan produk menjadi peran vital bagi kepuasan pelanggan Suzuki. Kualitas produk Suzuki merupakan hal yang pertama kali dijadikan pertimbangan pelanggan untuk memilih kendaraan (motor). Untuk itu, pabrikan Suzuki harus senantiasa memperbaiki kualitas (seperti harga yang sebanding dengan kualitas motor, memberikan manfaat yang lebih dibandingkan pesaing dan desain yang menarik bagi pelanggan) produknya agar selalu diminati konsumen.

B. *Attributes Related to Services*

Pada dimensi *Attributes Related to Services* yang dijabarkan pada tabel 4.11 menunjukkan 50,22% menyatakan setuju bahwa pelayanan dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan dapat memberikan solusi yang baik bagi pelanggan, pabrikan memberikan garansi bahwa produk yang dihasilkan berkualitas. Tabel 4.11 juga menunjukkan 24% menjawab netral, sisanya menunjukkan 20,89% responden menjawab sangat setuju dan 4,89% responden menjawab tidak setuju. Sedangkan yang menjawab sangat tidak setuju, tidak mempunyai responden sama sekali.

Perawatan/perbaikan (*service*) yang baik harus dijadikan pertimbangan khusus dealer Fatmawati, Jakarta Selatan, dikarenakan persentase responden yang menyatakan setuju dan

sangat setuju mencapai 71,11%. Ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan karyawan dealer Fatmawati, Jakarta Selatan sangat memuaskan pelanggan. Hal ini tentu saja sangat signifikan sehingga perlu tetap dijaga kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan.

C. *Attributes Related to Purchases*

Pada dimensi *Attributes Related to Purchases* yang dijabarkan pada tabel 4.11 menunjukkan hanya 35,78% menyatakan setuju bahwa pelanggan puas terhadap atribut yang berhubungan dengan penjualan. Tabel 4.11 juga menunjukkan 31,78% menjawab netral, sisanya menunjukkan koefisien sebesar 17,55% responden menjawab sangat setuju, 14,44% responden menjawab tidak setuju dan 0,44% menjawab sangat tidak setuju. Dengan akumulasi responden yang menjawab setuju dan sangat setuju sebesar 53,33% tentunya masih jauh dari harapan bahwa pelanggan belum puas terhadap kemampuan Suzuki untuk bersaing dengan kompetitor. Hal ini seharusnya menjadi dasar bahwa Suzuki harus berfikir inovatif untuk bersaing dengan kompetitor. Selain itu, Suzuki harus memperbanyak dealer-dealer mereka seperti yang dilakukan kompetitor.

4.2.3 Uji Asumsi Dasar

4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data yang kita ambil di lapangan mendekati distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Kriterianya adalah:

- Jika $\text{sig} \geq \alpha$ (5%) maka data tersebar secara normal
- Jika $\text{sig} < \alpha$ (5%) maka data tidak tersebar secara normal

Tabel 4.12

Uji Normalitas X_1

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1	.057	225	.074	.972	225	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

Pada tabel 4.12 menunjukkan variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,74. Dari kriteria pengujian Kolmogorov-Smirnov menyatakan bahwa nilai signifikansi X_1 sebesar $0.074 > 0,05$, maka data pada variabel X_1 berdistribusi normal.

Tabel 4.13

Uji Normalitas X_2

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X2	.052	225	.200 [*]	.991	225	.211

a. Lilliefors Significance Correction

*. This is a lower bound of the true significance.

m

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

Pada tabel 4.13 menunjukkan variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,2 (*true significance*). Dari kriteria pengujian Kolmogorov-Smirnov bahwa nilai signifikansi X_2 sebesar $0.2 > 0,05$ maka data pada variabel X_2 berdistribusi normal.

Tabel 4.14

Uji Normalitas Y

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Y	.058	225	.061	.973	225	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

Pada tabel 4.14 menunjukkan variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,061. Dari kriteria pengujian Kolmogorov-

Smirnov bahwa nilai signifikansi Y sebesar 0.061 > 0,05 maka data pada variabel Y berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Linearitas

Uji ini di gunakan untuk mengetahui dari dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak linear. Untuk melakukan pengujian linearitas di lakukan dengan *test of linearity* dengan taraf signifikansi 0,05 (5%).

Kriterianya:

- Jika sig < 0,05 maka terdapat hubungan yang linear
- Jika sig > 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear.

Tabel 4.15

Linearitas antara X_1 dan Y

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	540.481	16	33.780	1.966	.017
		Linearity	93.268	1	93.268	5.429	.021
		Deviation from Linearity	447.214	15	29.814	1.735	.046
	Within Groups		3573.359	208	17.180		
	Total		4113.840	224			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

Pada tabel 4.15 menunjukkan nilai kualitas produk (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,021 . Dari kriteria pengujian *test of linearity* bahwa nilai X_1 sebesar 0.021 < 0,05 maka data pada X_1 terdapat hubungan linear dengan

variabel Y. Sedangkan, Pada tabel 4.16 di bawah ini menunjukkan nilai signifikansi kualitas pelayanan (X_2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,004. Dari kriteria pengujian *test of linearity* bahwa nilai X_2 sebesar $0.004 < 0,05$ maka data pada X_2 terdapat hubungan linear dengan variabel Y.

Tabel 4.16
Linearitas antara X_2 dengan Y

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between Groups	(Combined)	447.721	27	16.582	.891	.624
X2		Linearity	158.698	1	158.698	8.528	.004
		Deviation from Linearity	289.023	26	11.116	.597	.940
	Within Groups		3666.119	197	18.610		
	Total		4113.840	224			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

4.2.3.3 Uji Multikoleniaritas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antar sesama variabel independen. Dalam menguji multikoleniaritas dapat melihat dari *value inflation factor* yang tertera pada tabel SPSS 17 dengan kriteria:

- Jika nilai $VIF < 5$ maka tidak terdapat multikoleniaritas.
- Jika nilai $VIF > 5$ maka terdapat multikoleniaritas.

Tabel 4.17
Hasil Uji Perhitungan Multikoleniaritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	23.590	2.792		8.449	.000		
X1	-.129	.065	-.131	-1.995	.047	.988	1.012
X2	.138	.050	.182	2.778	.006	.988	1.012

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

Pada tabel 4.17 menunjukkan nilai VIF kedua variabel yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 1,012 < dari 5, maka dari kriteria di atas dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat multikoleniaritas atau hubungan linear antar variabel independen.

4.2.3.4 Uji Heterokedastisitas

Uji ini di gunakan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual. Untuk menguji heterokedastisitas digunakan uji Park dengan kriteria:

- Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel} < -t \text{ tabel}$, maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.18
 Hasil Uji Perhitungan Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-8.070	5.806		-1.390	.166
	LN _{X2}	1.418	1.302	.073	1.089	.277
	LN _{X1}	1.394	.807	.116	1.728	.085

a. Dependent Variable: LNE_{i2}

Pada tabel 4.18 menunjukkan nilai kualitas produk (X_1) memiliki nilai signifikan sebesar 1,728. Dari kriteria uji park dengan responden sebanyak 225 (t tabel sebesar 1,970659), maka nilai X_1 sebesar $1,728 < 1,970659$ maka data pada X_1 tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Pada tabel 4.18 juga menunjukkan koefisien kualitas pelayanan (X_2) memiliki nilai signifikan sebesar 1,089. Dari kriteria pengujian Park bahwa nilai X_2 sebesar $1,089 < 1,970659$ maka data pada X_2 tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

A. H1: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.19

Uji t variabel X_1

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.590	2.792		8.449	.000
	X1	-.129	.065	-.131	-1.995	.047
	X2	.138	.050	.182	2.778	.006

a. Dependent Variable: Y

Uji t

Hipotesis 1

- H_0 = Secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan
- H_a = Secara parsial ada pengaruh antara variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan

Kriteria berdasarkan t tabel

- H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$
- H_0 ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

Kriteria berdasarkan signifikansi

- Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak
- Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

Pada penelitian ini nilai t hitung untuk nilai X_1 sebesar $-1,995$ dengan t tabel sebesar $-1,975$, maka perhitungan menunjukkan $-1,995 < -1,975$ ($-t$ hitung $< -t$ tabel). Pernyataan di atas menghasilkan kriteria H_0 di tolak, artinya secara parsial ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk X_1 adalah $0,047$. Hal tersebut memastikan bahwa kriteria signifikan terpenuhi, yaitu $X_1 (0,047) < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini tidak mendukung penelitian Sumani (2006) dalam penelitiannya yang berjudul: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar IM3, dikarenakan pengaruh X_1 bersifat positif, berbanding terbalik dengan peneliti.

Dari analisis yang dilakukan pada penelitian di atas, peneliti menyatakan bahwa variabel kualitas produk dengan seluruh dimensi yang berada di dalamnya (*Quality*

Level dan *Quality Consistency*) mempengaruhi secara negatif kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa persentase pelanggan yang tidak setuju kualitas produk Suzuki itu baik cukup banyak, yang masing-masing 10,37% untuk dimensi *Quality Level* dan 12% untuk dimensi *Quality Consistency*. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk Suzuki masih perlu perbaikan. Hal ini harus dijadikan dasar pertimbangan pihak Suzuki untuk lebih kreatif dan inovatif untuk mengembangkan produknya. Namun, secara garis besar pelanggan masih setuju dan sangat setuju bahwa kualitas produk Suzuki masih bisa diandalkan.

Penelitian ini menjabarkan tentang keseluruhan kualitas produk yang dimiliki motor Suzuki yang menjadi dasar peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan kepuasan pelanggan, karena data menunjukkan bahwa penjualan motor Suzuki mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal ini menjadi landasan bagi manajemen Suzuki untuk membuat strategi-strategi yang lebih efektif.

B. H2: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.20

Uji t variabel X₂

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.590	2.792		8.449	.000
	X1	-.129	.065	-.131	-1.995	.047
	X2	.138	.050	.182	2.778	.006

a. Dependent Variable: Y

Uji t

Hipotesis 2

- Ho = Secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan
- Ha = Secara parsial ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

Kriteria berdasarkan t tabel

- H0 diterima jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$
- Ho ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

Kriteria berdasarkan signifikansi

- Jika $\text{sig} < 0,05$ maka Ho ditolak
- Jika $\text{sig} > 0,05$ maka Ho diterima

Pada penelitian ini, nilai t hitung untuk X_2 yang ditunjukkan pada tabel 4.20 sebesar 2,778 dengan t tabel sebesar 1,975, maka perhitungan menunjukkan $2,778 > 1,975$ (t hitung $>$ t tabel). Pernyataan di atas menghasilkan kriteria H_0 di tolak, artinya secara parsial ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.20 juga menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk X_1 adalah 0,006. Hal tersebut memastikan bahwa kriteria signifikan terpenuhi, yaitu $X_1 (0,006) < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak.

Pengujian hipotesis 2 (dua) dalam penelitian ini mendukung penelitian Rachmat Hidayat (2009) dalam penelitiannya yang berjudul : Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri, karena pengaruh kualitas pelayanan bersifat positif.

Dari penelitian di atas, peneliti menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan seluruh dimensinya (*Tangibles, Assurance, Reliability, Emphaty,* dan *Responsiveness*) mempengaruhi secara positif kepuasan pelanggan.

Pada variabel kualitas pelayanan dalam dimensi *Emphaty* dan *Tangibles* terdapat responden yang tidak setuju bahwa pelayanan yang diberikan oleh dealer Fatmawati, Jakarta Selatan kurang memuaskan masing-masing sebanyak 8,74% dan 8,89%. Walaupun persentasenya masih dibawah 10%, namun dengan angka yang mendekati 10%, maka dealer Fatmawati, Jakarta Selatan hendaknya memberikan perhatiannya kepada dua dimensi ini.

Penelitian ini menjabarkan tentang keseluruhan kualitas pelayanan yang digambarkan melalui dimensi-dimensinya yaitu berupa keseluruhan pelayanan yang diberikan dealer Suzuki untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan.

**C. H3: Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Kepuasan Pelanggan**

a) Uji F

Tabel 4.21

Hasil Analisis Uji F Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap
Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	228.360	2	114.180	6.524	.002 ^a
	Residual	3885.480	222	17.502		
	Total	4113.840	224			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

Hipotesis:

- Ho : tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan
- Ha : ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan

Kriteria pengujian:

- Ho diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$
- Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Pada penelitian ini nilai F hitung yang ditunjukkan pada tabel 4.21 sebesar 6,524 dengan F tabel sebesar 3,09 , maka perhitungan menunjukkan $6,524 > 3,09$ ($F_{hitung} > F_{tabel}$). Pernyataan di atas menghasilkan kriteria H_0 di tolak, artinya secara bersama-sama ada pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

4.2.5 Persamaan Regresi Linier Berganda

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

$$Y = 23,590 - 0,129X_1 + 0,138X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Kualitas Pelayanan

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai

berikut:

- Konstanta sebesar 23,590; artinya jika variabel Kualitas Produk (X_1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X_2) nilainya adalah 0, maka variabel kepuasan pelanggan nilainya adalah 23,590.

- Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar -0,129, artinya jika variabel independen lain mengalami nilai tetap dan kualitas produk mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,129. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi pengaruh negatif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan, semakin naik kualitas produk Suzuki maka akan semakin menurun kepuasan pelanggan.
- Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,138, artinya jika variabel independen lain mengalami nilai tetap dan kualitas pelayanan mengalami peningkatan satu satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,138. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, semakin naik kualitas pelayanan Suzuki maka akan semakin meningkat kepuasan pelanggan.

4.2.6 Koefisien Determinasi

Tabel 4.22

Hasil analisis Determinasi X_1 dan X_2 Terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.236 ^a	.056	.047	4.184

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.23 diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0.056 atau 5,6%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangsih pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 5,6%. Sedangkan sisanya 94,4% dijelaskan dengan variabel lain yang tidak di masukan dalam model penelitian ini seperti *situasional factor*, harga, dan lain-lain.

Dari analisis yang dilakukan pada penelitian di atas, peneliti menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan seluruh dimensi yang berada di dalamnya mempengaruhi secara bersama-sama kepuasan pelanggan di dealer Fatmawati, Jakarta Selatan.