



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL "OCEAN AUTO WHEELS" DI SEMARANG

Oceano Indianto, Imroatul Khasanah¹
titotgatot@yahoo.co.id

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

Customer satisfaction is the level of one's feelings after comparing the performance (results) are perceived, compared with expectations. Satisfied customers is known after making a purchase, depending on the offer 's performance in fulfilling the expectations of the buyer. If performance meets expectations, the customer is satisfied. Many factors can affect customer satisfaction, such as service quality, facilities and customer value. Car Repair Ocean Auto Wheels, Jl . Ruko Purianjasmoro Block EE1 / 1 Semarang is a special workshop engaged in car legs. Currently, customers who visit Ocean Auto Repair Wheels tend to go down, because of discomfort when doing car maintenance. From some customer complaints, the vast majority were on workmanship complaints less rapidly (2 complaints), heat, long queues and a less bulky that each 1 complaint per month. Based on complaints show that there is customer dissatisfaction on Car Repair Ocean Auto Wheels. Based on these descriptions, so, the purpose of this study was to analyze the effect of service quality, facilities and customer value on customer satisfaction

The population in this study is that customers do car care at Ocean Auto Wheels Repair, Jl. Ruko Purianjasmoro Block EE1 / 1 Semarang unknown number. The samples in this study were 100 customers. Sampling technique in the study conducted by purposive sampling technique. Data type is primary. Methods of data collection using questionnaires. The analysis technique used is multiple regression.

The results of the analysis using SPSS showed that service quality positive and significant effect on customer satisfaction. Facilities positive and significant effect on customer satisfaction. Customer value positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords : *Service Quality, Facility, Customer Value, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan, dibandingkan dengan harapan (Daryanto,2013:9). Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi atau terlampaui (Lovelock dan Wright,2007:102). Puas tidaknya pelanggan diketahui setelah melakukan pembelian, tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan pembeli. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler dan Keller,2009:139).

Berkaitan dengan kepuasan pelanggan, beberapa peneliti telah melakukan penelitian dengan variabel bebas yang berbeda-beda. Berdasarkan penelitian Ikasari, dkk (2013) yang meneliti pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian tersebut nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pada penelitian Lailia, dkk (2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap terhadap

kepuasan pelanggan. Penelitian ini bermaksud menambah variabel fasilitas sesuai dengan penelitian Masruri dan Marliani (2012) dan Haryanto (2013).

Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan dengan kinerja (Kotler dan Keller, 2009:50). Perusahaan jasa harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan berada di atas saingan dan lebih hebat dari yang dibayangkan oleh pelanggan.

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh pengelola untuk pelanggan (Suharso dan Retnoningsih, 2004: 138). Keberadaan fasilitas seperti kotak saran dan keluhan akan membantu pihak pengelola dalam memperoleh informasi mengenai hal-hal apa saja yang diinginkan dan menjadi kebutuhan pelanggan.

Nilai pelanggan adalah selisih antara nilai pelanggan total dan biaya pelanggan total (Laksana, 2008:9). Perusahaan yang berpusat pada pelanggan adalah sebuah produk yang menfokuskan pada pengembangan pelanggan dalam merancang strategi pemasaran dan menyerahkan nilai superior kepada pelanggan sarannya. Penilaian pelanggan mengenai kapasitas produk secara keseluruhan adalah untuk memuaskan pelanggan (Daryanto, 2013:9).

Obyek penelitian ini adalah Bengkel Mobil Ocean Auto Wheels, Jl. Ruko Purianjasmoro Blok EE1/1 Semarang adalah bengkel spesial kaki-kaki mobil. Fasilitas yang diberikan kepada pelanggan adalah AC di ruang tunggu, minuman, kamar mandi, televisi, majalah tentang mobil, koran dengan tujuan agar pelanggan selama menunggu pendaftaran atau proses *finishing* pada saat mobil akan diambil oleh pemilik (pelanggan).

Bengkel Ocean Auto Wheels mempunyai beberapa pesaing, seperti Niki Velg yang bergerak dibidang yang sama. Niki Velg terletak di Jl. Jend. Sudirman No. 234, Semarang. Bengkel ini memberikan fasilitas dan pelayanan yang hampir sama, sehingga memungkinkan pelanggan untuk menservis mobilnya di bengkel Niki Velg.

Akhir-akhir ini pelanggan yang mengunjungi Bengkel Ocean Auto Wheels cenderung turun, karena merasakan ketidaknyamanan saat melakukan perawatan mobil. Hal itu diketahui dari beberapa pelanggan yang mengeluhkan pelayanan Bengkel Ocean Auto Wheels. Berdasarkan hasil komplain dari data Bengkel Ocean Auto Wheels, terdapat beberapa pelanggan yang mengeluhkan atau melakukan klaim terhadap pelayanan "Bengkel Ocean Auto Wheels" yaitu :

Tabel 1.
Data Keluhan
Bengkel "Ocean Auto Wheels" Semarang
Tahun 2013

Bulan	Jumlah	Jenis
Januari	2	Pengerjaan kurang cepat Panas
Februari	-	-
Maret	1	Antrian lama
April	-	
Mei	1	Antrian lama
Juni	1	Antrian lama
Juli	1	Tempat kurang besar
Agustus	-	-
September	-	-
Oktober	1	Panas
November	1	Pengerjaan kurang cepat
Desember	1	Pengerjaan kurang cepat

Sumber : Ocean Auto Wheels, 2014

Table 1. menunjukkan bahwa beberapa pelanggan mengeluhkan terhadap pelayanan Bengkel Ocean Auto Wheels yang artinya pelanggan masih kurang puas terhadap pelayanan

tersebut. Dari beberapa keluhan pelanggan, yang terbanyak adalah pada keluhan pengerjaan yang kurang cepat (2 keluhan), panas, antrian lama dan tempat kurang besar yang masing-masing 1 keluhan tiap bulannya. Berdasarkan keluhan-keluhan tersebut menunjukkan bahwa terdapat ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan Bengkel Ocean Auto Wheels

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan, fasilitas dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan bengkel Ocean Auto Wheels di Semarang.

PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Lovell, et al, 2010:154). Semua pihak yang membeli dan menggunakan suatu jasa akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas pelayanan. Hal ini disebabkan karena pelayanan jasa mempunyai karakteristik yang bervariasi, sehingga kinerja yang dihasilkannya seringkali tidak konsisten. Apabila pelayanan yang diharapkan pelanggan lebih besar dari pelayanan yang diterima pelanggan, maka pelayanan yang demikian bukan pelayanan yang berkualitas, sehingga pelanggan tidak puas. Apabila pelayanan yang diharapkan pelanggan lebih rendah dari pelayanan yang diterima pelanggan, maka pelayanan tersebut berkualitas, sehingga pelanggan puas. Hasil penelitian Lubis dan Martin (2009), Lailia, dkk (2012), Prasetyo (2012), Anindito dan Lataruva (2013) serta Haryanto (2013) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Fasilitas merupakan sarana untuk melaksanakan pelaksanaan fungsi atau kemudahan yang disediakan oleh pengelola untuk pelanggan (Suharto dan Retnoningsih, 2004:138). Keberadaan fasilitas seperti kamar kecil, cafe, ruang ganti akan membuat pelanggan merasa senang dan nyaman. Dengan demikian, pelanggan tidak merasa bingung untuk mencari apa yang dibutuhkannya. Fasilitas yang semakin baik dari pihak pengelola dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Masruri dan Marliani (2012) serta Haryanto (2013) menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

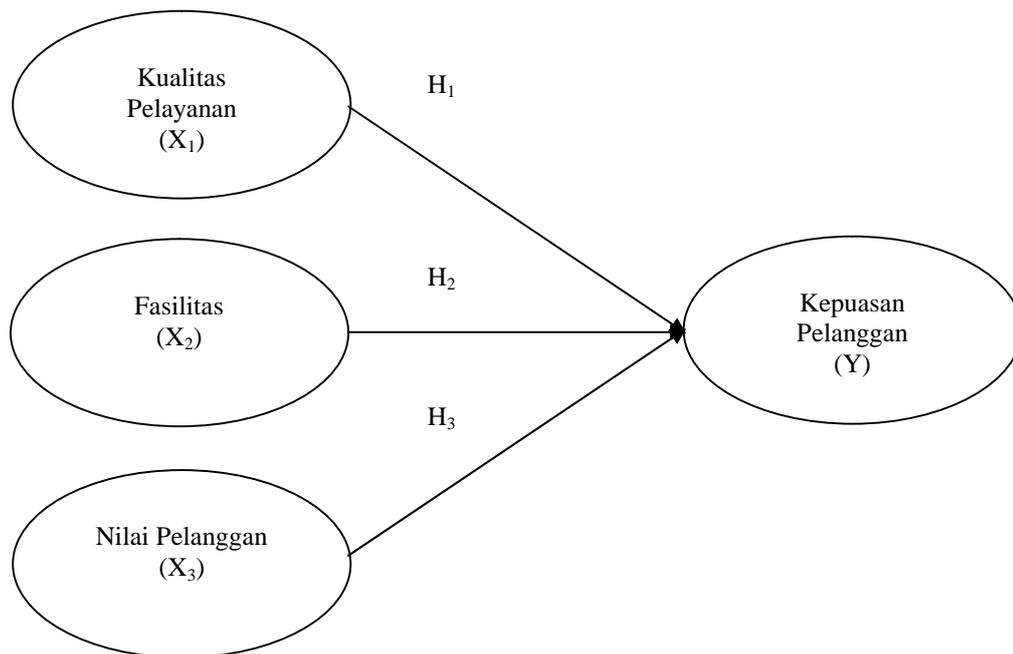
Nilai pelanggan merupakan perbedaan antara manfaat yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut (Daryanto, 2013:1). Perusahaan yang berpusat pada pelanggan adalah sebuah produk yang menfokuskan pada pengembangan pelanggan dalam merancang strategi pemasaran dan menyerahkan nilai superior kepada pelanggan targetnya. Penilaian pelanggan mengenai kapasitas produk secara keseluruhan adalah untuk memuaskan pelanggan (Daryanto, 2013:9). Semua perusahaan berusaha menawarkan produk dan jasa yang superior, maka pelanggan dihadapkan pada pilihan yang beraneka ragam. Pelanggan membuat pilihan pembeli berdasarkan pada persepsinya mengenai nilai yang melekat pada berbagai produk dan jasa ini. Setelah pemberian nilai, pelanggan akan mengevaluasi dan hasil evaluasi ini akan mempengaruhi kepuasan dan peluang untuk membeli ulang produk tersebut (Daryanto, 2013:126). Hasil penelitian Lailia, dkk (2012) serta Anindito dan Lataruva (2013) menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan pelanggan dengan apa yang diharapkan pelanggan. Apabila yang dirasakan pelanggan melebihi dari apa yang diharapkan, berarti pelanggan telah terpenuhi kepuasannya. Bila pelanggan telah merasa puas, biasanya akan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk atau jasa tersebut bila di kemudian hari muncul kebutuhan yang sama. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, fasilitas dan nilai pelanggan. Berdasarkan pemikiran di atas, maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti pada gambar 1 :

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Lailia, dkk (2012), Masruri dan Marliani (2012), Haryanto (2013) dan Ikasari, dkk (2013)

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari variabel independen yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, nilai pelanggan, sementara variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan diukur melalui : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (Prasetio, 2012:3). Fasilitas diukur dari : kamar mandi, mushola dan ruang AC (Haryanto, 2013:755). Nilai pelanggan diukur melalui : nilai layanan/nilai guna, biaya waktu dan biaya psikis (Hidayat, 2009:60). Kepuasan pelanggan diukur melalui : kepuasan terhadap pelayanan, keinginan untuk melakukan transaksi lagi dan kesediaan untuk merekomendasikan (Prasetio,2012:3).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan perawatan mobil pada Bengkel Ocean Auto Wheels, Jl. Ruko Purianjasmoro Blok EE1/1 Semarang yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 pelanggan. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu

atau perseorangan (Umar,2013:42). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner.

Metode Analisis

Rumus (Ghozali,2009:89) :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y	=	Kepuasan Pelanggan
b_0	=	Konstanta
b_1, b_2, b_3	=	Koefisien Regresi
X_1	=	Kualitas Pelayanan
X_2	=	Fasilitas
X_3	=	Nilai Pelanggan
e	=	error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden pria sebanyak 66,0% dan responden wanita sebanyak 34,0%. Jumlah ini dipengaruhi karena penelitian dilakukan di bengkel mobil sehingga lebih banyak pelanggan pria yang datang sendiri untuk melakukan perbaikan mobil dibanding pelanggan wanita. Hal ini yang mendasari pelanggan pria lebih mudah ditemui dan memberikan kontribusi paling besar untuk menjadi responden penelitian.

Berdasarkan pengelompokkan menurut umur menunjukkan bahwa sebagian besar responden berumur antara 31 sampai 40 tahun yaitu sebanyak 46,0%. Hal ini dapat dipengaruhi karena konsumen pada umur tersebut telah memiliki kemampuan untuk melakukan pembelian mobil sendiri, sehingga kebutuhan untuk perawatan mobil yang mereka miliki juga lebih tinggi terutama pada jasa pelayanan kaki – kaki, roda, velg, sporing atau modifikasi mobil

Pendidikan yang ditempuh para responden yaitu dari SLTP sampai S2 dengan jumlah terbanyak berasal dari pelanggan berpendidikan S1, yaitu sebanyak 40,0%. Hal ini dapat dipengaruhi karena konsumen berumur 31 sampai 40 tahun juga banyak yang menempuh pendidikan sarjana, dan dengan memiliki pekerjaan yang sesuai dengan tingkat pendidikan mampu memberikan penghasilan mencukupi untuk melakukan pembelian mobil. Sebagai seseorang yang memiliki mobil maka perlu jasa perawatan mobil dan diantaranya jasa bengkel kaki – kaki dan velg mobil seperti yang ditawarkan oleh bengkel "OCEAN AUTO WHEELS"

Pekerjaan yang dijalani oleh sebagian besar responden adalah karyawan swasta, yaitu dengan jumlah sebanyak 52,0%. Jumlah ini dapat dipengaruhi karena pada saat dilakukan penelitian ini lebih banyak ditemui pelanggan yang bekerja sebagai karyawan swasta sedang melakukan perbaikan mobil di "OCEAN AUTO WHEELS", agar mobil yang dimiliki bisa kembali dalam keadaan yang baik karena menjadi sarana transportasi penting untuk mendukung aktivitas pekerjaan setiap harinya

Deskripsi Variabel Penelitian

Tabel 2
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

No	Item Pertanyaan	Persentase Jawaban Responden					Total	Indeks	Kategori
		STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5			
1	Peralatan yang digunakan oleh Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang modern	3,0	7,0	29,0	39,0	22,0	370,0	74,00	Tinggi
2	Karyawan Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang mampu bekerja secara terpercaya	4,0	15,0	9,0	52,0	20,0	369,0	73,80	Tinggi
3	Karyawan Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang mampu mengerjakan mobil yang dirawatnya tepat waktu	2,0	18,0	44,0	26,0	10,0	324,0	64,80	Sedang
4	Karyawan Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk menghubunginya	2,0	15,0	40,0	28,0	15,0	339,0	67,80	Sedang
5	Karyawan Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang memahami kebutuhan pelanggan	3,0	10,0	44,0	32,0	11,0	338,0	67,60	Sedang
Hasil Nilai Indeks Kualitas pelayanan								69,60	Sedang

Sumber : Data Primer Diolah, 2014

Hasil nilai indeks jawaban responden terhadap kualitas pelayanan sebesar 69,60 dan termasuk pada penilaian yang sedang. Sementara itu apabila dilihat nilai jawaban di setiap item pertanyaan menunjukkan bahwa para responden memberikan nilai yang tinggi terhadap peralatan yang digunakan oleh bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang modern yaitu sebesar 74,00. Peralatan yang modern akan lebih mendukung proses perbaikan secara lebih efektif dan efisien karena peralatan modern lebih unggul didalam kemudahan yang digunakan dan memberikan banyak nilai fungsi. Penilaian yang tinggi juga diberikan terhadap karyawan bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang mampu bekerja secara terpercaya, yaitu sebesar 73,80. Kepercayaan dari para pelanggan bisa disebabkan karena karyawan handal dan memiliki ketrampilan mendukung untuk menjalankan tugasnya sehingga bisa melakukan perbaikan secara tepat dan akurat sesuai dengan kerusakan yang terjadi. Penilaian sedang diberikan terhadap karyawan bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang mampu mengerjakan mobil yang dirawatnya tepat waktu, yaitu sebesar 64,80. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan yang terjadi waktu penyelesaian perbaikan mobil masih melebihi waktu yang ditentukan.

Penilaian sedang diberikan terhadap karyawan bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk menghubunginya yaitu sebesar 67,80. Hal ini berarti para pelanggan masih cukup sulit untuk bisa menghubungi secara langsung para karyawan untuk berbagai kepentingan yang terkait perbaikan mobil. Penilaian sedang diberikan terhadap karyawan bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang memahami kebutuhan pelanggan, yaitu sebesar 67,60. Penilaian ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman para

karyawan terhadap kebutuhan para pelanggan belum terlalu tinggi, yang bisa disebabkan karena karyawan terlalu sibuk atau banyak pelanggan yang harus dipenuhi kebutuhan secara satu per satu, sehingga belum semua terlayani secara lebih maksimal.

Tabel 3
Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas

No	Item Pertanyaan	Persentase Jawaban Responden					Total	Indeks	Kategori
		STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5			
1	Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang menyediakan fasilitas kamar mandi	4,0	6,0	26,0	41,0	23,0	373,0	74,60	Tinggi
2	Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang menyediakan fasilitas mushola bagi pelanggan	4,0	14,0	37,0	31,0	14,0	337,0	67,40	Sedang
3	Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang menyediakan fasilitas AC di ruang tunggu	3,0	9,0	43,0	36,0	9,0	339,0	67,80	Sedang
Hasil Nilai Indeks Fasilitas								69,93	Sedang

Sumber : Data Primer Diolah, 2014

Hasil nilai indeks jawaban responden terhadap fasilitas sebesar 69,93 dan termasuk pada penilaian yang sedang. Sementara itu apabila dilihat nilai jawaban di setiap item pertanyaan menunjukkan bahwa para responden memberikan nilai yang tinggi terhadap bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang menyediakan fasilitas kamar mandi yaitu sebesar 74,60. Ketersediaan kamar mandi sangat mendukung kebutuhan kamar kecil bagi para pelanggan ketika datang dan menunggu antrian pelayanan bengkel. Penilaian sedang diberikan terhadap bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang menyediakan fasilitas mushola bagi pelanggan yaitu sebesar 67,40. Hal ini menunjukkan ada tempat yang dapat digunakan untuk ibadah meskipun tempat yang diberikan cukup sederhana. Penilaian sedang juga diberikan bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang menyediakan fasilitas AC di ruang tunggu yaitu sebesar 67,80. Fasilitas AC atau pendingin udara memang tersedia di ruang tunggu tetapi rasa dingin yang diberikan masih kurang menyebar di seluruh ruangan sehingga masih menimbulkan rasa gerah para pelanggan ketika menunggu proses pelayanan bengkel.

Tabel 4.
Tanggapan Responden Terhadap Nilai Pelanggan

No	Item Pertanyaan	Persentase Jawaban Responden					Total	Indeks	Kategori
		STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5			
1	Pelayanan yang diberikan oleh Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang sesuai harapan	3,0	14,0	43,0	24,0	16,0	336,0	67,20	Sedang
2	Harga yang ditawarkan oleh Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang sesuai dengan manfaat yang di peroleh	3,0	9,0	23,0	44,0	21,0	371,0	74,20	Tinggi
3	Lebih senang merawat mobil di Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang	3,0	12,0	42,0	30,0	13,0	338,0	67,60	Sedang
Hasil Nilai Indeks Nilai pelanggan								69,67	Sedang

Sumber : Data Primer Diolah, 2014

Hasil nilai indeks jawaban responden terhadap nilai pelanggan sebesar 69,67 dan termasuk pada penilaian yang sedang. Sementara itu apabila dilihat nilai jawaban di setiap item pertanyaan menunjukkan bahwa para responden memberikan nilai yang tinggi terhadap harga yang ditawarkan oleh bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang sesuai dengan manfaat yang di peroleh yaitu sebesar 74,20. Manfaat yang sesuai harga yaitu dengan mengeluarkan sejumlah uang sesuai tarif yang ditawarkan, maka mobil lebih nyaman dikendarai karena tidak ada lagi kerusakan di bagian kaki – kaki mobil, selain itu juga bisa melakukan pergantian velg dan jasa sporing. Penilaian sedang diberikan terhadap pelayanan yang diberikan oleh bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang sesuai harapan yaitu sebesar 67,20. Hal ini menunjukkan bahwa proses pelayanan perbaikan yang dilakukan hanya memenuhi sebagian keinginan para pelanggan terhadap proses perbaikan di bagian kaki – kaki atau roda mobil. Penilaian sedang juga diberikan terhadap lebih senang merawat mobil di Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang yaitu sebesar 67,60. Hal ini menunjukkan rasa senang atau rasa suka para pelanggan ketika melakukan perbaikan di "OCEAN AUTO WHEELS" Semarang belum terlalu tinggi

Tabel 5
Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Item Pertanyaan	Persentase Jawaban Responden					Total	Indeks	Kategori
		STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5			
1	Merasa puas terhadap pelayanan Bengkel “OCEAN AUTO WHEELS” Semarang	3,0	14,0	38,0	36,0	9,0	334,0	66,80	Sedang
2	Ingin melakukan transaksi dengan melakukan hal sama pada waktu lain di Bengkel “OCEAN AUTO WHEELS” Semarang	3,0	19,0	35,0	30,0	13,0	331,0	66,20	Sedang
3	Bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk melakukan perawatan mobil di Bengkel “OCEAN AUTO WHEELS” Semarang	2,0	13,0	43,0	34,0	8,0	333,0	66,60	Sedang
Hasil Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan								66,53	Sedang

Sumber : Data Primer Diolah, 2014

Hasil nilai indeks jawaban responden terhadap kepuasan pelanggan sebesar 66,53 dan termasuk pada penilaian yang sedang. Sementara itu apabila dilihat nilai jawaban di setiap item pertanyaan menunjukkan bahwa para responden memberikan nilai sedang terhadap merasa puas terhadap pelayanan bengkel “OCEAN AUTO WHEELS” Semarang yaitu sebesar 66,80. Kepuasan yang sedang ini dapat dikarenakan disisi lain ada beberapa faktor yang sudah baik seperti peralatan yang modern sehingga bisa memberikan pelayanan perbaikan secara menyeluruh, tetapi disisi lain masih ada yang kurang sesuai harapan seperti waktu penyelesaian yang terkadang masih kurang tepat waktu. Penilaian sedang juga diberikan terhadap melakukan transaksi dengan melakukan hal sama pada waktu lain di bengkel “OCEAN AUTO WHEELS” Semarang yaitu sebesar 66,20. Hal ini menunjukkan bahwa para pelanggan bisa kembali lagi melakukan perbaikan di bengkel “OCEAN AUTO WHEELS” apabila terjadi kerusakan di kaki – kaki, tetapi juga bisa memilih bengkel lain untuk melakukan perbaikan. Penilaian sedang juga diberikan terhadap bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk melakukan perawatan mobil di bengkel “OCEAN AUTO WHEELS” Semarang yaitu sebesar 66,60. Hal ini berarti para pelanggan mau memberi informasi mengenai bengkel “OCEAN AUTO WHEELS” kepada orang lain yang membutuhkan jasa bengkel untuk perbaikan di bagi kaki – kaki mobil, tetapi belum ditunjukkan dengan lebih aktif mengajak orang lain tersebut untuk lebih memilih menggunakan jasa bengkel OCEAN AUTO WHEELS”

Hasil Regresi

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Hasil analisis regresi berganda menghasilkan nilai koefisien regresi yang dapat dilihat pada *standardized coefficients*. Dari hasil tersebut dapat dibuat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,265 X_1 + 0,324 X_2 + 0,359 X_3$$

Hasil Koefisien Determinasi

Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada *Adjusted R Square* sebesar 0,846. Hasil ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan nilai pelanggan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 84,6% (100% - 84,6%), sementara 15,4% (100%-84,6%) kepuasan pelanggan bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" di Semarang dijelaskan oleh variabel di luar kualitas pelayanan, fasilitas, dan nilai pelanggan

Hasil Uji – F

Hasil uji – F sebesar 182,626 dan nilai sig. 0,000 lebih kecil (<) dari $\alpha = 0,05$. Dengan hasil ini maka kualitas pelayanan, fasilitas, dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Hal ini berarti model regresi yang digunakan fit atau baik.

Hasil Uji – t

1. Hasil uji - t kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 2,347 dengan sig. 0,021 < $\alpha = 0,05$, sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil uji - t fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar 2,862 dengan sig. 0,005 < $\alpha = 0,05$, sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil uji - t nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 3,036 dengan sig. 0,003 < $\alpha = 0,05$, sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian ini dilakukan di bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" di Semarang sehingga hasil penelitian hanya menggambarkan pada ruang lingkup penelitian tersebut. Membatasi variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan nilai pelanggan yang dilihat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan "OCEAN AUTO WHEELS" di Semarang.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disampaikan saran adalah Bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" perlu meningkatkan berbagai nilai yang lebih baik pada proses perbaikan mobil, agar para pelanggan memberikan persepsi atau penilaian yang lebih baik. Fasilitas yang terdapat pada bengkel "OCEAN AUTO WHEELS" masih perlu untuk lebih ditingkatkan seperti menyediakan ruangan mushola yang lebih besar, dan menyediakan tempat wudhu yang dekat dengan mushola seperti disamping atau didepan mushola. Perlengkapan untuk sholat seperti sajadah dan mukena juga perlu lebih banyak jumlahnya agar pelanggan tidak saling menunggu untuk bergantian menggunakan peralatan sholat. Kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan yaitu dengan memberikan pelayanan tepat waktu dengan menambah jam kerja karyawan atau menambah jumlah karyawan untuk menyelesaikan perbaikan mobil yang akan diambil oleh pelanggan, sehingga ketika diambil pelanggan mobil sudah siap tanpa harus menunggu lebih dahulu. Para karyawan juga harus lebih mudah untuk dihubungi yaitu segera mengangkat telepon atau membalas sms dari para pelanggan, serta apabila ada janji untuk ketemu dengan pelanggan maka harus sudah siap berada di tempat kerja.



REFERENSI

- Anindito, Dandi Teguh dan Eisha Lataruva. 2013. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan". **Diponegoro Journal Of Management**. Volume 3. Nomor 2. Tahun 2013. Hal. 1 – 7. Universitas Diponegoro (UNDIP). Semarang.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. **Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global**. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Daryanto. 2013. **Sari Kuliah Manajemen Pemasaran**. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2000. **Statistik Induktif**. Edisi Keempat. Cetakan Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2009. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haryanto, Edy. 2013. "Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado". **Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Akuntansi**. Vol. 1. No. 3. September 2013. Hal. 750 – 760. Universitas Sam Ratulangi Manado. Manado.
- Ikasari, Ajeng Utami, Sri Suryoko dan Sendhang Nurseto. 2013. "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Penumpang KA Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang)". **Diponegoro Journal Of Social and Politic**. Tahun 2013. Hal. 1 – 8. UNDIP. Semarang.
- Jahanshahi, Asghar Afshar, Mohammad Ali Hajizadeh Gashti, Seyed Abbas Mirdamadi, Khaled Nawaser, Seyed Mohammad Sadeq Khaksar. 2011. "Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty". **International Journal of Humanities and Social Science**. Vol. 1. No. 7. Juni 2011. Business Administration Department of Commerce & Research Center University of Pune. India.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Laila Q., Nimas, Sri Surjoko dan Saryadi. 2012. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHAS 0002 Semarang Honda Center". **Diponegoro Journal of Social and Politic**. Hal. 1 – 8. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Laksana, Fajar. 2008. **Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis**. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Lovelock, Christopher H. Dan Lauren K. Wright. 2007. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Cetakan II. Indeks. Jakarta.



- Lubis, Arlina Nurbaity dan Martin. 2009. “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD Deli Medan”. **Jurnal Manajemen Bisnis**. Vol. 2. No. 1. Januari 2009. Hal. 21 – 24. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Masruri, Muhammad dan Marliani. 2012. “Upaya Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Fasilitas, Kualitas dan Harga (Studi pada Nasabah Koperasi Karyawan PT. Djarum Kudus)”. **Prosiding Seminar dan Konferensi Nasional Manajemen Bisnis**. 26 Mei 2012. Hal. 247 – 254. Universitas Muria Kudus. Kudus.
- Prasetyo, Ari. 2012. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. **Management Analysis Journal 1**. Hal. 1 – 6. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa. 2011. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Suryani, Tatik. 2013. **Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran**. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran**. Edisi III. Andi. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2013. **Metode Penelitian : Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**. Edisi Kedua. Cetakan Keduabelas. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Widiyono dan Mukhaer Pakkanna. 2013. **Pengantar Bisnis : Respon terhadap Dinamika Global**. Mitra Wacana Media. Jakarta.