

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOTOR HONDA PADA PT. DAYA ANUGRAH MANDIRI PAREPARE

Ulfa Natsir¹, Anastasia D'ornay²

¹Ekonomi, pulfanatsir@gmail.com, Institut Sosial dan Bisnis Andi Sapada

²Ekonomi, Anastasia.dornay@gmail.com, Institut Sosial dan Bisnis Andi Sapada

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan yaitu (1) Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare. (2). Untuk mengetahui pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Bukti fisik (X1) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = (-0,221)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,826 > 0,05$. (2). Kehandalan (X2) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = (-0,530)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,598 > 0,05$. (3). Daya Tanggap (X3) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 5,974$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$. (4). Jaminan (X4) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 0,223$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,824 > 0,05$. (5). Empati (X5) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 0,675$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,502 > 0,05$. (6). bukti fisik, kehandalan, Daya Tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) secara simultan terhadap terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis nilai R Square (R^2) tersebut adalah 0,594 atau sebesar 59,4 % sedangkan sisanya sebesar 41,6 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, kepuasan konsumen

1. PENDAHULUAN

Akibat perubahan teknologi yang begitu cepat, berimbas juga terhadap perubahan dunia yang begitu cepat telah memaksa produsen dan para penjual berpikir keras agar tetap eksis di dunianya. Perubahan ini diakibatkan oleh berbagai sebab seperti pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi. PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare yang bergerak di bidang penjualan motor Honda, perlu memperhatikan pelayanan/jasa yang diberikan kepada konsumennya, agar dapat membuat konsumen puas terhadap pelayanan yang telah diberikan.

Dalam menghadapi persaingan dan keinginan dari konsumen untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik, maka pada saat ini PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare dituntut untuk dapat mengendepankan kualitas pelayan terhadap konsumen dengan cara memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen, misal jika ada konsumen yang datang sebaiknya segera di layani karena itu merupakan strategi perusahaan, dengan penerapan kualitas pelayanan yang baik tersebut diharapkan tercapai kepuasan konsumen yang tentunya akan berdampak terhadap perkembangan PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare

PT. Daya Anuugrah Mandiri Parepare merupakan atau yang lebih dikenal dengan nama Daya Motor, perusahaan ini merupakan dealer motor dan sparepart resmi Honda. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Lahalede. Perusahaan tersebut bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor Honda, dan suku cadang atau sparepart khususnya untuk sepeda motor merek Honda, dengan jenis motor sport, motor bebek dan motor matic dengan berbagai macam jenis merek.

**Tabel I Penjualan Motor Honda
PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare**

Tahun	Unit (tahun)
2017	960
2018	1.010
2019	1.213

Sumber: Data penjualan PT. DAM Parepare

Berdasarkan tabel I penjualan motor Honda PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dari tahun 2017 sampai tahun 2019 mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan konsumen dipermudah untuk melihat dan mencari informasi produk yang ditawarkan, serta melakukan pembelian motor Honda baik secara tunai maupun kredit. Dimana setiap bulannya karyawan perusahaan ditargetkan untuk melakukan penjualan sebanyak 80 unit, tapi tidak menutup kemungkinan melebihi atau kurang dari target yang telah ditentukan. Tercapainya target penjualan perusahaan juga dapat disebabkan oleh layanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan kepada calon pembeli. Semakin baik pelayanan yang di berikan maka semakin tinggi tingkat pembelian pada perusahaan tersebut. Semua upaya yang dilakukan untuk mencapai mutu dan memberikan pelayanan yang unggul tidak ada artinya sama sekali jika tidak ada berusaha memuaskan konsumen.

Dari uraian diatas jelaslah bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan penting bagi perusahaan untuk dapat unggul dalam persaingan, khususnya bagi perusahaan penjualan sepeda motor Honda, disinilah pentingnya dealer untuk membantu memenuhi kebutuhan konsumen. Maka tidak salah apabila kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan pasti menjadi fokus utama dalam rangka mengembangkan perusahaan untuk mencapai tujuan.

Perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen setelah melakukan transaksi pembelian motor merek Honda di PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare

2. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah yang benar-benar menguasai permasalahan, memiliki data dan bersedia memberikan data. Oleh karena itu yang menjadi populasi atau responden penelitian adalah Seluruh Pengguna/Konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugrah Mandiri Parepare. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili).

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan pendekatan Roscoe, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jumlah variabel (independen + dependen) dalam penelitian ini sebanyak 6, sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan = $10 \times 6 = 60$ responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3. Hasil dan Analisis

Pada bagian ini akan disajikan gambaran deskripsi data obyek penelitian untuk mendukung analisa kuantitatif dan memberikan gambaran. Dengan menguraikan karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini maka akan dapat diketahui sejauh mana karakteristik responden dalam penelitian ini. Oleh karena itulah deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu: jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan yang membeli motor Honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Cabang Parepare.

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. Daya Anugerah Mandiri Cabang Parepare, dimana dalam melakukan penelitian ini ditetapkan sebesar 60 orang pelanggan yang dijadikan sebagai responden. Dimana dari 60

kuesioner yang dibagikan kepada responden maka semua kuesioner telah dikembalikan dan semuanya dapat diolah lebih lanjut. Oleh karena itulah akan disajikan deskripsi identitas responden yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	33	55 %
2	Perempuan	27	45 %
Total		60	100 %

Sumber : Data Pelanggan PT. Daya Anugerah Mandiri Cabang Parepare

Dari tabel diatas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, maka dari 60 orang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan kelompok jenis kelamin yakni laki-laki sebesar 33 orang atau 55 % dan perempuan sebesar 27 orang atau 45 % konsumen motor Honda. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pembeli motor jenis Honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Cabang Parepare didominasi oleh pembeli laki –laki

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	20	33 %
2	Wiraswasta	17	28 %
3	PNS/TNI/POLRI	23	39 %
Total		60	100 %

Sumber : Data Pelanggan PT. Daya Anugerah Mandiri Cabang Parepare

Berdasarkan tabel diatas, nampak bahwa dari 60 Orang responden pembeli motor honda, di dominasi oleh PNS/TNI/POLRI sebanyak 23 Orang atau 39%. Dan disusul oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 20 responden atau 33% dari jumlah keseluruhan responden serta pembeli motor honda 17 orang atau 28% dari orang yang berprofesi sebagai wiraswasta.

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	SMA/SMK	16	27 %
2	Diploma 3 (D3)	13	22 %
3	Sarjana (S1)	23	38 %
4	Magister (S2)	8	13 %
Total		60	100 %

Sumber : Data Pelanggan PT. Daya Anugerah Mandiri Cabang Parepare

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Cabang Parepare, dengan melihat dari tingkat pendidikan terbanyak adalah, SMA/SMK sebanyak 16 orang atau 27 % kemudian tingkat Diploma 3 (D3) sebanyak 13 orang atau 22 %, S1 atau strata satu sebanyak 23 orang atau 38 %, dan S2 atau Magister sebanyak 8 orang atau 13%..

Pengujian Hipotesis

Uji Validitas

validitas adalah Derajat ketepatan/kelayakan instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur serta sejauh mana instrumen tersebut menjalankan fungsi pengukurannya tujuan dari uji validitas Mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya. Agar data yang diperoleh bisa relevan/sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut.

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji *moment product correlation* atau lebih dikenal dengan nama *pearson correlation*. Penelitian ini menggunakan semua sampel sejumlah (n) = 60, maka besarnya $df = 60 - 2 = 58$. Dimana $\alpha = 0,05$ maka diperoleh r tabel sebesar 0,254. Berikut adalah hasil olah data validitas dengan menggunakan SPSS 20 pada variabel Kepemimpinan di bawah ini;

Tabel 5 Analisis Validasi Variabel Bukti fisik (X₁)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r table	Keterangan
X1.1	0,693	0,254	Valid
X1.2	0,760	0,254	Valid
X1.3	0,680	0,254	Valid

X1.4	0,652	0,254	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber: Analisis Validasi

Berdasarkan tabel 6 di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel bukti fisik (X₁) adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai *pearson correlation* (r hitung) setiap item pernyataan lebih besar dari nilai r tabel dengan tingkat signifikansi untuk semua item pernyataan pada level lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya analisis validasi pada variabel Kehandalan (X₂) dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini:

Tabel 6 Analisis Validasi Variabel Kehandalan (X₂)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r table	Keterangan
X2.1	0,662	0,254	Valid
X2.2	0,740	0,254	Valid
X2.3	0,659	0,254	Valid
X2.4	0,758	0,254	Valid

Sumber: Analisis Validasi

Berdasarkan tabel 7 di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel Kehandalan (X₂) adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai *pearson correlation* (r hitung) setiap item pernyataan lebih besar dari nilai r tabel dengan tingkat signifikansi untuk semua item pernyataan pada level lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya analisis validasi pada variabel Daya Tanggap (X₃) dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini :

Tabel 7 Analisis Validasi Variabel Daya Tanggap (X₃)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r table	Keterangan
X3.1	0,783	0,254	Valid
X3.2	0,829	0,254	Valid
X3.3	0,921	0,254	Valid
X3.4	0,753	0,254	Valid

Sumber: Analisis Validasi

Berdasarkan tabel 8 di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel Daya Tanggap (X₃) adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai *pearson correlation* (r hitung) setiap item pernyataan lebih besar dari nilai r tabel dengan tingkat signifikansi untuk semua item pernyataan pada level lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya analisis validasi pada variabel jaminan (X₄) dapat dilihat pada tabel 9 di bawah ini

Tabel 8 Analisis Validasi Variabel Jaminan (X₄)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r table	Keterangan
X4.1	0,681	0,254	Valid
X4.2	0,786	0,254	Valid
X4.3	0,828	0,254	Valid
X4.4	0,809	0,254	Valid

Sumber: Analisis Validasi

Berdasarkan tabel 9 di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel jaminan (X₄) adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai *pearson correlation* (r hitung) setiap item pernyataan lebih besar dari nilai r tabel dengan tingkat signifikansi untuk semua item pernyataan pada level lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya analisis validasi pada variabel empati (X₅) dapat dilihat pada tabel 10 di bawah ini

Tabel 9 Analisis Validasi Variabel Empati (X₅)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r table	Keterangan
X5.1	0,780	0,254	Valid
X5.2	0,873	0,254	Valid
X5.3	0,868	0,254	Valid
X5.4	0,898	0,254	Valid

Sumber: Analisis Validasi

Berdasarkan tabel 10 di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel empati (X_5) adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai *pearson correlation* (r hitung) setiap item pernyataan lebih besar dari nilai r tabel dengan tingkat signifikansi untuk semua item pernyataan pada level lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya analisis validasi pada variabel kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel 11 di bawah ini

Tabel 11
Analisis Validasi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Nomor Butir	Korelasi Item Total (r hitung)	r table	Keterangan
Y1.1	0,875	0,254	Valid
Y1.2	0,862	0,254	Valid
Y1.3	0,792	0,254	Valid
Y1.4	0,771	0,254	Valid

Sumber: Analisis Validasi

Berdasarkan tabel 11 di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel Kepuasan konsumen (Y) adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai *pearson correlation* (r hitung) setiap item pernyataan lebih besar dari nilai r tabel dengan tingkat signifikansi untuk semua item pernyataan pada level lebih kecil dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk menilai konsistensi pada objek dan data, apakah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Tabel 12
Hasil Analisis Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach Alpha	Kategori Reliabilitas
Bukti fisik (X_1)	0,629	Tinggi
Kehandalan (X_2)	0,661	Tinggi
Daya Tanggap (X_3)	0,841	Sangat Tinggi
Jaminan (X_4)	0,772	Tinggi
Empati (X_5)	0,877	Sangat Tinggi
Kepuasan Konsumen (Y)	0,842	Sangat Tinggi

Sumber: Analisis Reliabilitas

Berdasarkan tabel 12 di atas dapat dilihat pada variabel Bukti Fisik (X_1) nilai cronbach alpha sebesar 0,629 termasuk dalam kategori reliabilitas tinggi, variabel Kehandalan (X_2) nilai cronbach alpha sebesar 0,661 termasuk dalam kategori reliabilitas tinggi, variabel Daya Tanggap (X_3) nilai cronbach alpha sebesar 0,841 termasuk dalam kategori reliabilitas sangat tinggi, variabel jaminan (X_4) nilai cronbach alpha sebesar 0,772 termasuk dalam kategori reliabilitas tinggi, variabel empati (X_5) nilai cronbach alpha sebesar 0,877 termasuk dalam kategori reliabilitas sangat tinggi dan variabel kepuasan konsumen (Y) nilai cronbach alpha sebesar 0,842 termasuk dalam kategori reliabilitas sangat tinggi.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 12 di bawah ini :

Tabel 13
Uji Hipotesis Parsial Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,041	1,985		2,539	,014
.5 X1	-,022	,098	-,023	-,221	,826
.5 X2	-,082	,155	-,073	-,530	,598
.5 X3	,687	,115	,758	5,974	,000
.5 X4	,027	,121	,025	,223	,824
.5 X5	,091	,135	,089	,675	,502

a. Dependent Variable: Y5

Sumber : Analisis Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji persial (uji t) di atas dapat dilihat dalam tabel 13 bahwa nilai koefisien untuk variabel :

1. Bukti fisik (X₁),

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Bukti fisik (X₁) menunjukkan nilai t_{hitung} (-0,221) < t_{tabel} 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,826 > 0,05. Dengan nilai signifikansi di atas 0,05 tersebut menunjukkan bahwa bukti fisik (X₁) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H₀ diterima. dan arah koefisien regresi negatif berarti bahwa bukti fisik tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare.

2. Kehandalan (X₂)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kehandalan (X₂) menunjukkan nilai t_{hitung} (-0,530) < t_{tabel} 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,598 > 0,05. Dengan nilai signifikansi di atas 0,05 tersebut menunjukkan bahwa kehandalan (X₂) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H₀ diterima. dan arah koefisien regresi negatif berarti bahwa kehandalan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare.

3. Daya Tanggap (X₃)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Daya Tanggap (X₃) menunjukkan nilai t_{hitung} 5,974 > t_{tabel} 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 > 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa Daya Tanggap (X₃) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H₀ ditolak. Dan arah koefisien regresi positif berarti bahwa Daya Tanggap memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare.

4. Jaminan (X₄)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel jaminan (X₄) menunjukkan nilai t_{hitung} 0,223 < t_{tabel} 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,824 > 0,05. Dengan nilai signifikansi di atas 0,05 tersebut menunjukkan bahwa jaminan (X₄) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H₀ diterima. Dan arah koefisien regresi positif berarti bahwa jaminan memiliki pengaruh yang rendah terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare.

5. Empati (X₅)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel empati (X₅) menunjukkan nilai t_{hitung} 0,675 < t_{tabel} 2,004 dengan nilai signifikansi sebesar 0,502 > 0,05. Dengan nilai signifikansi di atas 0,05 tersebut menunjukkan bahwa empati (X₅) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H₀ diterima. Dan arah koefisien regresi positif

berarti bahwa empati memiliki pengaruh yang rendah terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare.

Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variable independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Hasil perhitungan Uji F ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 14
Uji Hipotesis simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regr	142,587	5	28,517	15,808	,000 ^b
Residual	97,413	54	1,804		
Total	240,000	59			

a. Dependent Variable: Y5

b. Predictors: (Constant), X5.5, X1.5, X4.5, X3.5, X2.5

Dari tabel 14 di atas dapat dilihat bahwa F hitung (*F- Statistic*) sebesar 15,808 lebih besar dari F tabel yaitu 2,39 dengan nilai probabilitas 0,000 yang berarti di bawah nilai signifikan 0,05. Berdasarkan data tersebut dimana H₀ ditolak dan H₁ diterima yang berarti variabel independen yaitu bukti fisik (X₁), kehandalan (X₂), Daya Tanggap (X₃), jaminan (X₄) dan empati (X₅) secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare.

Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada dasarnya untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen/ bebas dengan variabel dependen/ terikat. Hasil dari analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 15 dibawah ini;

Tabel 15
Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,041	1,985		2,539	,014
X1.5	-,022	,098	-,023	-,221	,826
X2.5	-,082	,155	-,073	-,530	,598
X3.5	,687	,115	,758	5,974	,000
X4.5	,027	,121	,025	,223	,824
X5.5	,091	,135	,089	,675	,502

a. Dependent Variable: Y5

Sumber : Analisis Uji Hipotesis

Berdasarkan perhitungan dengan bantuan program SPSS menggunakan Full Model Regression diperoleh persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,041 + (-0,022)X_1 + (-0,082) X_2 + 0,687 X_3 + 0,027 X_4 + 0,091 X_5$$

Persamaan regresi di atas terdapat nilai β₀ atau nilai konstanta sebesar 5,041. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare adalah sebesar 5,041 yang berindikasikan berpengaruh positif atas kualitas pelayanan yang diterima konsumen.

Koefisien Regresi bukti fisik (X_1) sebesar (-0,022) dan bertanda negatif yang berarti bahwa bukti fisik (X_1) memiliki pengaruh yang rendah terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

Koefisien Regresi keandalan (X_2) sebesar (-0,082) dan bertanda negatif yang berarti bahwa keandalan (X_2) memiliki pengaruh yang rendah terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

Koefisien Regresi Daya Tanggap (X_3) sebesar 0.687 dan bertanda positif yang berarti bahwa variabel Daya Tanggap (X_3) memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

Koefisien Regresi Jaminan (X_4) sebesar 0.027 dan bertanda positif yang berarti bahwa variabel jaminan (X_4) memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

Koefisien Regresi empati (X_5) sebesar 0,091 dan bertanda positif yang berarti bahwa variabel empati (X_5) memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen motor honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan. Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni Daya Tanggap, Jaminan, Empati berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni Kepuasan Konsumen. Sedangkan variabel bukti fisik, keandalan berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Konsumen. Di mana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada prinsipnya mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen. R^2 memiliki kelemahan, dimana untuk mengurangi kelemahan tersebut maka digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan yaitu, R Square (R^2).

Tabel 16
Hasil Uji Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,771 ^a	,594	,557	1,343

a. Predictors: (Constant), X5.5, X1.5, X4.5, X3.5, X2.5

Sumber: Analisis Uji Hipotesis

Pada tabel 16 di atas adalah dimana penelitian ini menggunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan atau biasa disebut *R Square* (R^2). Hasil analisis di atas diketahui bahwa nilai *R Square* (R^2) tersebut adalah 0,594 yang berarti bahwa variabel independen yaitu kualitas layanan (bukti fisik, keandalan, Daya Tanggap, jaminan dan empati) mampu menjelaskan variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen sebesar 59,4 % sedangkan sisanya sebesar 41,6 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini

Pembahasan

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang kurang memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare secara umum kurang baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan konsumen yang rendah dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam kelima dimensinya memiliki pengaruh yang positif ataupun negatif dan signifikan ataupun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen motor honda. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang kurang berkualitas, maka hal tersebut tidak menciptakan kepuasan dalam diri konsumen. Sehingga nantinya dapat mengurangi minat beli konsumen pada perusahaan tersebut khususnya pada jenis motor atau produk yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (*tangible*) (X_1) memiliki pengaruh yang negatif akan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa bukti fisik dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan peralatan, fasilitas yang memadai, penampilan karyawan dan area parkir yang luas. Dari semua itu dapat dijadikan sebagai salah satu penilaian oleh konsumen yang merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dalam pembelian motor Honda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keandalan (*reliability*) (X_2) memiliki pengaruh yang negatif akan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa

keandalan dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan pelayanan maksimal, tepat dan akurat, simpatik pada konsumen dan menepati janji dalam pelayanan. Keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dinilai masih kurang sehingga memberikan kesan kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dalam pembelian motor Honda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap (*responsiveness*) (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa daya tanggap dalam hal memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen, menyelesaikan masalah dan pelayanan yang cepat dan akurat serta membantu kesulitan konsumen. Daya tanggap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen perlu dipertahankan dan menjadikan keunggulan PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare dalam melayani konsumen untuk pembelian motor Honda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan (*assurance*) (X_4) memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan gambaran bahwa jaminan dalam hal menjawab pertanyaan dan memberikan keyakinan kepada konsumen, sopan dan ramah, pelayanan dalam transaksi yang dipercaya memberikan kesan yang baik dan perlu ditingkatkan pada konsumen PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel empati (*empathy*) (X_5) memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan gambaran bahwa perlunya memahami keinginan konsumen dan memberikan perhatian serta menghargai konsumen akan dengan sendirinya memberikan kesan yang baik dan perlu ditingkatkan sehubungan dengan pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian ini :

1. Bukti fisik (X_1) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = (-0,221)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,826 > 0,05$. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa bukti fisik (X_1) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Keandalan (X_2) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = (-0,530)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,598 > 0,05$. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa keandalan (X_2) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Daya Tanggap (X_3) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 5,974$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa daya tanggap (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Jaminan (X_4) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 0,223$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,824 > 0,05$. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa jaminan (X_4) memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5. Empati (X_5) Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 0,675$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,502 > 0,05$. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa empati (X_5) memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
6. bukti fisik, keandalan, Daya Tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) secara simultan terhadap terhadap kepuasan konsumen motor Honda pada PT. Daya Anugerah Mandiri Parepare.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung.
- Assauri Sofjan, (2015), Manajemen Pemasaran, Cetakan ke-14, Jakarta : Rajawali Pers.
- Bakhtiar Tijjang, 2018 Konsep Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen (kasus pada mahasiswa). Pameungpeuk Bandung
- Korler Philip & A.B. Susanto, 1994. Manajemen Pemasaran. Analisis. Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Lovelock, Christopher H. Lauren K. Wright. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa. Cetakan II. Indeks. Jakarta.
- Lupyodi, Rambatdan A. Hamdani. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Salemba Empat, Jakarta.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi. 2016. *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Aryani Etty Roswita (2013) *Jurnal, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukarharjo” Jawa Tengah*.
- Aryaduta (2014) *Jurnal “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pada PT.Daya Adicipta Wisesa Maumbi Manado, Universitas Sam Ratulangi (UNSRAT)-Manado*
- Wildan Sulaksana. 2017. *Jurnal, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta*. Yogyakarta.