

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN JASA SERVICE SEPEDA MOTOR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL ASTRA MOTOR PLAJU PALEMBANG.

*Hermanto MZ *)*

Abstrak : Untuk menganalisis pengaruh pelayanan jasa service terhadap kepuasan pelanggan, Penulis menggunakan alat analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui apakah ada pengaruh Pelayanan Jasa Service terhadap kinerja Pegawai pada PT. ASTRA MOTOR PALEMBANG dan hasil perhitungan diperoleh sebagai berikut : $y = 4.124 + 0.774X$. Persamaan regresi ini dapat disimpulkan bahwa nilai a sebesar 4.124 dimana apabila perusahaan tidak melaksanakan Pelayanan Jasa Service maka kinerja sebesar 4.124 sedangkan nilai b sebesar 0.774 menjelaskan bahwa Pelayanan Jasa Service berpengaruh positif terhadap kinerja Pegawai, nilai tersebut menjelaskan jika perusahaan mengadakan Pelayanan Jasa Service yang baik maka kinerja Pegawai akan meningkat sebesar 77.4 %. Menurut hasil perhitungan uji-t (tes koefisien korelasi) diperoleh variabel Pelayanan Jasa Service sebesar 12.863 sedangkan nilai t-tabel sebesar 2,560 Maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima ini berarti terdapat pengaruh yang nyata antara Pelayanan Jasa Service terhadap kinerja Pegawai pada PT. ASTRA MOTOR PALEMBANG.

Kata Kunci: Pelayanan Jasa, Kinerja, Kepuasan pelanggan

Abstract : To analyze the effect of service of service to customer satisfaction, the author uses a simple linear regression analysis to determine whether there is an influence on the performance Services Service Officer at PT. ASTRA MOTOR PALEMBANG and calculation results are obtained as follows: $Y = 4,124 + 0.774X$. The regression equation can be concluded that a value of 4,124 which if the company does not carry out the performance Services Service for 4124 while the value of b was 0.774 Services Service explains that a positive effect on employee performance, the value is explained if the holding company for Service Service is good then Employee performance will increase by 77.4%. According to the calculation results of the t-test (correlation coefficient test) obtained variables Services Service for 12 863 while the t-table value of 2.560 therefore rejected H_0 H_a received while this means that there is a significant effect between the performance Services Service Officer at PT. ASTRA MOTOR PALEMBANG.

Keywords: Services, Performance, Customer satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan mencapai tingkat penjualan tertentu, meraih laba, meningkatkan pangsa pasar, mempertahankan eksistensi, mencapai tingkat pertumbuhan tertentu, memberikan pelayanan

yang optimal dan seterusnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan berupaya menghasilkan dan menawarkan suatu produk maupun jasa kepada pasar yang membutuhkannya.

Gelombang globalisasi ekonomi telah menciptakan tantangan bisnis yang semakin

*) Dosen Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Tridianti Palembang

besar, yaitu kompetisi (*competition*) yang semakin ketat dan pelanggan (*customer*) yang semakin selektif dan berpengetahuan. Tantangan seperti ini menghadapkan para pelaku bisnis baik pihak pemerintah maupun swasta pada dua pilihan, yaitu masuk dalam arena kompetisi dengan melakukan perubahan dan perbaikan atau keluar arena kompetisi tanpa dibebani perubahan dan perbaikan.

Oleh karena itu, diperlukan alternatif strategi bersaing (*Strategy in Competition*) yang tepat agar perusahaan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Strategi bersaing yang dapat ditempuh oleh pelaku bisnis diantaranya adalah meningkatkan kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) dan mengembangkan pelayanan yang ditawarkan. Setiap pelanggan selalu mengharapkan agar mendapatkan *service* yang optimal serta memperoleh pelayanan jasa seperti yang mereka inginkan. Kunci sukses agar pelanggan memilih jasa layanan bengkel adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. kepuasan tersebut dapat dicapai dengan cara memberikan layanan dan dukungan yang optimal kepada pelanggan. Melalui pemberian layanan yang cepat sehingga pelanggan tidak perlu menunggu lama dibengkel, keramahan karyawan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, membuat pelanggan yang puas dan loyal akan menceritakan kebaikan bengkel kepada orang lain sehingga dapat menambah peningkatan jumlah pelanggan kepada bengkel. Jumlah pelanggan yang besar akan berpengaruh kepada pertumbuhan dan kelangsungan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa Bengkel Astra Motor memiliki peralatan dan persediaan onderdil yang lengkap demi memberi pelayanan yang terbaik bagi pelanggan yang membutuhkan perbaikan pada kendaraannya.

Maka dari itu penulis perlu melakukan analisis pada pelayanan dan kepuasan

pelanggan yang mana tujuan dari analisis tersebut untuk mengetahui jika pelanggan merasa puas maka mereka akan kembali untuk melakukan perawatan secara berkala dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan kepada orang lain, sehingga jumlah pelanggan yang akan melakukan perawatan sepeda motor dibengkel Astra motor bertambah. Tetapi jika pelanggan bengkel Astra motor merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan pihak bengkel Astra motor maka mereka akan mengadukan semua rasa keluhannya kepada pihak bengkel Astra motor tersebut. Dengan menanggapi keluhan pelanggan dan mengambil langkah-langkah yang cepat, pelanggan akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak bengkel.

Identifikasi Masalah

Belum optimalnya kinerja Pegawai yang tercermin dalam wujud kuantitas dan kualitas kerja serta kecepatan dan ketepatan pelaksanaan dalam pekerjaan disamping itu juga kepuasan kerja pegawai pada saat ini belum tercapai sebagaimana yang diharapkan.

Rumusan masalah

Sesuai dengan indentifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas maka penelitian ini dapat dirumuskan pada hubungan yang signifikan antara pelayanan jasa dengan kepuasan pelanggan serta pengaruh pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra Motor Palembang.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis pengaruh pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra Motor Palembang dan Untuk mengetahui keeratan hubungan antara kedua variable tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

KARAKTERISTIK JASA

Ada empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik tersebut meliputi (Tjiptono, 2004):

- *Intangibility*
- *Inseparability*
- *Variability*
- *Perishability*

KUALITAS PELAYANAN JASA

Konsep Kualitas

Menurut American society for quality Control dan Lupioyadi (2006), kualitas adalah semua keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik – karakteristik dari suatu produk dan jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Koetler, 1994). Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, Goets dan Davis (1994). Menurut Garvin (dalam Lovelock, 1994, Ross, 1993), ada lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas bisa diartikan secara beranekaragaman oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan. Ada lima macam perspektif kualitas tersebut yang meliputi:

1. Transcendental approach

Pendekatan yang menganggap bahwa Kualitas dipandang sebagai innate excellence, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalisasikan.

2. Product-based approach

Pendekatan yang menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.

3. Used-based approach

Pendekatan yang berdasarkan pada perkiraan bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan prefensi seseorang (misalnya perceived quality) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

4. Manufacturing-based approach.

Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standart-standart yang telah ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

5. Value-based approach.

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga. Kualitas perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai.

kualitas pelayanan

untuk memberikan pelayanan terbaik dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kecepatan, keramahan, keamanan, dan kenyamanan yang berintegrasi sehingga manfaatnya besar. Pelayanan adalah setiap kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan

kepada pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak perlu berakibat kepemilikan tertentu (Koetler, 1993). Menurut Gasper dan muludin (2001) pelayanan didefinisikan pada keterkaitan antara pemasok dan pelanggan untuk memenuhi pelanggan.

Berdasarkan kajian diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan orang lain.

Kualitas pelayanan merupakan kunci sukses perusahaan dalam menghadapi era kompetisi yang semakin tajam, kualitas pelayanan adalah perbandingan dari harapan pelanggan dengan persepsi dari layanan nyata (actual performance) yang mereka terima (Parasuraman, 1995). Kualitas layanan juga didefinisikan sebagai persepsi konsumen secara keseluruhan baik keunggulan atau kelemahan dari organisasi suatu layanan (Taylor dan Baker, 1994).

Kualitas pekerjaan

Pegawai suatu instansi pada dasarnya merupakan satu-satunya sumber utama organisasi yang tidak dapat digantikan oleh sumber daya lainnya. Sebab bagaimanapun baiknya suatu organisasi, lengkapnya fasilitas serta sarana tidak akan bermanfaat tanpa adanya pegawai yang mengatur. Keberhasilan instansi dalam mencapai tujuan merupakan salah satu cermin dari organisasi yang efektif. Kualitas pelayanan adalah salah satu variabel yang cukup penting dalam pelaksanaan tugas pelayanan secara umum.

Agar pegawai dapat memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, maka pegawai harus memiliki semangat kerja yang tinggi. Berkaitan dengan semangat kerja ini Alex Nitisemito (1991) berpendapat bahwa “semangat kerja adalah melakukan pekerjaan secara lebih giat dengan demikian pekerjaan

akan diharapkan lebih cepat dan lebih baik”. Dengan demikian, jika seorang pegawai mampu memberikan pelayanan yang tinggi maka konsumen akan merasa puas.

Sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diberikan rendah, maka konsumen yang membutuhkan pelayanan akan merasa tidak puas. Kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterimanya (Parasuraman, Zeithami, dan Berry, 1995).

Berdasarkan kondisi tersebut dapat dipahami bahwa kepuasan masyarakat dapat dipengaruhi oleh tingkat kualitas pelayanan yang diberikan pegawai, sedangkan semangat kerja pegawai dapat mempengaruhi kepuasan masyarakat.

Konsep kualitas kerja

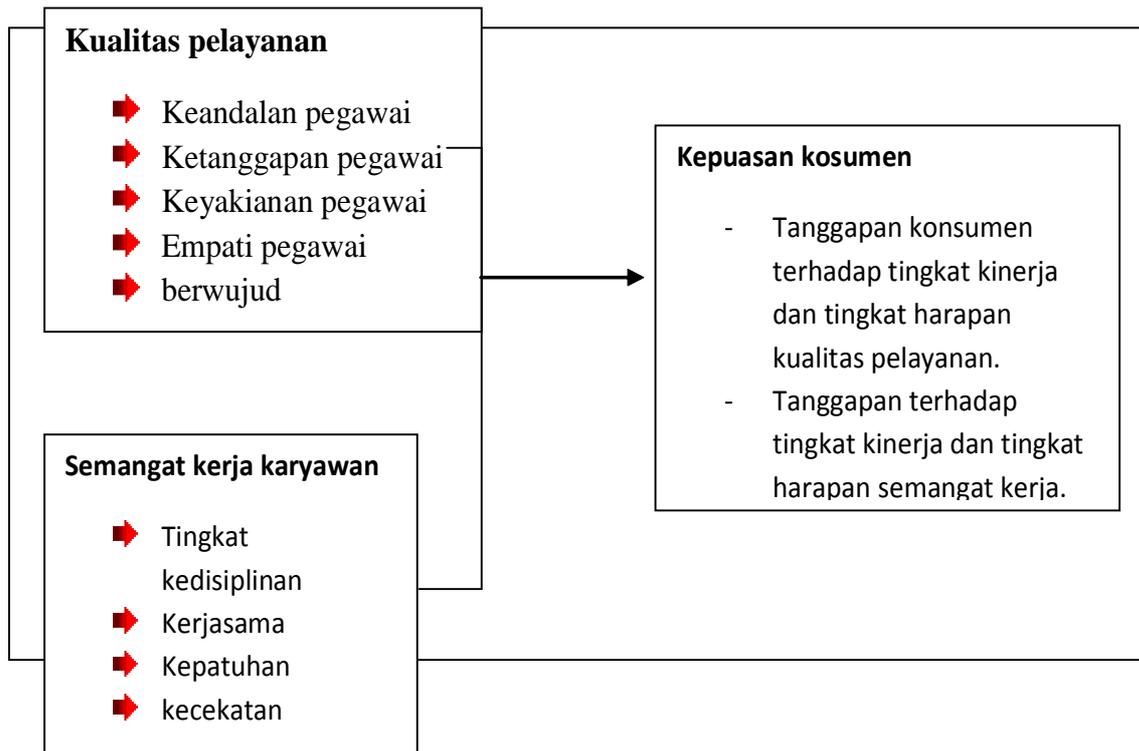
Setiap perusahaan atau organisasi akan selalu berusaha agar prestasi kerja karyawannya dapat ditingkatkan. Agar prestasi kerja karyawannya tinggi, maka perusahaan harus dapat meningkatkan moral kerja karyawan sehingga dengan moral kerja yang tinggi, diharapkan kualitas kerja dan kegairahan kerja akan semakin meningkat. Menurut Alex Nitisemito (1991) berpendapat bahwa kualitas kerja adalah melakukan pekerjaan secara lebih giat sehingga dengan demikian pekerjaan akan diharapkan lebih cepat dan lebih baik. selanjutnya Alexander Leighton yang dikutip Moekijat (1989) menambahkan bahwa kualitas kerja atau moral kerja adalah kemampuan sekelompok orang untuk bekerja sama dengan giat dan konsekuen dalam mengejar tujuan bersama.

Kerangka berpikir kualitas pelayanan

Variabel kualitas pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi sikap dari konsumen yang dilayaninya. Sikap tersebut terwujud dalam bentuk puas dan ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan

pegawai. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sangat buruk, maka konsumen akan merasa sangat tidak puas, sebaliknya jika pelayanan yang diberikan sangat baik, maka konsumen akan merasa sangat puas. Variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah semangat kerja pegawai.

Pegawai yang memiliki semangat kerja tinggi akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pelayanan service. Untuk mengukur secara operasional pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kualitas kerja pegawai terhadap kepuasan pelanggan sebagai



Hipotesis

Dalam penelitian ini perlu diberikan hipotesis dimana hipotesis ini merupakan dugaan yang mungkin benar atau salah. Hipotesis menurut Arikunto (1998) adalah pernyataan mengenai suatu hal yang harus diteliti kebenarannya. Dengan demikian hipotesis merupakan anggapan sementara yang bersifat sebagai pedoman untuk mempermudah jalannya penelitian. Adapun hipotesis ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Diduga ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dilayanin.

H₂ : Diduga ada pengaruh yang positif dan signifikan antara semangat kerja karyawan terhadap kepuasan konsumen yang dilayanin.

H₃ : Diduga ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan semangat kerja karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen yang dilayanin.

Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk menggambarkan statistic data, seperti *mean*, *sum*, *standar deviasi*, *variance*, *range*, serta

untuk mengukur distribusi data dengan *skewness* dan *kurtosis*.

Dalam analisis Deskriptif ini, penulis akan mendapatkan Output yang menjelaskan tentang deskripsi data, seperti jumlah data, minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi.

Analisis Statistik

Uji Validitas

Secara umum dapat diartikan bahwa sebuah test (instrumen) dikatakan valid jika test tersebut dapat diukur. Validitas item adalah bahwa sebuah item pertanyaan dapat dikatakan valid jika mempunyai dukungan kuat terhadap skor. Dengan kata lain sebuah item pertanyaan dikatakan mempunyai validitas yang tinggi jika terdapat skor kesejajaran (korelasi yang tinggi) terhadap skor. Validitas instrumen dapat dicari dengan cara menghitung data dengan rumus *Pearson Product Moment* dalam program SPSS. Butir pernyataan Instrumen dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Analisis Korelasi

Untuk menentukan Koefisien Korelasi (r), Menurut Hadi dalam Arikunto (2002, h. 245) penafsiran koefisien korelasi adalah dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Penafsiran Koefisian Korelasi

Nilai r	Interpretasi
0,80 – 1,00	Sangat Kuat
0,60 – 0,80	Kuat
0,40 – 0,60	Sedang
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat rendah

Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linier Sederhana ialah hubungan secara linier antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen yang digunakan untuk memprediksi atau meramalkan suatu nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen. Dalam menjelaskan pengaruh antara variabel independen dengan dependen, model regresi yang digunakan adalah Model Regresi Sederhana yang mana pelayanan sebagai variabel independen (x) dan kepuasan sebagai variabel dependen (y).

Untuk meramalkan nilai (y), dan mencari tahu apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel (x) terhadap (y) maka hasil pengujian dihitung berdasarkan tabulasi persentasi dari jumlah point. Dan dirumuskan sebagai berikut :

$Y = a + bX$(Ref.1.Hal:78)

Dimana :

Y = Variabel dependen

a = Konstanta, yaitu nila Y jika X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penuruna variabel Y yang didasarkan pada variabel X.

X = Variabel Independen

Uji Hipotesis Statistik (Uji-t)

Pengujian hipotesis dilakukan secara statistik dengan Uji-t yang bertujuan untuk mengetahui apakah pelayan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dalam pengujian ini penulis menggunakan tingkat signifikansi 0.05 dan 2 sisi. Adapun langkah pengujiannya sebagai berikut :

- 1) Merumuskan hipotesis
- 2) Menentukan t_{hitung}
- 3) Menentukan t_{tabel}
- 4) Menentukan Kriteria Pengujian
- 5) Kesimpulan Pengujian

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat Penelitian

Bengkel astara motor Plaju Palembang

Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam waktu 1 bulan dari bulan Maret 2013 sampai pada bulan April 2013 yang dimulai dari penyampaian surat balasan izin penelitian dari Pimpinan PT. ASTRA MOTOR , kepada pemohon penelitian.

ANALISIS

Berdasarkan dari permasalahan yang dihadapi oleh PT. ASTRA MOTOR PALEMBANG bahwa pengaruh pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan dapat berpengaruh positif dan negatif.

Persentasi Responden

Untuk mengetahui persentasi hasil dari jumlah butir pertanyaan, penulis menyusun hasil dari tiap butir pertanyaan pada tabulasi yang dirancang dengan perhitungan kuantitatif pada *Microsoft Excel* seperti pada lampiran 1, dengan total perhitungan sebagai berikut :

Persentasi Terhadap Pelayanan service (Variabel X)

Tabulasi Jumlah Persentasi Pelayanan Service

Question	Sekor					Rsp
	SS	S	KS	TS	STS	
Q-1	13	17	-	-	-	30
Q-2	10	19	1	-	-	30
Q-3	14	16	-	-	-	30
Q-4	6	23	1	-	-	30
Q-5	5	23	2	-	-	30
Q-6	11	18	1	-	-	30
Q-7	12	18	-	-	-	30

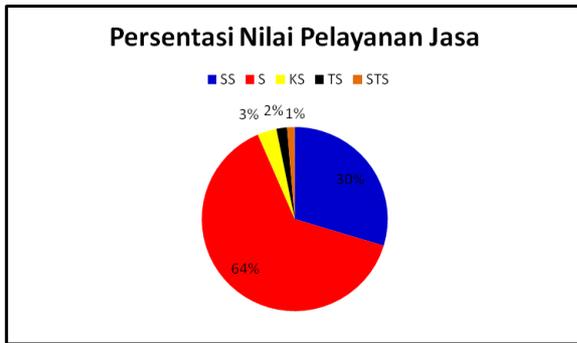
Q-8	14	16	-	-	-	30
Q-9	5	25	-	-	-	30
Q-10	-	26	3	1	-	30
Q-11	6	21	3	-	-	30
Q-12	10	18	2	-	-	30
Q-13	2	3	7	10	8	30
Q-14	7	23	-	-	-	30
Q-15	5	25	-	-	-	30
Q-16	10	20	-	-	-	30
Q-17	2	28	-	-	-	30
Q-18	17	13	-	-	-	30
Q-19	9	21	-	-	-	30
Q-20	20	10	-	-	-	30
Total	178	383	20	11	8	600

Tabulasi Hasil Persentasi Pelayanan Service

Question	Persentase Responden					Total
	SS	S	KS	TS	STS	
Q-1	43.33%	56.67%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-2	33.33%	63.33%	3.33%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-3	46.67%	53.33%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-4	20.00%	76.67%	3.33%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-5	16.67%	76.67%	6.67%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-6	36.67%	60.00%	3.33%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-7	40.00%	60.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-8	46.67%	53.33%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-9	16.67%	83.33%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-10	0.00%	86.67%	10.00%	3.33%	0.00%	100.00%
Q-11	20.00%	70.00%	10.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-12	33.33%	60.00%	6.67%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-13	6.67%	10.00%	23.33%	33.33%	26.67%	100.00%
Q-14	23.33%	76.67%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-15	16.67%	83.33%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-16	33.33%	66.67%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-17	6.67%	93.33%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-18	56.67%	43.33%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-19	30.00%	70.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-20	66.67%	33.33%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Total	29.67%	63.83%	3.33%	1.83%	1.33%	98.67%

Sumber : *Microsoft Excel* (Untuk membaca bilangan diatas, titik (.) disebut dengan koma (,))

Dari perhitungan table diatas maka didapat, (SS) sebanyak 29.67 %, (S) sebanyak 63.83 %, (KS) sebanyak 3.33 %, (TS) sebanyak 1.83 %, (STS) sebanyak 1.33 %, jadi total persentasi dari tiap butir pertanyaan sebesar 98.67 %.



Persentasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

Tabulasi Jumlah Persentasi Kepuasan Pelanggan

Question	Sekor					Rsp
	SS	S	KS	TS	STS	
Q-1	15	24	-	-	1	40
Q-2	13	26	-	1	-	40
Q-3	12	26	1	1	-	40
Q-4	16	23	-	1	-	40
Q-5	12	25	3	-	-	40
Q-6	10	27	2	1	-	40
Q-7	17	20	1	2	-	40
Q-8	2	6	6	22	4	40
Q-9	6	21	4	8	1	40
Q-10	20	20	-	-	-	40
Q-11	6	30	2	2	-	40
Q-12	13	24	2	1	-	40
Q-13	17	21	2	-	-	40
Q-14	21	19	-	-	-	40
Q-15	24	12	2	2	-	40
Q-16	22	16	1	1	-	40
Q-17	19	20	1	-	-	40
Q-18	16	21	3	-	-	40
Q-19	15	25	-	-	-	40
Q-20	24	14	2	-	-	40
Total	300	420	32	42	6	800

Sumber : Microsoft Excel

Tabulasi Hasil Persentasi Kepuasan Pelanggan

Question	Persentase Responden					Total
	SS	S	KS	TS	STS	
Q-1	37.50%	60.00%	0.00%	0.00%	2.50%	100.00%
Q-2	32.50%	65.00%	0.00%	2.50%	0.00%	100.00%
Q-3	30.00%	65.00%	2.50%	2.50%	0.00%	100.00%
Q-4	40.00%	57.50%	0.00%	2.50%	0.00%	100.00%
Q-5	30.00%	62.50%	7.50%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-6	25.00%	67.50%	5.00%	2.50%	0.00%	100.00%
Q-7	42.50%	50.00%	2.50%	5.00%	0.00%	100.00%
Q-8	5.00%	15.00%	15.00%	55.00%	10.00%	100.00%
Q-9	15.00%	52.50%	10.00%	20.00%	2.50%	100.00%
Q-10	50.00%	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-11	15.00%	75.00%	5.00%	5.00%	0.00%	100.00%
Q-12	32.50%	60.00%	5.00%	2.50%	0.00%	100.00%
Q-13	42.50%	52.50%	5.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-14	52.50%	47.50%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-15	60.00%	30.00%	5.00%	5.00%	0.00%	100.00%
Q-16	55.00%	40.00%	2.50%	2.50%	0.00%	100.00%
Q-17	47.50%	50.00%	2.50%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-18	40.00%	52.50%	7.50%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-19	37.50%	62.50%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Q-20	60.00%	35.00%	5.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Total	37.50%	52.50%	4.00%	5.25%	0.75%	99.25%

Sumber : Microsoft Excel (Untuk membaca bilangan diatas, titik (.) disebut dengan koma (,))

Dari perhitungan table diatas maka didapat, (SS) sebanyak 37.50 %, (S) sebanyak 52.50 %, (KS) sebanyak 4.00 %, (TS) sebanyak 5.25 %, (STS) sebanyak 0.75 %, jadi total persentasi dari tiap butir pertanyaan sebesar 99.25 %.



Karakteristik Berdasarkan Kepuasan Pelanggan

Analisis Deskriptif

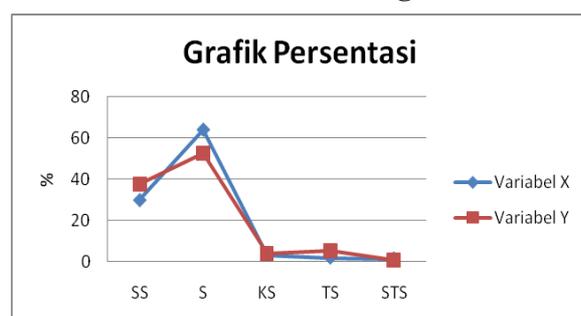
Analisis Deskriptif ini, digunakan untuk menggambarkan statistic data, seperti *mean*, *sum*, *standar deviasi*, *variance*, *range* dan mengukur distribusi data Kuisisioner pelayanan service dan kepuasan pelanggan di PT. Astra Motor Palembang dengan *skewness* dan *kurtosis*. Dalam analisis Deskriptif ini dihitung berdasarkan poin persentasi pada table persentasi pelayanan dan kepuasan pelanggan, maka Output yang didapat menjelaskan tentang deskripsi sperti pada table dibawah ini :

Descriptive Statistics

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pelayanan jasa service	5	1.33	63.83	19.9980	27.25429
Kepuasan Pelanggan	5	.75	52.50	20.0000	23.48736
Valid N (listwise)	5				

Tabel diatas menjelaskan bahwa, N atau jumlah indicator adalah 5, untuk pelayanan jasa service persentasi minimum sebesar 1.33 %, maksimum 63.83 % , rata-rata 19.99 % dengan standar deviasi berjumlah 27.25 %. Untuk Kepuasan Pelanggan persentasi minimum sebesar 0.75 %, maksimum 52.50 %, rata-rata 20.00 % , dengan standar deviasi 23.48 %.

Grafik Perbandingan



Analisis Korelasi

Dalam perhitungan kolerasi, akan didapat koefisien kolerasi yang menunjukkan keeratan hubungan antara dua variable tersebut, nilai koefisien korelasi berkisar antara -1 sampai dengan 0, atau 0 sampai dengan 1. Jika nilai koefisien korelasinya semakin mendekati 1 atau -1, maka hubungan antara dua variable tersebut akan semakin erat. Tetapi jika mendekati 0, maka hubungannya semakin lemah. Untuk menentukan kekoefisien antara dua variable tersebut maka penulis menentukan nilai indicator koefisien seperti pada table dibawah ini :

Penafsiran Koefisien Korelasi

Nilai r	Interpretasi
0,80 – 1,00	Sangat Kuat
0,60 – 0,70	Kuat
0,40 – 0,60	Sedang
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat rendah

Sumber : Hadi Arikunto (2002, h. 245)

Hasil Tabulasi Koefisien Korelasi

	Pelayanan Service	Kepuasan Pelanggan
Pelayanan Service	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 -.065 .733 30 30
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.065 .733 30 40

Sumber : SPSS V.18 (titik (.)didepan bilangan menyatakan nol (0) dan seterusnya.

Dari table diatas maka, nilai koefisien kolerasi antara pelayanan jasa dengan kepuasan pelanggan sebesar 0.733 (koefisien mendekati 1), maka dapat disimpulkan hubungan anatara pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan dinyatakan sangat kuat dimana interpretasi pada tabulasi penafsiran sebesar 0.80 – 1.00.(sangat kuat).

Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam menjelaskan pengaruh antara variabel independen dengan dependen, model regresi yang digunakan adalah Model Regresi Sederhana yang mana pelayanan sebagai variabel independen (x) dan kepuasan sebagai variabel dependen (y).

Untuk meramalkan nilai (y), dan mencari tahu apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel (x) terhadap (y) maka hasil pengujian dihitung berdasarkan tabulasi persentasi dari jumlah point. Dan dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX.....$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

a = Konstanta, yaitu nilai Y jika $X = 0$

b = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan pada variabel X .

X = Variabel Independen

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang ada pada PT. ASTRA MOTOR PALEMBANG yaitu Pelayanan Jasa Service, maka peneliti menyimpulkan.

1. Pelayanan Jasa Service yang lakukan oleh perusahaan kepada Pegawainya sudah cukup baik ini ditunjukkan dari hasil *kuisisioner* yang diberikan kepada Pegawai dengan rata-rata penilaian dari 30 responden mengenai Pelayanan Jasa Service yang dilaksanakan PT. ASTRA MOTOR PALEMBANG sudah cukup baik, sedangkan hasil dari *kuisisioner* mengenai Kepuasan Pelanggan setelah

diadakan Pelayanan Jasa Service pada PT. ASTRA MOTOR PALEMBANG Kepuasan Pelanggan sudah baik.

2. Penulis menggunakan alat analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui apakah ada pengaruh Pelayanan Jasa Service terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. ASTRA MOTOR PALEMBANG dan hasil perhitungan diperoleh sebagai berikut : $Y = 3.255 + 0.837 X$ Persamaan regresi ini dapat disimpulkan bahwa nilai a sebesar 3.255 sedangkan nilai b sebesar 0.837 hal ini menjelaskan bahwa Pelayanan Jasa Service berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan,

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasibuan, Malayu. S. P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mangkunegara, Anwar P. 2007. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: Rafika Aditama.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Priyatno, Dwi, 2012 *Belajar Cepat Olah Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi Cipta.
- Rivai, Veithzal. 2005. *Performance Appraisal*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruky, Achmad S. 2006. *Sistem Manajemen Kinerja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- SaI dkk, 2008, *Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir*, Edisi pertama, Cetakan pertama, Fakultas Ekonomi Universitas Tridinant: Palembang g.
- Sastrohadwiryono, Siswanto. 2002. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sihotang A. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta