View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk
brought to you by CORE
provided by Jurnal Online Fakultas Ekonomi UST (Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)

JURNAL MANAJEMEN VOL. 4 NO. 1 JUNI 2014

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS FUNGSIONAL, DAN KUALITAS TEKNIKAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA SUZUKI MEDAN JAYA GROUP JL. KATAMSO NO 78 YOGYAKARTA)

ULFAH YULIANA
Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta
yulianaulfah@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of service quality , functional quality , and technical quality of the service user customer satisfaction Suzuki motorcycle servicing of Medan Jaya Group Yogyakarta. This research is a quantitative study descriptive research type. There are three independent variables , namely the quality of service, functional quality, and technical quality. While the dependent variable is customer satisfaction. The population in this study is customer of Suzuki Medan Jaya Group service motorcycle Katamso Number 78 Yogyakarta. Sample of 100 respondents using accidental sampling approaches.

Based on the analysis of data obtained the following results : There is a simultaneous influence between the variables of service quality, functional quality, and technical quality of the service user customer satisfaction of Suzuki motorcycle servicing Medan Jaya Group Yogyakarta, the significant value of 0.000, with a regression equation Y = 0.148 X1 + 0.576 0.251 X2 + X3. There is a significant effect of the variable quality of service to customer satisfaction of Suzuki Motorcycle Medan Jaya Group Yogyakarta services with t value 2.359 with a significance value of 0.02. There is a significant effect of the variable functional quality to customer satisfaction of Suzuki Motorcycle Medan Jaya Group Yogyakarta services with t value 7.772 with a significance value of 0.000 . There is a significant effect of the variable technical quality to customer satisfaction of Suzuki Motorcycle Medan Jaya Group Yogyakarta services with t value 3.400 with significant value of 0.001 . Great contribution value of 69.4 % while the remaining 30.6 % is influenced by other factors . The results of the analysis using stepwise method showed that the functional quality dimension (X2) has the most dominant effect on customer satisfaction (Y) with a value of 10,017 t and a significant level of 0.000.

Key words : quality of service , functional quality , technical quality and customer satisfaction.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar menjadi semakin luas dan peluang ada dimana-mana, namun persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksi. Persaingan yang semakin ketat terjadi dalam dunia otomotif khususnya produk sepeda motor karena produk ini merupakan alat transportasi darat yang paling dominan banyak dimiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat. Persaingan antar perusahaan/dealer penjualan sepeda motor semakin

kompetitif dan setiap perusahaan tersebut pasti memberikan kualitas terbaik bagi pelanggan, tak terkecuali pada perusahaan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta yang notabene adalah dealer resmi dari Suzuki. Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta memberikan jasa servis sepeda motor kepada para pelanggan yaitu pengguna sepeda motor dengan merek Suzuki.

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dapat memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan serta berusaha untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika harapan- harapannya terwujud. Oleh karena itu pihak penyedia jasa harus mengutamakan kualitas layanan, kualitas fungsional dan kualitas teknikal dalam pelayanan agar tercapai kepuasan pelanggan.

2. Rumusan Masalah

a. Apakah ada pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa servis sepeda motor Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta?
b. Apakah ada pengaruh Kualitas Fungsional terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa servis sepeda motor Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta?
c. Apakah ada pengaruh Kualitas Teknikal terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa servis sepeda motor Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta?
d. Apakah ada pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Fungsional dan Kualitas Teknikal terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa servis sepeda motor Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta?

3. Tujuan Penelitian

a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa servis sepeda motor Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta.
b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Fungsional terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa servis sepeda motor Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta.
c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Teknikal terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa servis sepeda motor Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta.
d. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Fungsional dan Kualitas Teknikal terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa servis sepeda motor Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta.

4. Manfaat Penelitian

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi mahasiswa seputar Kualitas Layanan, Kualitas Fungsional dan Kualitas Teknikal pada Suzuki Medan Jaya Group Jl. Katamso No 78 Yogyakarta dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian mendatang.

b. Bagi pengelola Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta

Dapat dijadikan dasar untuk membuat kebijakan dalam meningkatkan kinerja karyawan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dimasa mendatang

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2002:60) menyatakan bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu: *expected service* and *perceived service*. Selanjutnya dijelaskan oleh Tjiptono (2002:60) Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau layanan yang diterima rendah daripada yang diharapkan maka kualitas dipersepsikan buruk.

b. Dimensi Kualitas Layanan

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182), yaitu:

1) *Tangible*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dalam pelayanan yang diberikan.
2) *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3) *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5) *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

2. Kulitas Fungsional

Kualitas pelayanan fungsional berkaitan dengan mutu dari cara sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Menurut Gronroos (2000), kualitas fungsional adalah kualitas dari jasa yang berfokus kepada bagaimana perilaku karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan, serta bagaimana kecepatan dari proses jasa tersebut dilakukan oleh penyedia jasa.

Suatu jasa dikatakan memiliki kualitas fungsional yang baik apabila memiliki kriteria :

a. *Attitude/Behaviour*, merupakan sikap dan perilaku dari karyawan dalam menyampaikan jasa yang ditawarkan.
b. *Internal relations*, merupakan hubungan internal antara perusahaan dengan pelanggannya.
c. *Service mindedness*, merupakan jiwa pelayanan dari karyawan atau pemberi jasa.
d. *Appearance*, adalah penampilan fisik dari karyawan ataupun pemberi jasa/karyawan, apakah berpenampilan rapi sesuai dengan jenis jasa yang ditawarkan
e. *Accessibility*, terkait dengan kemudahan akses pelanggan, menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat dan efisien.
f. *Customer contacts*, merupakan hubungan keryawan/pembeli jasa kepada pelanggannya. *Customer contacs* berkaitan dengan kemudahan pemberi jasa dalam melakukan hubungan dengan pelanggannya.

3. Kualitas Teknikal

Menurut Laksana (2008, 102)

kualitas pelayanan teknikal adalah kualitas pelayanan yang langsung dirasakan oleh pelanggan. Pada intinya, kualitas pelayanan teknikal adalah hasil yang diterima oleh pelanggan dari sebuah jasa yang secara langsung dapat dirasakan oleh pelanggan.

Kualitas Teknikal yang baik memiliki kriteria antara lain:

a. *Technical Solutions*, berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam memberikan solusi secara teknik untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh pelanggan.
b. *Machines*, berkaitan dengan kemampuan mesin yang digunakan oleh pemberi jasa dalam memberikan jasa yang ditawarkan.
c. *Computerized*, berkaitan dengan peralatan yang digunakan oleh pemberi jasa apakah sudah secara *computerized.*

4. Kepuasan Pelanggan

Kotler (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk serta harapannya akan produk tersebut. Apabila kinerja yang ada, berada di bawah harapan maka pelanggan akan merasa kecewa. Sebaliknya, bila kinerja berada di atas harapan, maka konsumen akan merasa puas. Jadi dapat dlihat bahwa, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harapan pelanggan dan kinerja perusahaan.

C. METODE PENELITIAN

1) Variabel Independent (X)
   Variabel independen pada penelitian ini yaitu:
   (X1) Kualitas Layanan
   (X2) Kualitas Fungsional
   (X3) Kualitas Teknikal
2) Variabel Dependent (Y)
   Pada penelitian ini variabel dependennya adalah Kepuasan Pelanggan pengguna jasa servis sepeda motor Suzuki Medan Jaya Group Jl Katamso No 78 Yogyakarta

1. Definisi Operasional

a. Kualitas Layanan

Kualitas layanan yang dirasakan adalah persepsi layanan atas layanan yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan servis sepeda motor Suzuki Medan Jaya Group Jl Katamso No 78 Yogyakarta, yang meliputi dimensi-dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty*. Pengukuran variabel ini mengacu pada Servqual yang dikembangkan oleh Zeithaml (1990 dalam Tjiptono, 2007: 306), dengan rincian sebagai berikut:

1) Bukti Langsung (*Tangible*)

Yang dimaksud *tangible* adalah kemampuan perusahaan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal, yaitu berupa penampilan dan kemampuansarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya.

2) Kehandalan (*Reliability*)

Yang dimaksud *reliability* adalah kemampuan karyawan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

3) Daya Tanggapan (*Responsiveness*)

Yang dimaksud *responsiveness* adalah kemampuan karyawan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Yang dimaksud *assurance* adalah aspek-aspek yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta.

5) Empati (*Emphaty*)

Yang dimaksud *emphaty* adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta.

b. Kualitas Fungsional

Kualitas fungsional merupakan komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa. Hal ini berkaitan dengan menjalin hubungan dengan customer, kemudahan pelanggan dalam mengakses, sikap, perilaku dan jiwa pelayanan dari karyawan Suzuki Medan Jaya Group Jl. Katamso No 78 Yogyakarta. Suatu jasa dikatakan memiliki kualitas fungsional yang baik apabila memiliki kriteria :

1) *Attitude/Behaviour*

Yang dimaksud *attitude/behaviour* adalah sikap dan perilaku dari karyawan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta dalam menyampaikan jasa servis sepeda motor.

2) *Internal relations*

Yang dimaksud *internal relations* adalah hubungan internal antara karyawan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta dengan pelanggannya.

3) *Service mindedness*

Yang dimaksud *service mindedness* adalah jiwa pelayanan dari karyawan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta.

4) *Appearance*

Yang dimaksud *appearance* adalah penampilan fisik dari karyawan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta, apakah berpenampilan rapi sesuai dengan jasa servis sepeda motor yang diberikan.

5) *Accessibility*

Yang dimaksud *accessibility* adalah terkait dengan kemudahan akses pelanggan, Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat dan efisien.

6) *Customer contacts*

Yang dimaksud *customer contact* adalah hubungan karyawan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta terhadap pelanggannya. *Customer contacs* berkaitan dengan kemudahan karyawan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan.

c. Kualitas Teknikal

Kualitas Teknikal yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Hal ini berkaitan dengan kemampuan mesin, pengetahuan karyawan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta pada jasa servis sepeda motor. Kualitas Teknikal yang baik memiliki kriteria antara lain:

1) *Technical Solutions*

Yang dimaksud *technical solution* adalah kemampuan karyawan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta dalam memberikan solusi secara teknik untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

2) *Machines*

Yang dimaksud *machine* berkaitan dengan kemampuan mesin yang digunakan oleh Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta dalam

memberikan jasa servis sepeda motor. Dalam memberikan output yang ditawarkan menggunakan mesin yang memadai.

3) *Computerized*

Yang dimaksud *computerized* adalah berkaitan dengan peralatan yang digunakan oleh Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta apakah sudah secara *computerized* (*modern*).

d. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (dikutip oleh Griselda dan Panjaitan, 2007) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk/jasa serta harapan-harapannya akan produk/jasa tersebut. Yang dimaksud kepuasan pelanggan disini adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan servis sepeda motor yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja karyawan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta. Menurut Aviliani dan Wilfridus (1997), Yuliarmi dan Riyasa (2000), Mas'ud (2004) indikator kepuasan pelanggan meliputi :

a. Produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan
b. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan pelanggan
c. Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan

2. Populasi

Menurut Sugiyono (2004), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Bengkel Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta.

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2004). Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Pengambilan responden dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Sampel yang digunakan 100 responden, hal ini karena jumlah populasiya tidak diketahui, maka jumlah sampel minimal adalah 100 orang (Suharsimi Arikunto, 1995: 125)

4. Teknik Analisis Data

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan melalui perbandingan antara nilai r hitung terhadap r tabel. Bila r hitung > r tabel, maka pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid. Rumus yang digunakan adalah teknik korelasi *product moment person*: (Suharsimi Arikunto, 2005:171).

$$r_{s\mu} = \frac{N(\sum x\mu) - (\sum x)(\sum \mu)}{\{N\{N\sum X)^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum T)^2 - (\sum T)^2\}}$$

Keterangan:

$r_{s\mu}$ = koefisien korelasi
N = jumlah sampel/responden
x = skor utir
y = skor factot

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur semua kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakam reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam SPSS ada fasilitas yang dapat di gunakan untuk mengukur reliabilitas yaitu melalui uji statistik cronbach alpha dan variabel di katakan reliabel jika nilai cronbach alpha > 0.60, Nunnally (dikutip oleh Ghozali, 2005)

c) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011:105) uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Nilai *cut-off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* ≤ 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjaditeroskedastisitas (Ghozali, 2005:105).

3) Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2005:110).

d) Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh hubungan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Statistik untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y	: Jumlah Penyaluran Kredit
a	: konstanta persamaan regresi
b1, b2, b3, b4	: koefisien regresi
x1	: Tingkat Suku Bunga
x2	: *Capital Adequacy Ratio (CAR)*
x3	: *Non Perfoming Loan (NPL)*
x4	: *Return On Asset (ROA)*
e	: standar eror

e) Uji Hipotesis Penelitian

1) **Uji Signifikan Pengaruh Parsial (uji t)**

Menurut Ghozali (2005) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan uji t atau t-test, yaitu membandingkan antar t-hitung dengan t-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat :

a. Jika t-tabel<t-hitung, maka Ho diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
b. Jika t-hitung>t-tabel atau t-hitung–t-tabel, maka Ho ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Uji Signifikan Pengaruh Simultas (uji F)

Menurut Ghozali (2005) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel–variabel independen secara simultan atau bersama–sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Uji ini dapat dilakukan dengan syarat:

a. Jika F hitung<F tabel, maka Ho diterima yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
b. Jika F hitung>F tabel, maka Ho ditolak yaitu variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

f) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar $0<R^2<1$, semakin besar R^2 maka variabel bebas semakin dekat hubungannya dengan variabel tidak bebas, dengan kata lain model tersebut dianggap baik. (Gozali 2005)

g) Metode Stepwise

Regresi berganda dengan metode Stepwise akan dapat diketahui variabel bebas yang pengaruhnya signifikan terhadap variabel terikatnya dan sekaligus akan dapat diketahui variabel bebas mana yang pengaruhnya paling kuat terhadap variabel terikatnya

.D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

No	Variabel/Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
	Kualitas Layanan			
1	1	0.678	0,195	Valid
2	2	0.775	0,195	Valid
3	3	0.786	0,195	Valid
4	4	0.797	0,195	Valid
5	5	0.701	0,195	Valid
	Kualitas Fungsional			
1	1	0.705	0,195	Valid
2	2	0.798	0,195	Valid
3	3	0.770	0,195	Valid
4	4	0.649	0,195	Valid

5	5	0.757	0,195	Valid
6	6	0.668	0,195	Valid
	Kualitas Teknikal			
1	1	0.645	0,195	Valid
2	2	0.842	0,195	Valid
3	3	0.669	0,195	Valid
	Kepuasan Pelanggan			
1	1	0.758	0,195	Valid
2	2	0.801	0,195	Valid
3	3	0.658	0,195	Valid

2. Uji Reliabilitas

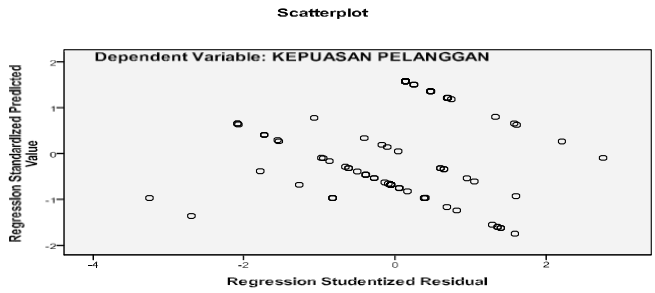
Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	0.889	0.600	Reliabel
Kualitas Fungsional	0.897	0.600	Reliabel
Kualitas Teknikal	0.844	0.600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.859	0.600	Reliabel

3. Uji Asumsi Klasik

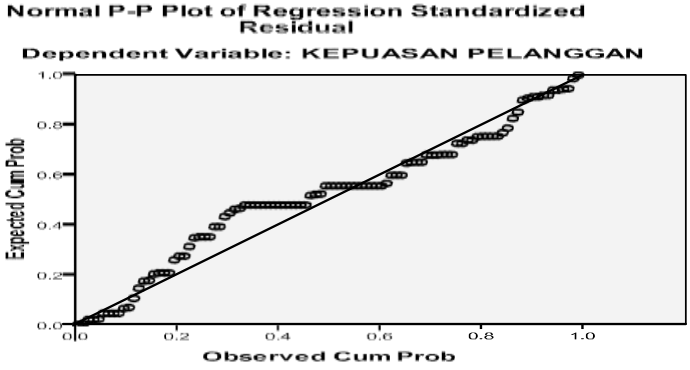
a. Uji Multikolinieritas

Collinearity Statistic		
Variabel	Toleran	VIF
Kualitas Layanan	0.788	1.269
Kualitas Fungsional	0.563	1.776
Kualitas Teknikal	0.566	1.766

b. Uji Heteroskedastisitas.



c. Uji Normalitas



4. Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toler ance	VIF
1(Constant)	.694	.892		.778	.438		
KUALITAS LAYANAN KUALITAS FUNGSIONAL KUALITAS TEKNIKAL	.091	.038	.148	2.359	.020	.788	1.269
	.274	.035	.576	7.772	.000	.563	1.776
	.246	.072	.251	3.400	.001	.566	1.766

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

Y = 0,694 + 0.148 X1 + 0.576 X2 + 0.251 X3

Persamaan regresi tersebut dapat dejelaskan sebagai berikut :

a. Nilai 0,148 pada variabel kualitas layanan bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan
b. Nilai 0,576 pada variabel kualitas fungsional bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas fungsional yang diberikan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
c. Nilai 0,251 pada variabel kualitas teknikal bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas teknikal yang diberikan Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

5. Pengujian Hipotesis Penelitian

a. Uji Signifikan Pengaruh Parsial (uji t)

Variabel Bebas	t hitung	sig. T
Kualitas Layanan	2.359	.020
Kualitas Fungsional	7.772	.000
Kualitas Teknikal	3.400	.001

Pengujian variabel secara parsial

1) Variabel Kualitas Layanan
Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kualitas layanan menunjukkan nilai t = 2,359 dengan nilai signifikansi
0,02 < 0,05. Hal ini berarti Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Variabel Kualitas Fungsional
Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kualitas layanan menunjukkan nilai t = 7,772 dengan nilai signifikansi
0,000 < 0,05. Hal ini berarti Hipotesis 2 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa kualitas fungsional memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Variabel Kualitas Teknikal
Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kualitas layanan menunjukkan nilai t = 3,400 dengan nilai signifikansi
0,001 < 0,05. Hal ini berarti Hipotesis 3 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa kualitas teknikal memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	158.679	3	52.893	75.832	.000[a]
	Residual	66.961	96	.698		
	Total	225.640	99			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS TEKNIKAL, KUALITAS LAYANAN , KUALITAS FUNGSIONAL

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 75.832 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa pada Hipotesis 4 (H4) secara bersama-sama kualitas layanan, kualitas

fungsional dan kualitas teknikal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839[a]	.703	.694	.83517

a. Predictors: (Constant), KUALITAS TEKNIKAL, KUALITAS LAYANAN , KUALITAS FUNGSIONAL

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi *(adjusted* R^2*)* yang diperoleh sebesar 0,694. Hal ini bera 69,4% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Layanan, Kualitas Fungsional dan Kualitas Teknikal, sedangkan sisanya yaitu 30,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Metode Stepwise

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.557	.832		5.476	.000
KUALITAS FUNGSIONAL	.322	.032	.711	10.017	.000
2 (Constant)	2.545	.983		2.588	.011
KUALITAS FUNGSIONAL	.274	.034	.604	8.141	.000
KUALITAS LAYANAN	.149	.043	.255	3.434	.001
3 (Constant)	1.901	1.009		1.884	.063
KUALITAS FUNGSIONAL	.225	.040	.497	5.635	.000

	KUALITAS LAYANAN	.129	.044	.221	2.967	.004
a	KUALITAS TEKNIKAL	.178	.082	.191	2.175	.032

a.Dependent Variabelble: KEPUASAN PELANGGAN

tabel di atas menunjukkan bahwa variabel yang dominan mempengaruhibkepuasan pelanggan adalah kualitas fungsional. Dapat dilihat dari nilai t 10.017 dengan tingkat signifikan 0,000.

E. KESIMPULAN

Persamaan regresi sebagai berikut:

Y = 0.148 X1 + 0.576 X2 + 0.251 X3

Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas layanan (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,148 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 2,359 dengan tingkat signifikansi 0,02. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggam (Y). Dengan demikian Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kualitas layanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas fungsional (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,576 (bertanda positif) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan nilai thitung sebesar 7,772 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa kualitas fungsional (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kualitas fungsional (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima.
3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kualitas teknikal (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,251 (bertanda positif) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan nilai t hitung sebesar 3,400 dengan tingkat signifikansi 0,001. Hal ini berarti bahwa kualitas teknikal (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa kualitas teknikal (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima.
4. Hasil analisis diperoleh bahwa kualitas layanan (X1), kualitas fungsional (X2), dan kualitas teknikal (X3) berpengaruh posotif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa kualitas layanan, kualitas fungsional, dan kualitas teknikal berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat diterima.

5. Nila*i Adjusted R square* diperoleh sebesar 0,694. Hal ini berarti bahwa

69,4% kepuasan pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan (X1), kualitas fungsional (X2), dan kualitas teknikal (X3). Sedangkan 30,6% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Dari hasil analisis metode Stepwise, diketahui bahwa variabel kualitas fungsional (X2) mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai t 10.017 dan tingkat signifikan 0,000.

F. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran sebagai berikut :

1. Saran Untuk Suzuki Medan Jaya Group Jl Katamso No 78 Yogyakarta

Dari hasil analisis yang dilakukan diketahui bahwa variabel kualitas layanan mempunyai nilai yang paling rendah. Diharapkan perusahaan lebih meningkatkan kualitas layanannya yang terdiri dari 5 dimensi kualitas layanan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah atau memperbaiki fasilitas fisik perusahaan sehingga dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan. Dalam hal fasilitas fisik (ruang tunggu) dapat dilakukan dengan mengganti sofa/tempat duduk agar pelanggan merasa lebih nyaman saat menunggu, memberikan air mineral gratis dan lebih memperhatikan kebersihan ruang tunggu. Dalam pelayanan dapat dilakukan dengan memberikan *retraining* atau pelatihan berkala kepada karyawan/teknisi agar semakin profesional dan handal dalam bidang otomotif.

2. Saran Untuk Penelitian Mendatang

Nila *Adjusted R square* sebesar 0,694 yang berarti bahwa variabel kualitas layanan, kualitas fungsional, dan kualitas teknikal berpengaruh sebesar 69,4% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan 30,6%

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga untuk penelitian yang akan datang diharapkan untuk menambah variabel independen lainnya misal: variabel harga, variabel citra perusahaan, dan lain-lain.

G. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 1995. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. " *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan* ". USAHAWAN. No.5.

Imam Ghozali. 2005. Aplikasi *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griselda, Gretel dan Tagor Muda Panjaitan. 2007. " *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua*." Derema Jurnal Manajemen, Vol. 2, No. 1

Gronroos, Chiristian. 2000. *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach, 2nd ed.* West Susex: John Wiley and Sons , Ltd.

Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium Satu. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia.

Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran*, 1sted. Yogyakarta: GrahaIlmu.

Rambat Lupiyoadi, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori & Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.

----------, 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Jakarta: Salmeba Empat.

Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset.Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa. Yogyakarta*: ANDI Offset.

----------. 2007. *Pemasaran Jasa*.

Malang: Bayumedia Publising. Sugiyono.

2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung :

ALFABETA.