

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang

Yohana Yolen Muktisia¹, Retno Budi Lestari²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Multi Data Palembang

Email: muktisiayohana@mhs.mdp.ac.id¹, retno@mdp.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang secara Parsial. Dan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang secara Simultan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu penyebaran kuisisioner dengan skala likertl, dengan jumlah 339 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan menggunakan software SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji parsial (uji-T) variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Kepercayaan (X3), dan Fasilitas (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan (uji-F) menunjukkan hasil bahwa variabel independen yang terdiri dari variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Kepercayaan (X3), dan Fasilitas(X4) berpengaruh terhadap variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Konsumen (Y) secara simultan.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Fasilitas, Kepuasan Konsumen*

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality, product quality, trust, and facilities on customer satisfaction at Honda Bintang Motor Dealers, Palembang Polygon Branch Partially. And to analyze the effect of service quality, product quality, trust, and facilities on customer satisfaction at the Honda Bintang Motor Dealer, Palembang Polygon Branch Simultaneously. In this study the method used was distributing questionnaires with a Likertl scale, with a total of 339 respondents. The sample technique in this study used a purposive sampling method and with the help of SPSS 26 software. The results showed that the partial test (T-test) of the variables Quality of Service (X1), Product Quality (X2), Trust (X3), and Facilities (X4)) positive and significant effect on consumer satisfaction. Based on (F-test) shows the results that the independent variables consisting of the variables Service Quality (X1), Product Quality (X2), Trust (X3), and Facilities (X4) affect the dependent variable in this study, namely Customer Satisfaction (Y) simultaneously.

Keyword: *Service Quality, Product Quality, Trust, Facilities, Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang mudah untuk digunakan, karena terbilang ekonomis, tempat dan perawatan yang cukup mudah untuk ditemui, anti macet dan dapat menjadi transportasi yang digunakan untuk suatu wilayah yang tidak bisa dilalui oleh kendaraan mobil. Sepeda motor dapat digunakan secara pribadi ataupun sebagai jasa layanan pengantar surat, patroli motor kepolisian maupun sebagai angkutan masyarakat atau jasa ojek. Seiring berkembangnya transportasi, khususnya kendaraan roda dua yaitu sepeda motor maka

banyak pula perusahaan yang berdiri pada dealer motor di seluruh Indonesia (Suwanto, 2018, h. 2). Kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian meningkatkan pariwisata di daerah masyarakat setempat dalam meningkatkan pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Bafadhal, 2020).

Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa sepeda motor menjadi kendaraan bermotor yang paling banyak yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia. Pada tahun 2021 BPS mencatat sebanyak 121.209.304 unit sepeda motor di Indonesia. Dimana adanya peningkatan sebanyak 5,37% dibandingkan pada tahun sebelumnya, yakni sebanyak 115.023.039. Pasar sepeda motor terkhususnya di Indonesia, Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) mencatat pada tahun 2022 terdapat 5,22 juta unit sepeda motor telah terjual. Meningkatnya penjualan sepeda motor pada tahun 2022 juga mempengaruhi peluang pelayanan jasa yang diberikan untuk perawatan pada sepeda motor seperti layanan jasa service. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (Suwitho, 2022, h. 118) Jasa (service) adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan. Persaingan dunia dealer motor dapat dikatakan sangat ketat dan sangat beragam, yang ditandai dengan penawaran produk baru yang inovatif dan kompetitif serta jasa yang ditawarkan seperti service sepeda motor. Agar bisa mencapai daya kompetitif lebih tinggi dan membantu mencapai keberhasilan yang maksimal pada produk dan jasa, kepuasan konsumen sangat berperan penting dalam menjalankan suatu perusahaan.

Setiap dealer motor tentu menetapkan strategi perusahaan, kemudian mempersiapkan pelaksanaan yang akan diharapkan menjadi panduan arah perusahaan dalam pelaksanaan pengoperasian, menjadi pedoman dalam penetapan secara fungsional (Siagian, 2021, h. 27). Salah satu dealer sepeda motor di kota Palembang yakni, Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang yang juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada. Seperti mengirimkan promosi-promosi produk dan jasa service melalui nomor telepon konsumen, pemasangan iklan promosi di jalan raya dan mengadakan kegiatan promosi di beberapa tempat seperti event musik, bazar dan kegiatan acara lainnya.

Sepeda motor merek Honda yang sudah lama berada di Indonesia yang didirikan pada tahun 1971 dengan nama awal PT Federal Motor dengan segala keunggulannya, tetap mendominasi pasar sekaligus memenuhi kebutuhan angkutan yang tangguh, irit dan ekonomis. Perusahaan harus memiliki strategi yang berbeda untuk bersaing dalam penguasaan pangsa pasar dalam melakukan penjualan sepeda motor dan jasa pelayanan service. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, kepuasan konsumen selalu diutamakan.

Menurut Kotler dan Armstrong kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung (Indrasari, 2019, h. 61–62). Kualitas produk dari sebuah perusahaan menurut Kotler dan Armstrong dalam (Daga, 2018, h. 37) kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kepercayaan dari sebuah perusahaan menurut Akbar dan Parvez (Permata Sari & Kerti Yasa, 2020, h. 23) menyatakan kepercayaan hanya ada ketika salah satu pihak yakin dalam hubungan kerjasama yang dapat diandalkan dan mempunyai integritas. Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada diri orang lain, dan bukan apa yang ia takutkan. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen menurut Kotler (Suwitho, 2022, h. 66). Kepuasan konsumen dari perusahaan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Indrasari, 2019, h. 82–83).

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andre Putro Wibowo (2021) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Honda RamaJaya Motor Di Wonogiri. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa semua

variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Honda Rama Jaya Motor Di Wonogiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Isidorus Joko Arianto (2021) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Yamaha Graha Batam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Fadhila Nashiha (2022) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Naga Mas Motor Kecamatan Slogohimo). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang diatas. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang secara parsial dan simultan.

METODE

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegiatan tertentu. Terdapat dua metode penelitian yaitu antara lain metode kuantitatif dan metode kualitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian dengan metode kuantitatif.

Menurut (Sugiyono, 2018) objek penelitian merupakan sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu mengenai hal objektif, valid, dan variabel tentang suatu hal (variabel penentu). Objek penelitian ini adalah Dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan dan fasilitas. Menurut (Sugiyono, 2018) subjek penelitian adalah pihak yang digunakan pada penelitian sebagai sampel. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan Dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang.

Menurut (Sugiyono, 2018, h. 130) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini sendiri adalah konsumen yang melakukan *service* sepeda motor di Dealer Honda Motor cabang Poligon Palembang.

Sampel merupakan bagian atau sebagian atau sebagian kecil dari objek/subjek yang terdapat di dalam sebuah populasi penelitian. Menurut Susilana (Muhammad Darwin, 2019 h : 106) menyatakan bahwa sampel merupakan sebagian objek yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mampu mewakili seluruh populasi. Pada penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel yaitu non probability sampling dengan jenis purposive sampling. Rata-rata perbulan pengunjung konsumen pada Dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang yaitu 339 responden. Kriteria responden yang diberikan kuesioner minimal sudah 3 kali melakukan *service* kendaraan roda dua di dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang.

Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018, h. 223). Dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan adalah hasil wawancara serta hasil kuesioner yang diberikan secara langsung kepada konsumen. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini digunakan sebagai data pendukung yang diperoleh dari artikel dan buku serta jurnal terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti (Sugiyono, 2018, h. 223).

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data (Sugiyono, 2018, h. 375). Pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara interview dan kuesioner (Sugiyono, 2018, h. 223). Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan dan mengetahui hal hal yang lebih mendalam dengan jumlah respondennya sedikit (Sugiyono, 2018, h. 219). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan guna mendapatkan informasi laporan pendapatan jasa service di Dealer Honda Bintang Motor. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2018, h. 219). Kuesioner dalam penelitian ini berupa pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada responden secara langsung atau melalui web internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji T (Parsial) digunakan untuk menguji apakah variabel independent memberikan pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. (Bahri, 2021, h. 205). Adapun cara menguji t yaitu dengan cara berikut :

1. Jika nilai hitung < t tabel, maka Ho diterima
2. Jika nilai hitung > t tabel, maka Ho ditolak

Hasil Uji T (Parsial dapat dilihat pada table 1, berikut ini :

Tabel 1. Hasil Penguji Hipotesis Secara Parsial

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)			.760		.267			
T.X1	203	.131	.030	.181	4.341	.000	.874	.144
T.X2	176	.176	.027	.279	6.488	.000	.823	.215
T.X3	280	.280	.044	.286	6.297	.000	.736	.359
T.X4	147	.147	.024	.259	6.089	.000	.841	.189

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat dilihat hasil pengujian data secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai signifikan senilai 0,000 < 0,05 dan hitung 4,341 > 1,97 artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan.
2. Variabel Kualitas Produk (X2) memiliki nilai signifikan senilai 0,000 < 0,05 dan t hitung 6,488 > 1,97 artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan.
3. Variabel Kepercayaan (X3) memiliki nilai signifikan senilai 0,000 < 0,05 dan t hitung 6.297 > 1,97 artinya variabel Kepercayaan berpengaruh secara signifikan.
4. Variabel Fasilitas (X4) memiliki nilai signifikan senilai 0,000 < 0,05 dan t hitung 6.089 > 1,97 artinya variabel Fasilitas berpengaruh secara signifikan.

Uji F (Simultan) bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel independent yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. (Bahri, 2021, h. 202) Menguji hipotesis ini digunakan dengan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan seperti :

1. Jika nilai hitung < F tabel, maka Ho diterima
2. Jika nilai hitung > F tabel, maka Ho ditolak

Berdasarkan tabel 2 di bawah, dapat diperoleh nilai f hitung sebesar $80,693 > f$ tabel dengan signifikan sebesar 2.398 ini menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari pada F tabel. Yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	356.753	4	89.188	80.693	.000 ^b
	Residual	369.165	334	1.105		
	Total	725.917	338			

Pembahasan ini akan menunjukkan bagaimana pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen baik secara parsial (uji t) dan secara simultan (uji f) adalah sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Andre Putra Wibowo (2021) yang disebutkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen. Hal ini juga dapat terjadi dikarenakan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung dalam Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian kedua menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fadhila (2022) yang membuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ketiga menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setiawan, Rizal Deni (2018) yang membuktikan bahwa Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian keempat menunjukkan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Honda Bintang Motor Cabang Poligon Palembang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Joko Arianto (2021) yang membuktikan bahwa Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil Uji F yang telah dilakukan pada variabel independen dan dependen, menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Fasilitas) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen,

maka hipotesis kedua tersebut diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji penelitian secara parsial terhadap variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Honda Bintang Motor di Palembang.
2. Hasil uji penelitian secara simultan terhadap variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Honda Bintang Motor di Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, S. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis*. ANDI
- Daga, R. (2018). *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research and Consulting Institute.
- Darwin, M., & Dkk. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. CV. Media Sains Indonesia.
- Diana, A., & Tjiptono, F. (2019). *Kepuasan Pelanggan*. ANDI.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. UNITOMO PERS.
- Joko Arianto, Isidorus. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Yamaha Graha Batam*. Batam
- Nashiha, Fadhila. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Naga Mas Motor, Slogohimo)*.
- Permata Sari, A. R., & Kerti Yasa, N. N. (2020). *Kepercayaan Pelanggan*. Lakeisha
- Pratiwi, D. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. CV. Budi Pratama.
- Siagian, A. O. (2021). *Pengantar Strategi Bisnis*. CV. Insan Cendekia Mandiri.
- Suwarto, T. (2018). *Mencari & Memperbaiki Kerusakan Sepeda Motor 4-TAK*. PT. Kawan Pustaka.
- Suwitho. (2022). *Pengusaha Yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelanggannya*. CV. Pena Persada.
- Wibowo, Andre Putro. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dealer Honda RamaJaya Motor Di Wonogiri*. STIE AUB, Surakarta