

**PENGARUH KEANDALAN, RESPON DAN CARA PEMECAHAN MASALAH,  
PENGALAMAN KARYAWAN, KEMUDAHAN DAN KENYAMANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Pada Bengkel Terang Motor Semarang)**

---

---

**Vedo Yustinevan**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang

JL. Nakula No. 5-11 Semarang (50131)

**ABSTRACT**

The research is conducted in Bengkel Terang Motor Semarang. The reasons for the selection of product and services is because there are complaint about the product and services in Bengkel Terang Motor Semarang. This causes motivate researcher to conduct research on Analysis of reliability, response to and remedy of problem, sales experience as well as convenience of acquisition to customer satisfaction the influential to customer loyalty. The purpose this research to analysis of reliability, response to and remedy of problem, sales experience as well as convenience of acquisition to customer satisfaction the influential to customer loyalty in Bengkel Terang Motor Semarang.

The defined research sample of 100 respondent using judgment sampling technique that is good for the most sampled because it has the information needed by researcher.

The most influential factor to customer satisfaction is reliability, the second factor is response to and remedy of problem, the third factor is sales experience, the last factor is convenience of acquisition. And factor customer satisfaction.

Key words : reliability, response to and remedy of problem, sales experience,  
convenience of acquisition, customer satisfaction, customer loyalty.

**PENDAHULUAN**

Dunia bisnis adalah dunia persaingan, dimana intensitasnya dari hari ke hari semakin ketat atau tajam. Untuk unggul dalam bersaing, setiap perusahaan dituntut untuk mampu menunjukkan keunggulan kompetitifnya masing-masing melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif, bekerja secara efektif dan efisien, sehingga produk atau jasa yang dihasilkan menjadi pilihan dari pelanggan, yang pada gilirannya nanti diharapkan pelanggan menjadi loyal. Adanya pelanggan yang puas dan loyal dapat dideteksi melalui kesediaannya melakukan pembelian ulang diwaktu yang akan datang (repurchase) dan senang hati

merekomendasikan produk atau jasa yang dikonsumsi kepada teman-temannya yang lain (recommend).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2005). Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruhnya ketrampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana. Tingkat kepuasan juga amat subyektif dimana satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda. Hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan dan laba yang diperoleh dapat meningkat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian (Assegaff, 2009).

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh para ahli menyatakan bahwa Keandalan, Respon dan Cara Pemecahan Masalah, Pengalaman Karyawan, Kemudahan dan Kenyamanan (Jamal Ahmad et al 2009, Natalisa 2007, Trenggono 2008, Wahyuningrum 2010) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan Keandalan, Respon dan Cara Pemecahan Masalah, Pengalaman Karyawan, Kemudahan dan Kenyamanan (Paramata 2008, Utari 2014) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terdapat perbedaan hasil penelitian sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Dengan pertimbangan di atas maka peneliti perlu melakukan penelitian lebih dalam untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari uraian di atas maka peneliti mengambil judul **“PENGARUH KEANDALAN, RESPON DAN CARA PEMECAHAN MASALAH, PENGALAMAN KARYAWAN, KEMUDAHAN DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN” (Studi Pada Bengkel Terang Motor Semarang).**

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. KEANDALAN**

Keandalan adalah suatu kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan jasa sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan (Musanto 2004). Sedangkan menurut (Ramdan, 2008) keandalan adalah pemenuhan janji pelayanan segera dan memuaskan dari perusahaan. Dan keandalan dapat diukur dengan (Tjiptono 2006) :

- a. Karyawan dapat diandalkan
- b. Kemampuan menyediakan jasa pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya
- c. Kemampuan menjawab dengan akurat bila ada pertanyaan dari pelanggan.

## **2. RESPON DAN CARA PEMECAHAN MASALAH**

Respon dan cara pemecahan masalah adalah sikap dari karyawan dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi pelanggan (Musanto 2004). Sedangkan (Tjiptono & Candra 2005) mendefinisikan bahwa respon dan pemecahan masalah berkenaan dengan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan cepat. Respon dan pemecahan masalah dapat diukur dengan (Tjiptono 2006):

- a. Ketepatan dalam menangani keluhan
- b. Kesediaan membantu pelanggan
- c. Kecepatan pelayanan

## **3. PENGALAMAN KARYAWAN**

Pengalaman karyawan adalah semua hubungan antara pelanggan dengan karyawan dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Semakin baik pengalaman maka pelanggan semakin puas (Musanto,2004). (Terry and Israel 2004) menyatakan bahwa pengalaman kerja seorang karyawan dapat mempengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan. Pengalaman karyawan adalah suatu ukuran tentang lama waktu atau masa kerjanya yang telah ditempuh seseorang dalam memahami tugas – tugas suatu pekerjaan dan telah melaksanakan dengan baik. (Foster 2001) Pengalaman Karyawan dapat diukur dengan:

- a. Lamanya waktu atau masa kerja.
- b. Tingkat pengetahuan masa kerja yang dimiliki.
- c. Penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan.

## **4. KEMUDAHAN DAN KENYAMANAN**

Kemudahan dan kenyamanan adalah kemudahan dalam melakukan transaksi dan pemberian fasilitas yang nyaman dan diberikan oleh perusahaan. (Musanto 2004). Sedangkan menurut (Pikkarainen et al 2004) berpendapat bahwa kemudahan dan kenyamanan merupakan dimana seorang individu menggunakan sesuatu hal dan dalam melakukan aktivitasnya dianggap menyenangkan bagi dirinya sendiri. Kemudahan dan kenyamanan dapat diukur dengan (Sutrisno 2014) :

- a. Kondisi gedung atau kantor baik
- b. Peralatan dan perlengkapan selalu tersedia

- c. Alat komunikasi lengkap

## **5. KEPUASAN PELANGGAN**

Menurut Tjiptono (2006) kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. (Mujiharjo 2006) Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan :

- a. Tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.
- b. Pelayanan jasa yang di tawarkan.
- c. Keadilan dalam mendapatkan pelayanan.

## **6. LOYALITAS PELANGGAN**

Loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk terus membeli dari suatu perusahaan dalam jangka panjang dan merekomendasikan produk kepada teman dan rekan, termasuk preferensi, keinginan dan niat masa depan (Lovelock, 2012). Sedangkan Loyalitas pelanggan adalah perilaku pembelian nonrandom yang diungkap dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan. Loyalitas pelanggan dapat diukur dengan (Rusdarti 2004) :

- a. Keinginan untuk melakukan transaksi lagi.
- b. Kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain.
- c. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan.

## **7. HIPOTESIS**

H<sub>1</sub>= Ada pengaruh yang signifikan dari keandalan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>2</sub>= Ada pengaruh yang signifikan dari respon dan cara pemecahan masalah terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>3</sub>= Ada pengaruh yang signifikan dari pengalaman karyawan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>4</sub>= Ada pengaruh yang signifikan dari kemudahan dan kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>5</sub>= Ada pengaruh yang signifikan dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. VARIABEL PENELITIAN**

- a. Variabel Bebas (*independen*) : Keandalan, Respon Dan Cara Pemecahan Masalah, Pengalaman Karyawan, Kemudahan Dan Kenyamanan.
- b. Variabel Terikat (*dependen*) : Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

### **2. POPULASI DAN SAMPEL**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Bengkel Terang Motor Semarang.

Untuk menentukan jumlah sampel yang dapat diperlukan dicari dengan rumus :

$$n = \sqrt{4 \left| \frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right|^2}$$

Dimana :

n = sampel

$\alpha = 0,10$  maka  $Z = 1,96$

E = tingkat kesalahan dalam penelitian ini, E ditetapkan sebesar 10%, sehingga n yang dihasilkan adalah

$$n = \sqrt{4 \left| \frac{196}{01} \right|^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh sampel sebanyak 96,04 dibulatkan menjadi 100 responden (n = 100).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan Metode Judgment Sampling. Sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa dia adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya karena memiliki informasi yang dibutuhkan.

## **UJI INSTRUMEN**

### **1. UJI VALIDITAS**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2005). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r-hitung, apabila r-hitung > r-tabel = valid dan r-hitung < r-tabel = tidak valid.

## 2. UJI RELIABILITAS

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2005). Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika Hasil *Alpha Cronbach*  $> 0,60$  = reliabel dan Hasil *Alpha Cronbach*  $< 0,60$  = tidak reliabel.

## 3. UJI NORMALITAS

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal (Ghozali,2005). Jika data menyebar disekitar garis diagonal ( $45^\circ$ ), dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

## 4. UJI HETEROKEDASTISITAS

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan metode grafik, Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2005).

## 5. UJI MULTIKOLINEARITAS

Pengujian multikolinearitas menunjukkan apakah ada korelasi diantara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Diagnosa secara sederhana terhadap adanya multikolinearitas di dalam model regresi adalah (Ghozali, 2005) : angka Tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  maka dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

## 6. UJI AUTOKORELASI

Uji autokorelasi untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Tidak terjadi autokorelasi jika hasil uji *Durbin-Watson* (DW) disekitar angka 1,55 – 2,46 (Ghozali 2005).

## 7. REGRESI LINEAR BERGANDA SIMULTAN (2 TAHAP)

Analisa regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan.

Rumus :

$$Y_1 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + \varepsilon \qquad Y_2 = a + b_5 Y_1 + \varepsilon$$

Dimana :

a = Konstanta

- $b_1 - b_5$  = Koefisien regresi
- $Y_1$  = Kepuasan Pelanggan       $Y_2$  = Loyalitas Pelanggan
- $\varepsilon$  = *Error*
- $X_1$  = Keandalan       $X_2$  = Respon dan cara Pemecahan Masalah
- $X_3$  = Pengalaman Karyawan       $X_4$  = Kemudahan dan Kenyamanan

**8. UJI t**

Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial (individu).

**9. UJI f**

Uji f digunakan Untuk menguji apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama).

**10. KOEFISIEN DETERMINASI ( $R^2$ )**

Digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**1. UJI VALIDITAS**

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel. Dengan hasil ini maka kuesioner yang digunakan oleh variabel bebas dan variabel terikat dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel.

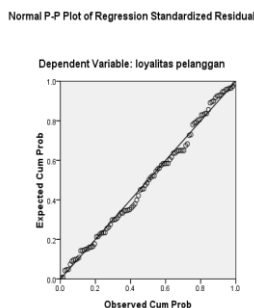
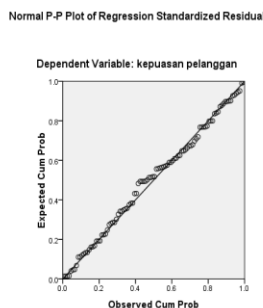
**2. UJI RELIABILITAS**

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* variabel bebas dan variabel terikat  $>$  0,6. Hal ini berarti kuesioner dari tiap indikator terbukti dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

**3. UJI NORMALITAS**

UJI NORMALITAS 1

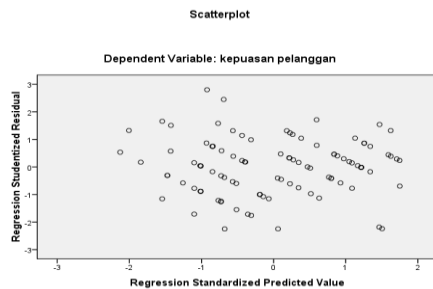
UJI NORMALITAS 2



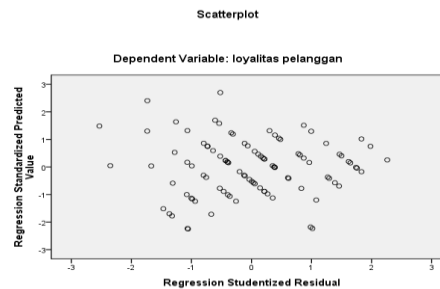
Grafik normal *p-p plot* memperlihatkan semua titik-titik berhimpit dan mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

#### 4. UJI HETEROKEDASTISITAS

##### UJI HETEROKEDASTISITAS 1



##### UJI HETEROKEDASTISITAS 2



Pada grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas dan titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 5. UJI MULTIKOLINEARITAS

##### UJI MULTIKOLINEARITAS 1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 keandalan respon dan cara pemecahan masalah	.630	1.587
pengalaman karyawan	.900	1.112
kemudahan dan kenyamanan	.798	1.253
	.787	1.270

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

##### UJI MULTIKOLINEARITAS 2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Unstandardized Residual	1.000	1.000

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Hasil Uji Multikolineritas Pertama memperlihatkan bahwa antara variabel keandalan, respon dan cara pemecahan masalah, pengalaman karyawan, kemudahan dan kenyamanan tidak terjadi multikolinearitas, Dan Uji Multikolinearitas kedua memperlihatkan bahwa variabel kepuasan pelanggan tidak terjadi multikolinearitas, Karena variabel independen tersebut mendapatkan nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ .



## 6. UJI AUTOKORELASI

### UJI AUTOKORELASI 1

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.785 <sup>a</sup>	.617	.601	1.105	2.089

a. Predictors: (Constant), kemudahan dan kenyamanan, pengalaman karyawan, respon dan cara pemecahan masalah, keandalan

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

### UJI AUTOKORELASI 2

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.500 <sup>a</sup>	.250	.242	1.487	1.930

a. Predictors: (Constant), Unstandardized Residual

b. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Pada penelitian didapatkan hasil DW test 1 (Durbin Watson test) sebesar 2,089 ( $du = 1,758$ ;  $4-du = 2,242$ ) dan hasil DW test 2 (Durbin Watson test) sebesar 1,930 ( $du = 1,758$ ;  $4-du = 2,242$ ). Hal ini berarti model regresi di atas tidak terdapat masalah autokorelasi, karena angka DW test berada diantara  $du$  tabel dan  $(4-du)$  tabel).

## 7. UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

### REGRESI 1

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.165	1.440		.809	.421
	keandalan	.396	.054	.589	7.357	.000
	respon dan cara pemecahan masalah	.170	.073	.157	2.343	.021
	pengalaman karyawan	.169	.066	.180	2.537	.013
	kemudahan dan kenyamanan	.173	.079	.157	2.199	.030

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

### REGRESI 2

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.440	.149		76.947	.000
	Unstandardized Residual	.788	.138	.500	5.708	.000

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

$$Y_1 = 1,165 + 0,396 X_1 + 0,170 X_2 + 0,169 X_3 + 0,173 X_4$$

$$Y_2 = 11,440 + 0,788 Y_1$$

**Dari persamaan regresi pertama dapat dilihat bahwa :**

1. Konstanta (a) sebesar 1,165, artinya apabila keandalan, respon dan cara pemecahan masalah, pengalaman karyawan, dan kemudahan dan kenyamanan dalam keadaan nol maka kepuasan pelanggan sebesar 1,165
2. Koefisien regresi keandalan ( $b_1$ ) bernilai positif sebesar 0,396, artinya setiap ada peningkatan terhadap keandalan maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Koefisien regresi respon dan cara pemecahan masalah ( $b_2$ ) bernilai positif sebesar 0,170, artinya setiap ada peningkatan terhadap respon dan cara pemecahan masalah maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Koefisien regresi pengalaman karyawan ( $b_3$ ) bernilai positif sebesar dengan koefisien regresi sebesar 0,169, artinya setiap ada peningkatan terhadap pengalaman karyawan maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan
5. Koefisien regresi kemudahan dan kenyamanan ( $b_4$ ) bernilai positif sebesar 0,173, artinya setiap ada peningkatan terhadap kemudahan dan kenyamanan maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

**Dari persamaan regresi kedua dapat dilihat bahwa :**

1. Konstanta (a) sebesar 11,440 artinya kepuasan pelanggan dalam keadaan nol maka loyalitas pelanggan sebesar 11,440.
2. Koefisien regresi kepuasan pelanggan ( $b_5$ ) bernilai positif sebesar 0,788, artinya setiap ada peningkatan pada kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

## 8. UJI F

### UJI F 1

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	186.724	4	46.681	38.221	.000 <sup>a</sup>
	Residual	116.026	95	1.221		
	Total	302.750	99			

a. Predictors: (Constant), keandalan, respon dan cara pemecahan masalah, pengalaman karyawan, kemudahan dan kenyamanan

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

## UJI F 2

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.024	1	72.024	32.585	.000 <sup>a</sup>
	Residual	216.616	98	2.210		
	Total	288.640	99			

a. Predictors: (Constant), Unstandardized Residual

b. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Hasil uji - F pada regresi pertama sebesar 38,221 dan sig sebesar 0,000, nilai sig. ini dibawah  $\alpha = < 0,05$  menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan keandalan, respon dan cara pemecahan masalah, pengalaman karyawan, kemudahan dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Terang Motor Semarang secara bersama-sama. Sedangkan hasil uji – F regresi kedua sebesar 32.585 dan sig sebesar 0,000, nilai sig. Ini dibawah  $\alpha = < 0,05$  menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel Terang Motor Semarang secara bersama-sama.

## 9. UJI t

### Hasil Uji t

Variabel	T hitung	Sig.	Keterangan
keandalan	7,357	0,000	Ha1 diterima
Respon dan cara pemecahan masalah	2,343	0,021	Ha2 diterima
Pengalaman karyawan	2,537	0,013	Ha3 diterima
Kemudahan dan kenyamanan	2,199	0,030	Ha4 diterima
Kepuasan pelanggan	5.708	0,000	Ha5 diterima

Berdasarkan dari hasil uji – t dapat dianalisa sebagai berikut :

1. Pengaruh Variabel keandalan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil nilai uji – t antara keandalan sebesar 7,357 dan sig sebesar 0,000. Dengan nilai dibawah  $\alpha = < 0,05$  maka menerima  $H_1$  yang menyatakan keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh Variabel respon dan cara pemecahan masalah terhadap kepuasan pelanggan. Hasil nilai uji – t antara respon dan cara pemecahan masalah sebesar 2,343 dan sig sebesar 0,021. Dengan nilai dibawah  $\alpha = < 0,05$  maka menerima  $H_2$  yang menyatakan respon dan cara pemecahan masalah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3. Pengaruh Variabel pengalaman karyawan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil nilai uji – t antara pengalaman karyawan sebesar 2,537 dan sig sebesar 0,013. Dengan nilai dibawah  $\alpha = < 0,05$  maka menerima  $H_3$  yang menyatakan

pengalaman karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

4. Pengaruh Variabel kenyamanan dan kemudahan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil nilai uji – t antara kenyamanan dan kemudahan sebesar 2,199 dan sig sebesar 0,030. Dengan nilai dibawah  $\alpha = < 0,05$  maka menerima  $H_4$  yang menyatakan kenyamanan dan kemudahan berpengaruh signifikan positif dan terhadap kepuasan pelanggan
5. Pengaruh Variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hasil nilai uji – t antara Kepuasan pelanggan sebesar 5.708 dan sig sebesar 0,000. Dengan nilai dibawah tingkat signifikansi  $\alpha = < 0,05$  maka menerima  $H_5$  yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Pelanggan.

## 10. KOEFISIEN DETERMINASI ( $R_2$ )

### KOEFISIEN DETERMINASI 1

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 <sup>a</sup>	.617	.601	1.105

a. Predictors: (Constant), kemudahan dan kenyamanan, pengalaman karyawan, respon dan cara pemecahan masalah, keandalan

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

### KOEFISIEN DETERMINASI 2

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.500 <sup>a</sup>	.250	.242	1.487

a. Predictors: (Constant), Unstandardized Residual

b. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Hasil *Adjusted R Square* pada regresi pertama = 0,601, Hal ini berarti bahwa variabel keandalan, respon dan pemecahan masalah, pengalaman karyawan, kemudahan dan nyaman memiliki kontribusi sebesar 60,1% ( $0,601 \times 100\%$ ), dalam menerangkan kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ). Sedangkan  $(100\% - 60,1\%) = 39,9\%$  kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel lain. Sedangkan pada regresi kedua = 0,242, artinya besarnya kemampuan kepuasan pelanggan dalam menjelaskan loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) sebesar 24,2% ( $0,242 \times 100\%$ ), sementara untuk 75,8% ( $100\% - 75,8\%$ ) loyalitas pelanggan terhadap bengkel Terang Motor Semarang dijelaskan oleh variabel lain.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil pengujian hipotesis pertama diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Keandalan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ). Dengan nilai koefisien sebesar 0,396 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dibandingkan taraf sig. 0,05 atau 5%. Adanya angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa keandalan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi keandalan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Indikasi-indikasi yang perlu ditingkatkan berkaitan dengan keandalan pada Bengkel Terang Motor Semarang yaitu selalu memenuhi janji yang diberikan kepada pelanggan agar lebih percaya terhadap Bengkel Terang Motor Semarang agar kepuasan pelanggan meningkat.

### **2. Pengaruh Respon dan Cara Pemecahan Masalah terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Respon dan Cara Pemecahan Masalah ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ). Dengan nilai koefisien sebesar 0,170 dan nilai signifikan sebesar 0,021 yang lebih kecil dibandingkan taraf sig. 0,05 atau 5%. Adanya angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa respon dan cara pemecahan masalah dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi respon dan cara pemecahan masalah maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Indikasi-indikasi yang perlu ditingkatkan berkaitan dengan respon dan cara pemecahan masalah pada bengkel Terang Motor Semarang yaitu dengan mempertahankan tradisi tepat dan sigap dalam memecahkan masalah yang telah dilakukan pada karyawan dan perlu ditingkatkan agar kepuasan pelanggan meningkat.

### **3. Pengaruh Pengalaman Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan.**

Hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Pengalaman Karyawan ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ). Dengan nilai koefisien sebesar 0,169 dan nilai signifikan sebesar 0,013 yang lebih kecil dibandingkan taraf sig. 0,05 atau 5%. Adanya angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa Pengalaman Karyawan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi Pengalaman Karyawan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Indikasi-indikasi yang perlu diperhatikan pada pengalaman karyawan pada bengkel Terang Motor Semarang adalah meningkatkan pendidikan karyawan dalam pengetahuannya tentang masalah motor dan meningkatkan penguasaan dan peralatan kerja sehingga pelanggan merasa puas dalam mendapatkan pelayanan yang didapatkan dan pelanggan.

#### **4. Pengaruh Kemudahan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil pengujian hipotesis keempat diperoleh terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kemudahan dan Kenyamanan ( $X_4$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ). Dengan nilai koefisien sebesar 0,173 dan nilai signifikan sebesar 0,030 yang lebih kecil dibandingkan taraf sig. 0,05 atau 5%. Adanya angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa Kemudahan dan Kenyamanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi Kemudahan dan Kenyamanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Indikasi-indikasi yang perlu diperhatikan pada kemudahan dan kenyamanan pada bengkel Terang Motor Semarang adalah meningkatkan fasilitas yang diberikan agar para pelanggan merasa lebih nyaman pada saat menunggu perbaikan motornya.

#### **5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan**

Hasil pengujian hipotesis kelima diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ). Dengan nilai koefisien sebesar 0,788 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dibandingkan taraf sig. 0,05 atau 5%. Adanya angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa Kepuasan Pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.. Artinya semakin tinggi Kepuasan Pelanggan maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan..

### **KESIMPULAN**

1. Hasil pengujian hipotesis pertama diperoleh bahwa secara parsial Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang. Dengan hasil ini berarti adanya keandalan yang lebih baik maka akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang. Keandalan menjadi faktor utama yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh bahwa secara parsial respon dan cara pemecahan masalah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Bengkel Terang Motor Semarang. Dengan hasil ini berarti adanya peningkatan respon dan cara

pemecahan masalah akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang. Respon dan cara pemecahan masalah menjadi faktor ketiga yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh bahwa secara parsial pengalaman karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Bengkel Terang Motor Semarang. Dengan hasil ini berarti adanya peningkatan pengalaman karyawan akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang. Pengalaman Karyawan menjadi faktor keempat yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat diperoleh bahwa secara parsial kemudahan dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Bengkel Terang Motor Semarang. Dengan hasil ini berarti adanya peningkatan kemudahan dan kenyamanan akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang. Kemudahan dan kenyamanan menjadi faktor kedua yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang.
5. Hasil pengujian hipotesis secara simultan bahwa keandalan, respon dan cara pemecahan masalah, pengalaman karyawan, kemudahan dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang. Dengan hasil ini berarti adanya peningkatan yang lebih baik secara bersama-sama pada keandalan, respon dan cara pemecahan masalah, pengalaman karyawan, kemudahan dan kenyamanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang.
6. Dari hasil diperoleh secara parsial bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang. Dengan hasil ini berarti adanya peningkatan Kepuasan pelanggan yang lebih baik dan sesuai harapan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang.
7. Hasil pengujian hipotesis secara simultan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang. Dengan hasil ini berarti adanya peningkatan yang lebih baik secara bersama-sama pada kepuasan pelanggan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan Bengkel Terang Motor Semarang.

## **SARAN**

1. Faktor keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan. Hal-hal yang perlu ditingkatkan pada Bengkel Terang Motor Semarang yaitu karyawan bila ditanya oleh pelanggan jawabannya akurat. Misalnya dengan cara karyawan diikutsertakan kursus pelatihan motor sehingga pada saat ada pertanyaan dari pelanggan tentang keluhan pada motornya, karyawan bisa menjawab pertanyaan secara akurat.
2. Faktor respon dan cara pemecahan masalah yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal-hal yang perlu ditingkatkan pada Bengkel Terang Motor Semarang yaitu karyawan selalu merespon pelanggan bila menerima pengaduan atau kritik. Misalnya dengan cara pemilik bengkel menetapkan standar operasional kerja sehingga karyawan selalu sigap dalam merespon pengaduan atau kritik dari pelanggan.
3. Faktor Pengalaman Karyawan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan. Hal-hal yang perlu ditingkatkan pada Bengkel Terang Motor Semarang yaitu karyawan telah lama bekerja di Bengkel Terang Motor Semarang sehingga sudah berpengalaman. Misalnya pemilik bengkel terang motor melakukan sistem kontrak kerja terhadap karyawan sehingga karyawan tersebut dapat bekerja dalam jangka waktu yang lama di bengkel terang motor dan secara otomatis akan menambah pengalaman kerja karyawan.
4. Faktor Kemudahan dan kenyamanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal-hal yang perlu ditingkatkan pada Bengkel Terang Motor Semarang yaitu tersedianya akses internet cepat dan gratis. Misalnya dengan cara menambah hotspot atau wi-fi di area bengkel dengan kualitas terbaik.
5. Faktor Kepuasan pelanggan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal-hal yang perlu ditingkatkan Bengkel Terang Motor Semarang yaitu pelayanan yang diberikan oleh karyawan secara menyeluruh. Misalnya karyawan harus memperbaiki dan mengecek kembali motor setelah di servis secara menyeluruh dengan tepat dan benar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Assegaf, Mohammad, 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 10. No. 2. Juli 2009. Hal 171 – 186. Unisula. Semarang.
- Foster, Bill. 2001. *Pembinaan Untuk Kinerja Karyawan*. Cetakan Ke - 2. PPM. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisi Multivariate SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jamal Ahmad, Anastasia and Kyriaki. 2009. *Investigating The Effect of Service Quality Dimensions and Expertise On Loyalty*. *Journal of Marketing*. Vol. 43. No. 3/4. 2009.



- Kotler, Philip. 2005. Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jilid 1. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- Lovelock. Christopher, H., Jochen Wirtz dan Patricia Chew. 2012. *Essentials Of Service Marketing*. 2<sup>nd</sup> Edition. Singapore.
- Mujiharjo, Bagyo. 2006. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 5. No. 2.
- Musanto, Trisno. 2004. *Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus Pada CV Sarana Media Advertising Surabaya*, *Jurnal Manajemen dan Kepariwisata*. Volume 6. No.2. September. Hal 123 – 136. Universitas Katolik Widya Manggala. Surabaya.
- Natalisa, Diah. 2007. *Survey Kepuasan Pelanggan Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol. 2. No. 9. Hal. 314-327. 2007
- Paramata, Wayan Arya. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar*. *Jurnal Forum Manajemen*. Vol 6. No. 2. Tahun 2008. Hal. 43-55.
- Pikkarainen, T. dan Karl Pikkarainen. 2004. *Customer Acceptance Of Online Banking : An Extension Of The Technology Acceptance Model Internet Research*. Vol. 14. No. 3. Hal. 224 – 235.
- Ramadhani. R. 2008. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Di Semarang*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Rustadi. 2004. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang*. *Jurnal Bisnis Strategi*. Vol. 13. Juli. PP. 54-65.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. CV Alfabeta. Bandung.
- Sutrisno. 2014. *Pengaruh Pemberian Upah, Tingkat Pendidikan, Dan Fasilitas Kerja Terhadap Produktivitas Kerja*. (Studi Kasus Pada PT. Coca Cola Bottling Semarang).
- Terry, Bryan. D. dan Glenn D. Israel. 2004. *Agent Performance And Customer Satisfaction*. *Journal Of Extension*. Vol. 42. No.6
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. 2005. *Service Quality Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Trenggono, Jeffry. 2008. *Pengaruh Kerja Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kinerja Karyawan Pada Atlas Sport Club Surabaya*.
- Utari, Woro. 2014. ” *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Varian Obat dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Yakersuda Bangkalan*. Vol. 8. No. 1. Juni 2014. Universitas Wijaya Putra. Surabaya.
- Wahyuningrum, Puji. 2010. *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Dalam Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Ungaran*. UNNES. Semarang.