

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Kualitatif

Analisis Kualitatif adalah analisis yang menjelaskan tentang gambaran perusahaan yang diteliti menggunakan analisis statistik deskriptif berupa karakteristik konsumen, persepsi konsumen terhadap kelima dimensi jasa dalam bentuk persentase.

4.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisa dalam penelitian ini meliputi, jenis kelamin, umur, pekerjaan dan penghasilan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.1.1.1 Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam memilih jasa bengkel, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.1

Tabel 4.1

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	72	72%
Wanita	28	28%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 72% responden berjenis kelamin pria dan 28% responden berjenis kelamin wanita. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo didominasi oleh pria. Hal ini disebabkan kelompok responden pria memiliki tingkat pengetahuan yang lebih tinggi dan luas tentang jasa perbengkelan khususnya motor dibandingkan dengan kelompok wanita. Kenyataan ini dapat dijadikan sebagai potensi bagi perusahaan jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo untuk memperoleh konsumen yang sebesar-besarnya, dimana kelompok pria sebagai kelompok yang lebih mendominasi dalam pengambilan keputusan termasuk keputusan dalam memilih jasa layanan bengkel.

4.1.1.2 Usia

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan penilaian konsumen karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi persepsi dalam menentukan obyek. Tabel 4.2 menunjukkan umur responden.

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
> 20 tahun	25	25%
20 – 30 tahun	35	35%
31 – 40 tahun	25	25%
> 40 tahun	15	15%

Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber : Data Primer yang diolah, 2005

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo mayoritas berumur antara 20 - 30 tahun, yaitu sebesar 35% (35 orang). Sedangkan distribusi umur yang lain yaitu sebesar 25% masing – masing berumur antara 31 - 40 tahun dan kurang dari 25 tahun, dan terakhir berumur lebih dari 40 tahun sebesar 15% atau 15 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo adalah berumur produktif sehingga kebutuhan akan layanan bengkel dengan kualitas pelayanan terbaik sangat dibutuhkan untuk membantu merawat dan memperbaiki motor yang merupakan alat transportasi yang penting dalam menunjang aktivitasnya.

4.1.1.3 Pekerjaan

Pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen dalam menggunakan jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo. Hal ini disebabkan karena pekerjaan berhubungan langsung dengan tingkat kepentingan pada pekerjaan yang ditekuninya. Tabel 4.3 menunjukkan pekerjaan responden.

Tabel 4.3

Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar / mahasiswa	20	20%
Pegawai Negeri	17	17%

Pegawai Swasta	29	29%
Wiraswasta/Petani	24	24%
ABRI	7	7%
Lain-lain	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Dari tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa pekerjaan responden mayoritas adalah Pegawai Swasta, yaitu sebesar 29% (29 orang). Sedangkan distribusi tingkat pekerjaan yang lain yaitu Wiraswasta/Petani sebesar 24% (24 orang), Pegawai Negeri sebesar 17 orang atau 17% , Pelajar / mahasiswa sebesar 20% (20 orang), ABRI sebesar 7% (7 orang) dan terakhir adalah konsumen yang mempunyai pekerjaan Lain -lain yaitu sebesar 3% (3 orang).

Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen pengguna jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo adalah Pegawai Swasta, hasil ini menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan jasa bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo mayoritas memiliki pekerjaan swasta. Hal ini disebabkan karena mereka lebih cenderung memiliki tingkat kebutuhan yang cukup banyak, salah satunya jasa layanan bengkel.

4.1.1.4 Penghasilan

Tingkat penghasilan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen dalam memilih jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo. Responden yang berpenghasilan rendah cenderung memilih bengkel yang menawarkan harga lebih terjangkau, sedangkan responden yang

berpenghasilan tinggi cenderung mementingkan kualitas dan harga sebagai alternatif kedua. Tabel 4.4 menunjukkan distribusi tingkat penghasilan responden.

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden berdasarkan Penghasilan

Tingkat Penghasilan	Jumlah	Persentase
< Rp.1000.000	29	29%
Rp.1000.000 – 1.500.000	35	35%
Rp.1.500.000 – 2.000.000	20	20%
> Rp.2.000.000	16	16%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Dari tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa penghasilan responden mayoritas antara Rp.1000.000 – Rp.1.500.000 sebesar 35% (35 orang). Sedangkan distribusi tingkat penghasilan yang lain yaitu antara Rp.1.500.000 – 2.000.000,- sebesar 20% (20 orang), responden yang penghasilan kurang dari Rp.1000.000 sebesar 29% (29 orang), dan terakhir responden yang berpenghasilan lebih dari Rp.2.000.000 sebesar 16% (16 orang). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo mempunyai penghasilan yang cukup besar untuk bisa melakukan pembelian terhadap jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo.

4.1.2 Persepsi Konsumen terhadap Dimensi Jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo

4.1.2.1 Variabel Tangibles (X_1)

Penilaian terhadap variabel Tangibles meliputi penilaian yang berhubungan

peralatan yang lengkap dan canggih, ruang tunggu, fasilitas pendukung dan penampilan karyawan yang menarik pada jasa layanan bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Tangibles.

Tabel 4.5
Penilaian Variabel Tangibles

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	4	4%
Tidak setuju	5	5%
Netral	41	41%
Setuju	38	38%
Sangat setuju	12	12%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2005

Dari Tabel 4.5 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 4 orang atau 4% yang menyatakan sangat tidak setuju dan 5 orang atau 5% yang menyatakan tidak setuju terhadap dimensi tangibles pada jasa layanan bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo. Selanjutnya sebanyak 41 orang atau 41% menyatakan netral, sebanyak 38 orang atau 38% menyatakan setuju dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 orang atau 12% tentang keberadaan ruang tunggu, peralatan yang canggih, fasilitas pendukung seperti toilet, sarana komunikasi dan lain-lain serta penampilan karyawan yang menarik. Dengan demikian menunjukkan bahwa

konsumen pada jasa layanan bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo mempunyai kecenderungan penilaian yang cukup terhadap Tangibles.

4.1.2.2 Variabel Reliability (X₂)

Penilaian terhadap variabel Reliability yaitu penilaian terhadap kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan yang meliputi ketepatan waktu menyelesaikan pekerjaan, cekatan dalam memberikan pelayanan, dan administrasi yang teratur dengan komputerisasi. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Reliability.

Tabel 4.6
Penilaian Variabel Realibility

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1	1%
Tidak setuju	1	1%
Netral	3	3%
Setuju	31	31%
Sangat setuju	64	64%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2005

Dari Tabel 4.6 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, masing – masing sebanyak 1 orang atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju terhadap dimensi realibility pada jasa layanan bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo. Selanjutnya

sebanyak 3 orang atau 3% menyatakan netral, sebanyak 31 orang atau 31% menyatakan setuju dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 64 orang atau 64% tentang ketepatan waktu menyelesaikan pekerjaan, karyawan dan mekanik memberikan pelayanan yang memuaskan dan kegiatan administrasi teratur dan rapi dengan sistem komputerisasi. Dengan demikian menunjukkan bahwa konsumen pada jasa layanan bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo mempunyai kecenderungan penilaian yang sangat tinggi terhadap Realibility.

4.1.2.3 Variabel Responsiveness (X_3)

Penilaian terhadap variabel Responsiveness yaitu penilaian terhadap kemauan Suzuki Subur Motor Purworejo untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan segera yang meliputi kemudahan dalam akses, mengusahakan tidak terjadi antrian yang terlalu panjang, tanggapan atas keluhan konsumen dan kesediaan membantu mengatasi masalah. Dari hasil jawaban responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Responsiveness.

Tabel 4.7
Penilaian Variabel Responsiveness

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1	1%
Tidak setuju	1	1%
Netral	9	9%
Setuju	49	49%
Sangat setuju	40	40%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2005

Dari Tabel 4.7 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, masing – masing sebanyak 1 orang atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju terhadap dimensi responsiveness pada jasa layanan bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo. Selanjutnya sebanyak 9 orang atau 9% menyatakan netral, sebanyak 49 orang atau 49% menyatakan setuju dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 40 orang atau 40% terhadap sikap karyawan yang tidak membiarkan terjadi antrian terlalu lama, tanggapan yang baik terhadap keluhan dan masalah yang dihadapi pelanggan. Dengan demikian menunjukkan bahwa konsumen pada jasa layanan bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo mempunyai kecenderungan penilaian yang tinggi terhadap Responsiveness.

4.1.2.4 Variabel Assurance (X₄)

Penilaian terhadap variabel Assurance yaitu penilaian tentang pengetahuan dan kemampuan perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap jasa yang diberikan. Dari hasil jawaban responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Assurance.

Tabel 4.8
Penilaian Variabel Assurance

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1	1%
Tidak setuju	2	2%
Netral	11	11%
Setuju	41	41%
Sangat setuju	45	45%

Jumlah	100	100%
--------	-----	------

Sumber : Data primer 2005

Dari Tabel 4.8 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 1 orang atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju terhadap dimensi assurance pada jasa layanan bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo. Selanjutnya sebanyak 11 orang atau 11% menyatakan netral, sebanyak 41 orang atau 41% menyatakan setuju dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 45 orang atau 45% terhadap sifat jujur, dapat dipercaya, sifat menghargai, kemampuan, pengetahuan karyawan Suzuki Subur Motor Purworejo dan adanya garansi akibat kesalahan mekanik atau karyawan. Dengan demikian menunjukkan bahwa konsumen pada jasa layanan bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo mempunyai kecenderungan penilaian yang sangat tinggi terhadap Assurance.

4.1.2.5 Variabel Empathy (X_5)

Penilaian terhadap variabel Empathy yaitu perhatian yang tulus dari pihak Suzuki Subur Motor Purworejo kepada konsumennya yaitu meliputi karyawan mampu berkomunikasi dengan baik, pelayanan ramah dan sopan, memahami kebutuhan pelanggan dan pelayanan yang adil kepada semua pelanggan. Dari hasil jawaban responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Empathy.

Tabel 4.9
Penilaian Variabel Emphaty

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	2	2%
Tidak setuju	3	3%
Netral	17	17%
Setuju	54	54%
Sangat setuju	24	24%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2005

Dari Tabel 4.9 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 2 orang atau 2% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 3 orang atau 3% menyatakan tidak setuju terhadap dimensi assurance pada jasa layanan bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo. Selanjutnya sebanyak 17 orang atau 17% menyatakan netral, sebanyak 54 orang atau 54% menyatakan setuju dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang atau 24% terhadap karyawan yang mampu berkomunikasi dengan baik, pelayanan ramah dan sopan, memahami kebutuhan pelanggan dan pelayanan yang adil kepada semua pelanggan. Dengan demikian menunjukkan bahwa konsumen pada jasa layanan bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo mempunyai kecenderungan penilaian yang tinggi terhadap Emphaty.

4.1.2.6 Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Penilaian terhadap variabel Kepuasan konsumen meliputi penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo. Dari hasil jawaban responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Kepuasan konsumen.

Tabel 4.10
Penilaian Variabel Kepuasan Konsumen

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	0	0%
Netral	6	6%
Setuju	37	37%
Sangat setuju	57	57%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2005

Dari Tabel 4.10 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju. Sedangkan responden yang menyatakan netral sebanyak 6 orang atau 6% dan 37 orang atau 37% menyatakan setuju dan terakhir 57 orang atau 57% menyatakan sangat setuju terhadap kinerja dan pelayanan yang meliputi penampilan karyawan, mekanik, ruangan, peralatan, dan fasilitas pendukung serta kemampuan, pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki karyawan dan mekanik pada bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo. Dengan demikian menunjukkan bahwa pelanggan pada jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo mendapatkan nilai Kepuasan konsumen yang tinggi.

4.2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu cara menganalisis data dengan menggunakan statistik inferensial yang digunakan untuk membuktikan hipotesis. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda dan analisis korelasi parsial.

4.2.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS Versi 11.00 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi (r_{xy}) dengan r_{tabel} . Dengan jumlah sampel (N) sebanyak 100 responden maka dapat ditentukan besarnya r_{tabel} yaitu 0,196. Dari hasil uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r - xy	r - tabel	Keterangan
Tangible	X _{1.1}	0,592	0,196	$r_{xy} > r_{\text{tabel}}$, Valid
	X _{1.2}	0,797	0,196	$r_{xy} > r_{\text{tabel}}$, Valid
	X _{1.3}	0,799	0,196	$r_{xy} > r_{\text{tabel}}$, Valid
	X _{1.4}	0,817	0,196	$r_{xy} > r_{\text{tabel}}$, Valid
Reliability	X _{2.1}	0,757	0,196	$r_{xy} > r_{\text{tabel}}$, Valid
	X _{2.2}	0,784	0,196	$r_{xy} > r_{\text{tabel}}$, Valid
	X _{2.3}	0,881	0,196	$r_{xy} > r_{\text{tabel}}$, Valid
	X _{2.4}	0,772	0,196	$r_{xy} > r_{\text{tabel}}$, Valid
Responsiveness	X _{3.1}	0,706	0,196	$r_{xy} > r_{\text{tabel}}$, Valid
	X _{3.2}	0,733	0,196	$r_{xy} > r_{\text{tabel}}$, Valid
	X _{3.3}	0,717	0,196	$r_{xy} > r_{\text{tabel}}$, Valid

	X _{3,4}	0,670	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
Assurance	X _{4,1}	0,759	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
	X _{4,2}	0,917	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
	X _{4,3}	0,894	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
	X _{4,4}	0,878	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
Empathy	X _{5,1}	0,636	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
	X _{5,2}	0,814	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
	X _{5,3}	0,841	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
	X _{5,4}	0,815	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
Kepuasan Konsumen	Y ₁	0,897	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
	Y ₂	0,769	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
	Y ₃	0,897	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
	Y ₄	0,787	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
	Y ₅	0,897	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid
	Y ₆	0,938	0,196	r _{xy} > r _{tabel} , Valid

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari Tabel 4.11 di atas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pertanyaan terdiri dari 4 butir pertanyaan untuk variabel Tangibles, 4 butir pertanyaan untuk Reliability, 4 butir pertanyaan untuk Responsiveness, 4 butir pertanyaan untuk Assurance, dan 4 butir pertanyaan untuk Empathy serta 6 butir pertanyaan untuk variabel kepuasan konsumen. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} ($r_{tabel} = 0,196$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha Cronbach	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
Tangibles	0,7452	0,196	Reliabel
Reliability	0,8065	0,196	Reliabel
Responsiveness	0,6585	0,196	Reliabel
Assurance	0,8856	0,196	Reliabel
Empathy	0,7830	0,196	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,9305	0,196	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,7452 untuk variabel Tangibles. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Tangibles merupakan pertanyaan yang reliabel. Untuk koefisien alpha pada variabel Reliability sebesar 0,8065. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,196, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai variabel Reliability merupakan pertanyaan yang reliabel. Untuk variabel Responsiveness, besarnya koefisien alpha adalah 0,6585. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,196, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Responsiveness merupakan pertanyaan yang reliabel. Untuk variabel Assurance, besarnya koefisien alpha adalah 0,8856. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,196, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Assurance merupakan

pertanyaan yang reliabel. Dan untuk variabel Empathy, besarnya koefisien alpha adalah 0,7830. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,196, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Empathy merupakan pertanyaan yang reliabel. Sedangkan untuk variabel Kepuasan konsumen, besarnya koefisien alpha adalah 0,9305. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,196, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Kepuasan konsumen merupakan pertanyaan yang reliabel. Dari keenam hasil analisis reliabilitas di atas dapat diartikan bahwa secara menyeluruh quisioner yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel atau andal.

4.2.2 Hasil Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda untuk Tangibles (X_1), Reliability (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), Empathy (X_5), dan Kepuasan konsumen (Y) mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 10.00. SPSS adalah suatu program *software* komputer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik.

Tabel 4.13
Estimasi Regresi Linear Berganda

Variabel	Regresion Coefficient	T _{hitung}	Koef. Beta	Sig t	Keterangan
Tangibles (X ₁)	0,170	3,340	0,232	0,001	Signifikan
Reliability (X ₂)	0,240	4,095	0,300	0,000	Signifikan
Responsiveness (X ₃)	0,172	2,890	0,210	0,005	Signifikan
Assurance (X ₄)	0,160	2,652	0,203	0,009	Signifikan
Empathy (X ₅)	0,167	2,985	0,218	0,004	Signifikan
Constanta (Bo)	0,775				
Standart error	=	0,30670			
Adjusted R Square	=	0,603			
R Square	=	0,623			
Multiple R	=	0,790			
F hitung	=	31,122			
Signif F	=	0,000			

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2005

Pada Tabel 4.13 di atas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program komputer didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,775 + 0,170X_1 + 0,240X_2 + 0,172X_3 + 0,160X_4 + 0,167X_5$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka dapat diberikan interpretasi bahwa dengan konstanta (Y) sebesar 0,775, berarti jika tidak ada variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy, maka tidak ada yang mempengaruhi Kepuasan konsumen tetap sebesar 0,775 satuan. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen akan rendah apabila perusahaan tidak memperhatikan kelima dimensi di atas.

Berdasarkan uji signifikansi diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel Tangibles (X₁) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien positif sebesar 0,170. Berarti bila kualitas pelayanan pada Tangibles (X₁) meningkat sebesar satu satuan maka

kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,170 dengan anggapan variabel Reliability (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), dan Empathy (X_5), tetap. Dengan Sig t sebesar 0,001 yang jauh dibawah 0,05 maka variabel Tangibles mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

2. Variabel Reliability (X_2) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,240. Berarti apabila Reliability (X_2) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,240 dengan anggapan variabel Tangibles (X_1), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4), dan Empathy (X_5), tetap. Dengan sig t sebesar 0,000 berada dibawah 0,05 maka variabel Reliability mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan konsumen.
3. Variabel Responsiveness (X_3) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,172. Berarti apabila Responsiveness (X_3) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,172 dengan anggapan Tangibles (X_1), Reliability (X_2), Assurance (X_4), dan Empathy (X_5), tetap. Dengan Sig t sebesar 0,005 yang berada dibawah 0,05 maka variabel Assurance mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan konsumen.
4. Variabel Assurance (X_4) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,160. Berarti

apabila Assurance (X_4) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,160 dengan anggapan Tangibles (X_1), Reliability (X_2), Responsiveness (X_3), dan Empathy (X_5) tetap. Dengan Sig t sebesar 0,009 berada dibawah 0,05 maka variabel Assurance mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. Variabel Empathy (X_5) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,167. Berarti apabila Empathy (X_5) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,167 dengan anggapan Tangibles (X_1), Reliability (X_2), Responsiveness (X_3), dan Assurance (X_4) tetap. Dengan Sig t sebesar 0,004 yang berada dibawah 0,05 maka variabel Assurance mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara serentak terhadap variabel tidak bebas dapat dilihat dari besarnya koefisien korelasi ganda atau R^2 . Pada Tabel 4.13 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (R^2) = 0,623 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 62,3% sisanya sebesar 37,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Sedangkan koefisien korelasi berganda (R) menunjukkan keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil koefisien korelasi berganda seperti pada tabel 4.13 di atas sebesar 0,790. Nilai ini cenderung mendekati angka

1 sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy) dengan kepuasan konsumen.

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen digunakan Uji F. Analisis dari hasil uji F (uji serentak) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan bahwa variabel-variabel dari Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Layanan Bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo . Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel *independent* atau variabel bebas secara serentak terhadap variabel *dependent* atau variabel terikat yaitu dengan membandingkan F_{hitung} yang dihasilkan oleh regresi linear berganda dengan F_{tabel} pada taraf signifikan sebesar 95% ($\alpha = 0,05$).

Hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 31,122 lebih besar dari F_{Tabel} dengan DF Regression = 5 dan DF Residual = 94 maka didapat F_{Tabel} 2,3113. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{Tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara berganda Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy terhadap Kepuasan Konsumen di Suzuki Subur Motor Purworejo.

Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara bersama-sama kualitas pelayanan jasa yang meliputi (Tangibles (X_1), Reliability (X_2), Responsiveness (X_3), Assurance (X_4) dan Empathy (X_5) terhadap kepuasan

konsumen (Y) pada jasa layanan bengkel di Suzuki Subur Motor Purworejo dapat diterima.

4.2.4 Analisis Korelasi Parsial

Analisis korelasi parsial digunakan untuk menguji kuatnya hubungan masing-masing variabel independen dengan variabel dependent. Sedangkan analisis dari hasil uji parsial (uji t) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya atau dependen. Dengan membandingkan antara nilai t_{tabel} dengan t_{hitung} yang didapat dari masing-masing variabel bebasnya dengan menggunakan taraf signifikan 95% ($\alpha = 0,05$). Dengan derajat kebebasan ($DF=N-k-1=100 - 5 -1 =94$) diperoleh t tabel sebesar 1,9855. Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebasnya secara parsial terhadap variabel terikat dapat dilihat koefisien determinasi parsial (r^2 partial). Nilai determinasi yang paling besar menunjukkan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil analisis korelasi parsial dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

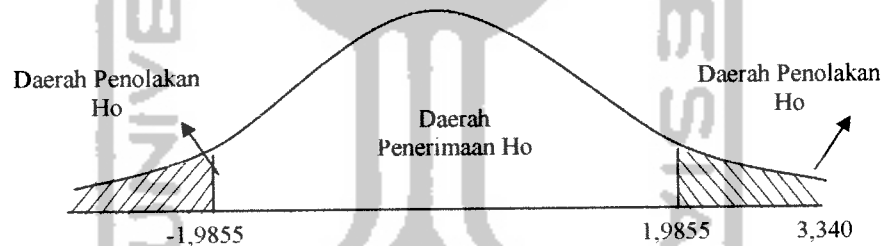
Tabel 4.14

Koefisien Korelasi Parsial

Variabel Bebas	r partial	r^2 partial	uji t	t tabel
Tangibles (X1)	0,326	0,106	3,340	1,9855
Reliability (X2)	0,389	0,151	4,095	1,9855
Responsiveness (X3)	0,286	0,082	2,890	1,9855
Assurance (X4)	0,264	0,070	2,652	1,9855
Empathy (X5)	0,294	0,086	2,985	1,9855

Sumber : Data primer diolah, 2005

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui pengujian secara parsial untuk masing-masing. Koefisien korelasi variabel Tangibles sebesar 0,326, artinya terdapat hubungan positif sebesar 32,6% antara variabel Tangibles dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo pada dimensi Tangibles maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Tangibles (X_1) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 3,340 dan t_{Tabel} sebesar 1,9855 yang berarti $t_{hitung} > t_{Tabel}$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa ada berpengaruh variabel Tangibles secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen Suzuki Subur Motor Purworejo. Untuk memperjelas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dapat dilihat pada gambar berikut :

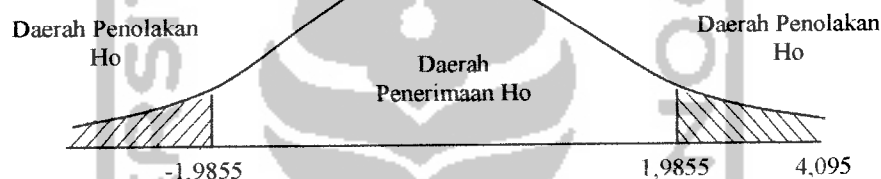


Gambar 4.1 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Tangibles

Sedangkan besarnya pengaruh variabel Tangibles terhadap kepuasan konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,106. Artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Tangibles sebesar 10,6%.

Koefisien korelasi variabel Reliability sebesar 0,151, artinya terdapat hubungan positif sebesar 15,1% antara variabel Reliability dengan kepuasan

konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo pada dimensi Reliability maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Reliability (X_2) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 4,095 dan t_{Tabel} sebesar 1,9855 yang berarti $t_{hitung} > t_{Tabel}$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa Reliability berpengaruh nyata terhadap Kepuasan konsumen Bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo. Untuk memperjelas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dapat dilihat pada gambar berikut:

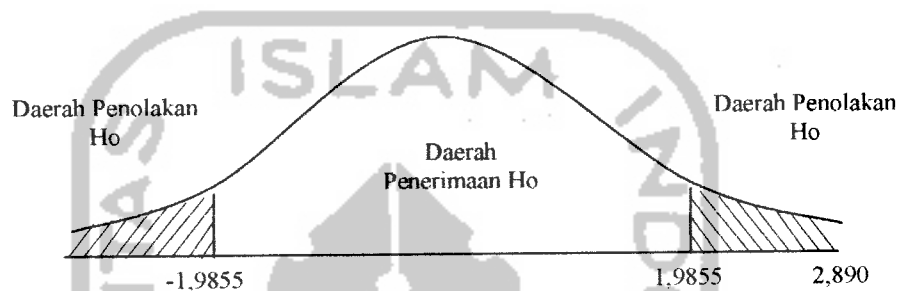


Gambar 4.2 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Reliability

Sedangkan besarnya pengaruh variabel Reliability terhadap kepuasan konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,151. Artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Reliability sebesar 15,1%.

Koefisien korelasi variabel Responsiveness sebesar 0,286, artinya terdapat hubungan positif sebesar 28,6% antara variabel Responsiveness dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo pada dimensi Responsiveness maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan

bahwa variabel Responsiveness (X_3) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 2,890 dan t_{Tabel} sebesar 1,9855 yang berarti $t_{hitung} > t_{Tabel}$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa Responsiveness berpengaruh nyata terhadap Kepuasan konsumen jasa layanan bengkel pada Suzuki Subur Motor Purworejo . Untuk memperjelas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dapat ditunjukkan pada gambar berikut

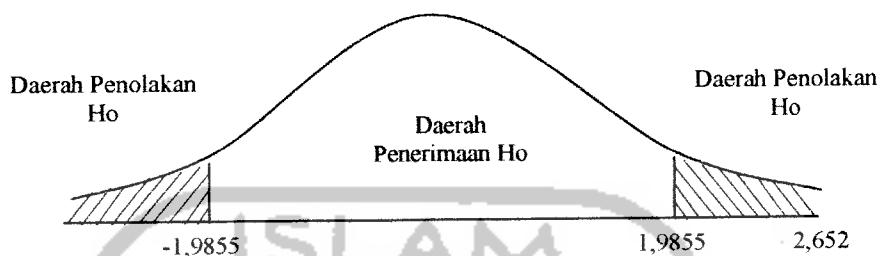


Gambar 4.3 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Responsiveness

Sedangkan besarnya pengaruh variabel Responsiveness terhadap kepuasan konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,082. Artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Responsiveness sebesar 8,2%.

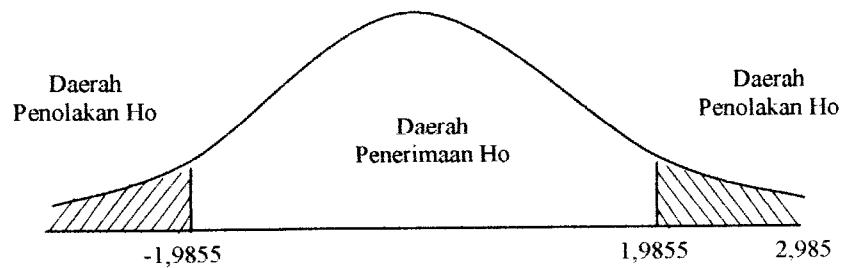
Koefisien korelasi variabel Assurance sebesar 0,264, artinya terdapat hubungan positif sebesar 26,4% antara variabel Assurance dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa pada bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo pada dimensi Assurance maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Assurance (X_4) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 2,652 dan t_{Tabel} sebesar 1,9855 yang berarti $t_{hitung} > t_{Tabel}$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang

berarti bahwa variabel Assurance berpengaruh nyata terhadap Kepuasan konsumen bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo. Untuk memperjelas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dapat dijelaskan pada gambar berikut :



Gambar 4.4 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Assurance

Sedangkan besarnya pengaruh variabel Assurance terhadap kepuasan konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,070. Artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Assurance sebesar 7%. Koefisien korelasi variabel Empathy sebesar 0,294, artinya terdapat hubungan positif sebesar 29,4% antara variabel Empathy dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan Jasa pada bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo pada dimensi Empathy maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Empathy (X_3) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 2,985 dan t_{Tabel} sebesar 1,9855 yang berarti $t_{hitung} > t_{Tabel}$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel Empathy berpengaruh nyata terhadap Kepuasan konsumen bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo. Untuk memperjelas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis dapat ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 4.5 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Empathy

Sedangkan besarnya pengaruh variabel Empathy terhadap kepuasan konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,086. Artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Empathy sebesar 8,6%.

Dari analisis kelima variabel tersebut di atas koefisien determinasi parsial terbesar ditunjukkan oleh variabel Reliability (X2) sebesar 0,151 atau 15,1%. Dengan demikian untuk variabel Reliability (X2) mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen.