

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA DIVISI *SERVICE*  
DAN *SPARE PART* YAMAHA MULTI MOTOR SINTANG**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**AYUNI SHAFIRA**

**NIM : 181320057**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK  
2023**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA DIVISI SERVICE DAN  
SPARE PART YAHAMA MULTI MOTOR SINTANG**

**Tanggung Jawab Yuridis Kepada :**

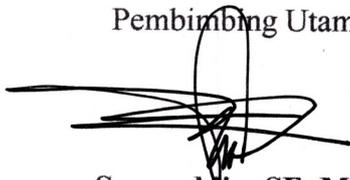
**AYUNI SHAFIRA  
NIM. 181320057**

**Program Studi Manajemen**

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian  
Skripsi/Komprehensif  
Pada Tanggal : 13 Februari 2023**

**Majelis Penguji :**

Pembimbing Utama



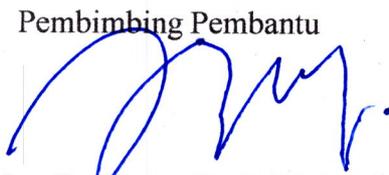
**Samsuddin, SE, M.Si**  
NIDN. 1113117701

Penguji Utama



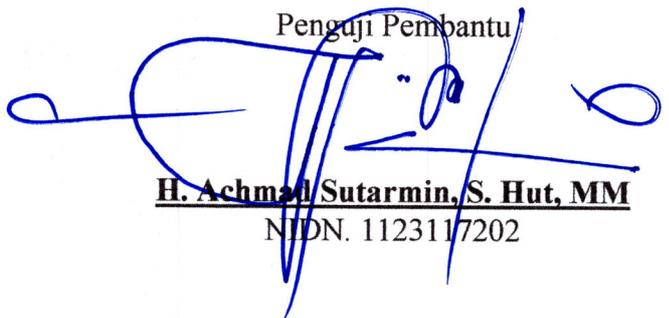
**Dr. Helman Fachri, SE, MM**  
NIDN. 1107056101

Pembimbing Pembantu



**Wulan Purnama Sari, SE, MM**  
NIDN. 1115099001

Penguji Pembantu



**H. Achmad Sutarmin, S. Hut, MM**  
NIDN. 1123117202

Pontianak, 13 Februari 2023

Disahkan Oleh :

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

**DEKAN**



**Dedi Hariyanto, SE, MM**  
NIDN. 1113117702

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine Customer Satisfaction in the Service and Spare Part Division of Yamaha Multi Motor Sintang which consists of several variables, namely Physical Evidence Variables, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy. These variables are used to analyze Customer Satisfaction in the Service and Spare Part Division of Yamaha Multi Motor Sintang. The benefits of this research include as a first step in scientific development for the author, as information and input material for the company and as a reference for his research. The sampling method in this study used purposive sampling method and data obtained through the distribution of questionnaires as many as 100 respondents who were Yamaha Multi Motor Sintang customers.*

*The calculation results show that  $X = 3.18$  and  $Y = 4.19$ , meaning that the satisfaction values are lower than the importance value so that it can be concluded that consumers are not satisfied with the service of the Service Division and spare parts at Yamaha Multi Motor Sintang. The score of each dimension shows that the Reliability dimension is in quadrant B, the Responsiveness dimension is in quadrant A, the Assurance dimension is in quadrant C, the Empathy dimension is in quadrant C, and the Physical Evidence dimension (Tangibles) is in quadrant C.*

**Keywords :** *Customer Satisfaction, Service and Spare Part Division, Yamaha*

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan Pada Divisi *Service* dan *Spare Part* Yamaha Multi Motor Sintang yang terdiri dari beberapa Variabel, yaitu Variabel Bukti Fisik, Keandalan, Dayatanggap, Jaminan, Empati. Variable-variabel tersebut digunakan untuk menganalisis Kepuasan Pelanggan Pada Divisi *Service* dan *Spare Part* Yamaha Multi Motor Sintang. Manfaat penelitian ini diantaranya ialah sebagai langkah awal dalam pembangunan keilmuan bagi penulis, sebagai informasi dan bahan masukan bagi perusahaan dan sebagai referensi bagi penelitiannya. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan data yang di peroleh melalui penyebaran kuisioner sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan Yamaha Multi Motor Sintang.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $X = 3,18$  dan  $Y = 4,19$ , artinya nilai - nilai kepuasan lebih rendah dari nilai kepentingan sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan Divisi *Service* dan *spare part* di Yamaha Multi Motor Sintang. Skor masing – masing dimensi menunjukkan bahwa dimensi Reliabilitas (*Reliability*) berada pada kuadran B, dimensi Daya Tanggap (*Resposiveness*) berada pada kuadran A, dimensi Jaminan (*Assurance*) berada pada kuadran C, dimensi Empati (*Empathy*) berada pada kuadran C, dan dimensi Bukti fisik (*Tangibles*) berada pada kuadran C.

**Kata Kunci :** *Kepuasan Pelanggan, Divisi Service dan Spare Part, Yamaha*

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Permasalahan .....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Kerangka Pemikiran .....	9
G. Metode Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Kepuasan.....	21
B. Pemasaran .....	25
C. Pengertian Jasa.....	26
<b>BAB III GAMBARAN UMUM</b>	
A. Profil Singkat Perusahaan.....	30
B. Struktur Organisasi .....	31
C. Aspek Pemasaran .....	37
D. Aspek Sumber Daya Manusia.....	39
E. Upaya-Upaya Yang Dilakukan Yamaha Multi Motor Sintang Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen .....	41
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Karakteristik Responden.....	42
B. Uji Instrumen .....	45
C. Analisis Kepuasan Dan Kepentingan .....	49
<b>BAB V PENUTUP</b>	

A. Penutup .....	70
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Dealer Sepeda Motor Yang Ada Di Kabupaten Sintang Tahun 2022	2
Tabel 1.2 Jumlah Service Perawatan Dan Perbaikan Tahun 2019 – 2021	3
Tabel 1.3 Biaya Berdasarkan Jenis Service Tahun 2021	4
Tabel 1.4 Harga Spare Part Yang Umum Digunakan Konsumen Tahun 2021	5
Tabel 1.5 Harga Non Spare Part Yang Umum Digunakan Konsumen Tahun 2021	5
Table 1.6 Jumlah Pendapatan Service dan Penjualan Spare Part Tahun 2019 – 2021	6
Tabel 1.7 Skala Pengukuran Variabel Penelitian	16
Tabel 3.1 Jumlah Karyawan Berdasarkan Jabatan Tahun 2022	40
Tabel 3.2 Jam Operasional dan Jam Kerja Karyawan Tahun 2022	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.2 Umur Responden	43
Tabel 4.3 Perkerjaan Responden	43
Tabel 4.4 Penghasilan Responden Per Bulan	44
Tabel 4.5 Frekuensi Penggunaan Jasa	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen Yamaha Multi Motor	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepentingan Konsumen Yamaha Multi Motor Variabel (Y)	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Persepsi Konsumen Yamaha Multi Motor(Variabel X)	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kepentingan Konsumen Yamaha Multi Motor (Variabel Y)	49
Tabel 4.10 Tenaga Teknik Service Memiliki Keahlian Dalam Melakukan Perawatan Motor Yamaha	50
Tabel 4.11 Ketersediaan Karyawan Dalam Memberikan Pelayanan Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen	50
Tabel 4.12 Kecepatan Prosedur Pelayanan	51

Tabel 4.13 Kemudahan Prosedur Pembayaran .....	51
Tabel 4.14 Kesiapan Karyawan Dalam Memberikan Pelayanan.....	52
Tabel 4.15 Karyawan Selalu Mengutamakan Kepentingan Konsumen Dalam Setiap Pelayanannya .....	53
Tabel 4.16 Keahlian Karyawan Dalam Melayani Konsumen.....	53
Tabel 4.17 Kesiapan Karyawan Dalam Menangani Setiap Keluhan Konsumen	54
Tabel 4.18 Kemampuan Karyawan Menanamkan Kepercayaan Terhadap Pelayanan Yang Diberikan .....	55
Tabel 4.19 Kejujuran Karyawan Dalam Memberikan Informasi Yang Dibutuhkan Konsumen, Misalnya Biaya Service.....	55
Tabel 4.20 Kemampuan Karyawan Dalam Berkomunikasi.....	56
Tabel 4.21 Kemampuan Karyawan Dalam Memberikan Perhatian Kepada Masing -Masing Konsumen.....	57
Tabel 4.22 Keramahan Karyawan Dalam Melayani Konsumen.....	57
Tabel 4.23 Kesabaran Karyawan Dalam Melayani Konsumen .....	58
Tabel 4.24 Kesopanan Karyawan Dalam Melayani Konsumen .....	58
Tabel 4.25 Ketersediaan Televisi Pada Ruang Tunggu .....	59
Tabel 4.26 Ketersediaan Kipas Angin Pada Ruang Tunggu .....	60
Tabel 4.27 Ketersediaan Kursi Tunggu .....	60
Tabel 4.28 Ketersediaan Bengkel Yang Bersih .....	61
Tabel 4.29 Ketersediaan Air Minum Pada Ruang Tunggu .....	61
Tabel 4.30 Ketersediaan Tempat Parkir.....	62
Tabel 4.31 Rekapitulasi Skor Tingkat Kepuasan Dan Kepentingan Responden ..	63
Tabel 4.32 Rekapitulasi Skor Per Dimensi .....	67

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 1.2 Diagram Kartesius.....	19
Gambar 2.1 Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Ekspetasi Pelanggan .....	24
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	32
Gambar 4.1 Hasil Uji Kartesius Per Item Pernyataan.....	66
Gambar 4.2 Hasil Uji Kartesius Per Item Dimensi .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisoner .....	74
Lampiran II Data Responden .....	79
Lampiran III Hasil Validitas Variabel X.....	94
Lampiran IV Hasil Validitas Variabel Y .....	97

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini alat transportasi roda dua atau sepeda motor sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat dari kalangan bawah sampai kalangan atas, terbukti dengan semakin tingginya angka pembelian sepeda motor baru maupun sepeda motor bekas disetiap tahunnya, sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang disukai oleh masyarakat Indonesia, khususnya kota Sintang. Dengan adanya kebutuhan sarana transportasi sepeda motor menjadi peluang bagi distributor sepeda motor di Indonesia. Perusahaan-perusahaan tersebut berusaha untuk memformulasikan strategi yang pada akhirnya bertujuan untuk meraih penjualan yang maksimal. Persaingan dunia transportasi sekarang ini begitu ketat dengan munculnya berbagai merek dan jenis sepeda motor. Merek sepeda motor yang ada dikota Sintang diantaranya yaitu Yamaha, Honda, Khawasaki, dan Suzuki.

Yamaha Indonesia Motor *Manufacturing* (YIMM) adalah sebuah perusahaan yang bergerak disektor industri otomotif, yang salah satunya memproduksi roda dua atau sepeda motor, dan juga *spare part* resmi Yamaha. Perusahaan ini didirikan pada 6 Juli 1974 dan pabriknya mulai beroperasi di Indonesia sekitar tahun 1969 sebagai suatu usaha perakitan

saja, sedangkan semua komponen didatangkan langsung di Jepang. Yamaha Motor Indonesia *Manufacturing* (YIMM) merupakan perusahaan yang terkemuka di Indonesia dengan induk perusahaan adalah Yamaha *Company* yang berpusat di Iwata, Shizuoka, Jepang.

Berikut ini tampilan *dealer* sepeda motor Yamaha resmi yang ada di Kabupaten Sintang dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini :

**Tabel 1.1**  
**Yamaha Sintang**  
**Daftar Dealer Sepeda Motor Yang Ada Di Kabupaten Sintang**  
**Tahun 2022**

No	Nama Dealer	Alamat
1	Yamaha Fortuna Jaya	Jl. Lintas Melawi
2	Yamaha Multi Motor	Jl. Mt. Haryono No 16–19
3	Yamaha Aneka Motor	Jl. Mt. Haryono
4	Yamaha Aneka Motor Bukit Kelam	Jl. Sintang – Kelam
5	Yamaha Perkasa Motor	Simpang Pinoh
6	Daya Motor Sintang	Jl. Lintas Melawi
7	Astra Motor Sintang	Jl. Mt. Haryono
8	Nusantara Sakti Group (NSS)	Jl. Mt. Haryono
9	Panca Motor Sintang	Jl. Lintas Melawi
10	Kawasaki Sintang	Jl. Lintas Melawi
11	Super Sukses Motor Kawasaki	Jl. Lintas Melawi
12	Suzuki Daya Kharisma Utama Sintang	Jl. Mt. Haryono

Sumber : DPMPTSP Kabupaten Sintang, 2022

Yamaha Multi Motor Sintang adalah salah satu *Dealer* resmi khusus sepeda motor Yamaha yang beralamat di JL. MT. Haryono no 16-19 Kelurahan Kapuas Kanan Hulu, Kecamatan Sintang dengan nama PT. Aneka Makmur Sejahtera, Yamaha Multi Motor Sintang menyediakan penjualan

sepeda motor dan *spare part* serta menawarkan jasa perawatan dan perbaikan untuk sepeda motor jenis matik, bebek dan *sport*.

Berikut dibawah ini adalah jumlah konsumen yang telah melakukan perawatan dan perbaikan sepeda motor di Yamaha Multi Motor Sintang :

**Tabel 1.2**  
**Yamaha Multi Motor Sintang**  
**Jumlah *Service* Perawatan Dan Perbaikan**  
**Tahun 2019 – 2021**

<b>Tahun</b>	<b>Data Konsumen <i>Service</i></b>	<b>Data Konsumen <i>Spare Part</i></b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
2019	539	417	956	35,9
2020	348	316	664	24,9
2021	553	487	1.040	39,09
Jumlah			2.660	100%

Sumber : Yamaha Multi Motor Sintang, 2022

Dapat dilihat pada Tabel 1.2 jumlah *service* perawatan dan perbaikan yang telah konsumen lakukan di Yamaha Multi Motor Sintang mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar 11% namun pada 2021 mengalami peningkatan sebesar 14,19%.

Yamaha Multi Motor Sintang melayani penjualan motor, layanan *service* dan tukar tambah, serta jasa perawatan dan perbaikan yang ditawarkan sebagian besar meliputi layanan *service* lengkap, *service* besar, *service* turun mesin, *service* ganti ban, *service* ganti oli, dan ganti injeksi.

Berikut dibawah ini harga atau biaya *service* pada Yamaha Multi Motor Sintang ditampilkan pada Tabel 1.3.

**Tabel 1.3**  
**Yamaha Multi Motor Sintang**  
**Biaya Berdasarkan Jenis *Service***  
**Tahun 2021**

No	Jenis <i>Service</i>	Biaya (Rp)
1	Jasa <i>service</i> lengkap	50.000
2	Jasa <i>service</i> besar	90.000
3	Jasa turun mesin	150.000
4	Jasa ganti ban	20.000
5	Jasa ganti oli	Gratis – 3.000
6	Jasa ganti injeksi	25.000

Sumber : Yamaha Multi Motor Sintang, 2022

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa biaya jasa *service* bervariasi mulai dari Rp. 3.000.00 sampai Rp. 150.000.00 tergantung dari jenis *service* yang dibutuhkan konsumen. Biaya jasa *service* paling besar ialah turun mesin dikenakan biaya Rp. 150.000.00, dan biaya *service* termurah ialah jasa ganti oli dikenakan biaya Rp. 3.000.00, ganti oli diberikan secara gratis diwaktu tertentu seperti motor yang baru dibeli atau di hari raya idul fitri. Tabel diatas adalah sebagian dari jenis *service* yang ada di *dealer* Yamaha Multi Motor Sintang.

Yamaha Multi Motor Sintang juga menjual *spare part* dan *non spare part*. *Spare part* adalah suatu barang yang terdiri dari beberapa komponen yang berbentuk dari kesatuan dan mempunyai fungsi tertentu. Sedangkan *non spare part* adalah beberapa komponen yang tidak membentuk suatu kesatuan tetapi mempunyai fungsi tertentu.

Berikut adalah harga *spare part* dan harga *non spare part* yang umum digunakan konsumen di Yamaha Multi Motor Sintang dapat dilihat pada Tabel 1.4 dan Tabel 1.5.

**Tabel 1.4**  
**Yamaha Multi Motor Sintang**  
**Harga Spare Part Yang Umum Digunakan Konsumen**  
**Tahun 2021**

No	Jenis Spare Part	Harga(Rp)
1	Ban	158.000 – 640.000
2	Kampas cakram	60.000
3	Kabel <i>speedometer</i>	29.000
4	Saringan udara	43.000 – 46.000
5	<i>Shock</i> belakang	201.000
6	<i>Carbon cleaner</i>	31.000

Sumber : Yamaha Multi Motor Sintang 2022

Tabel 1.4 menunjukkan harga *spare part* yang umum digunakan oleh konsumen yang melakukan *service* di Yamaha Multi Motor Sintang mulai dari Rp 29.000.00 sampai dengan Rp 640.000.00.

**Tabel 1.5**  
**Yamaha Multi Motor Sintang**  
**Harga Non Spare Part Yang Umum Digunakan Konsumen**  
**Tahun 2021**

No	Jenis Non Spare Part	Harga (Rp)
1	Oli	38.000-78.000
2	Busi	13.500
3	Aki	242.000-360.000
4	Air radiator	22.000-39.000

Sumber : Yamaha Multi Motor Sintang 2022

Tabel 1.5 menunjukkan harga *non spare part* yang umum digunakan oleh konsumen yang melakukan *service* di Yamaha Multi Motor Sintang mulai dari Rp 13.500.00 sampai dengan Rp 360.000.00.

Berikut jumlah pendapatan *service* pada Yamaha Multi Motor Sintang dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

**Tabel 1.6**  
**Yamaha Multi Motor Sintang**  
**Jumlah Pendapatan *Service* dan Penjualan *Spare Part***  
**Tahun 2019 – 2021**

<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan <i>Service</i></b>	<b>Penjualan <i>Spare Part</i> dan <i>Non Spare Part</i></b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
2019	Rp. 41.980.700	Rp. 193.870.750	Rp. 235.851.450	(12,8)
2020	Rp. 35.505.350	Rp. 185.375.500	Rp. 220.880.850	(6,3)
2021	Rp. 58.780.250	Rp. 202.900.000	Rp. 261.680.250	18,5

Sumber : Yamaha Multi Motor Sintang, 2022

Dapat dilihat pada Tabel 1.6 Jumlah Pendapatan *Service* dan Penjualan *Spare Part* Yamaha Multi Motor Sintang tahun 2019 menurun sebesar 12,8%, pada tahun 2020 menurun sebesar 6,3% dan pada tahun 2021 meningkat sebesar 18,5%.

Yamaha Multi Motor Sintang memiliki karyawan *service dan spare part* sebanyak 5 orang dengan tugas masing-masing, dengan jam kerja dari pukul 08.00-17.00 WIB (Senin-Sabtu) dan pukul 08.00-14.00 WIB (Minggu). Semua karyawan *service* yang berkerja di Yamaha Multi Motor Sintang diberikan pelatihan secara berkala untuk meningkatkan keahlian para mekanik sehingga konsumen tidak perlu merasa khawatir akan pelayanan *service* yang diberikan pada sepeda motornya. Yamaha Multi Motor Sintang juga menawarkan *spare part* dengan kualitas terbaik dan harga yang terjangkau.

Kebijakan yang dilakukan Yamaha Multi Motor Sintang sebagai bentuk tanggung jawab dan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen yaitu dengan diterapkannya konsep 3S (*Sales, Service, dan Spare part*) pelayanan yang diberikan kepada konsumen seperti senyum, salam dan sapa,

menanyakan kendala yang dialami sepeda motor untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik menjelaskan setiap produk jasa dan kelebihan dari produk jasa tersebut yang dalam hal ini adalah *spare part* dan *service* tidak mengabaikan setiap pertanyaan dari konsumen, dan tidak membuat konsumen dan tidak membuat konsumen terlalu lama menunggu.

Peneliti telah melakukan wawancara kepada mekanik dan beberapa pelanggan Yamaha Multi Motor Sintang dari hasil wawancara tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada beberapa keluhan dari pelayanan *service* dan *spare part* yang diberikan yakni seperti tidak tersedianya *spare part* yang diinginkan, harga *spare part* yang cenderung mahal, serta terjadi keterlambatan pada saat pemesanan *spare part*. Sedangkan keluhan terhadap pelayanan sering kali tidak sesuai dengan keinginan konsumen, misalnya rantai yang dipasang kurang kencang sehingga pelanggan merasa tidak nyaman ketika mengendarai sepeda motor hal ini yang membuat pelanggan harus balik lagi untuk memperbaikinya.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti ingin menganalisis lebih dalam dan judul yang di angkat pada penelitian kali ini adalah “**Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Divisi *Service* Dan *Spare Part* Yamaha Multi Motor Sintang**”.

## **B. Permasalahan**

Berdasarkan paparan penulis pada latar belakang yang telah dikemukakan diatas, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi

adalah “Bagaimana Kepuasan Pelanggan Pada Divisi *Service Dan Spare Part* Yamaha Multi Motor Sintang?”

### **C. Pembatasan Masalah**

Untuk membuat penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas dari permasalahan yang diteliti, maka penulis membatasi permasalahan pada kepuasan pelanggan yang meliputi 5 (lima) dimensi pelayanan dimensi pada pelayanan jasa terdiri atas: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiviness*), jaminan (*ansurance*), empati (*emphaty*), bukti fisik (*tangibles*)", Pada Divisi *Service Dan Spare Part* Yamaha Multi Motor Sintang?”

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini berdasarkan permasalahan yang dikemukakan diatas adalah untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan Pada Divisi *Service Dan Spare Part* Yamaha Multi Motor Sintang?”

### **E. Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini dapat digunakan untuk mengaplikasikan teori-teori yang sudah diperoleh selama perkuliahan dan melihat perbandingan antara teori dan kenyataan.

#### 2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan jasa untuk dijadikan bahan masukan dan evaluasi, serta

informasi untuk pertimbangan perusahaan dalam mengambil kebijakan dalam manajemen khususnya dalam perbaikan kualitas pelayanan.

### 3. Bagi Almamater

Bagi akademisi penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian karya ilmiah yang sesuai dengan kurikulum yang berlaku pada saat ini.

## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan inti sari dari teori yang telah dikembangkan yang dapat mendasari perumusan hipotesis. Teori yang dikembangkan dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan yang menyatakan hubungan antar variabel berdasarkan teoritis.

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 36): "Jasa/layanan (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun".

Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen yang diukur dengan menggunakan 5 (lima) dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman, et al., (1985) dalam Tjiptono (2019 : 305), yaitu:

1. Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
4. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 138): "Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka". Sedangkan menurut Shinta (2011 : 10): "Kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Bila kinerja atau prestasi sesuai atau bahkan melebihi harapan, pembelinya akan merasa puas".

Beberapa penelitian mengenai kepuasan konsumen yang dijadikan penelitian pendahuluan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

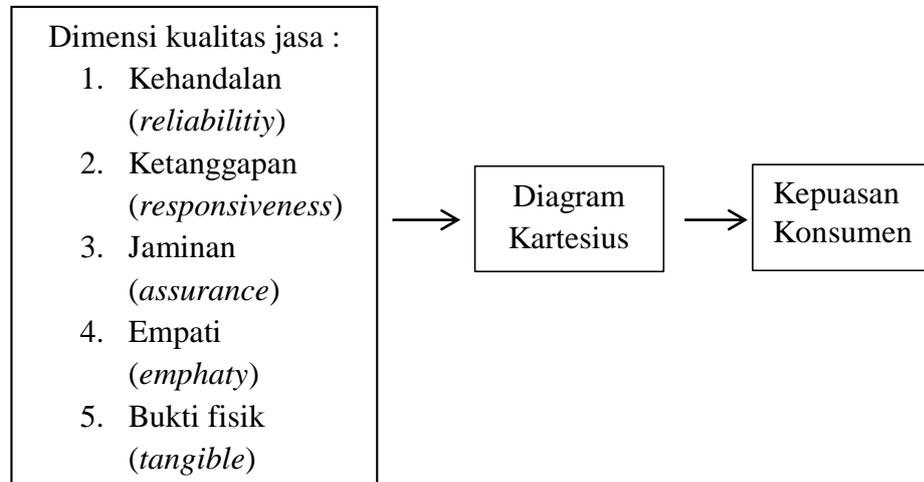
1. Wirdha Purnomo dan Dyah Riandadari (2015) yang berjudul "Analisis kepuasan pelanggan terhadap bengkel dengan metode IPA di PT. Arina parama jaya gresik". Hasil dari penelitian dengan metode *importance performance analysis* dari 23 atribut pelayanan bengkel arina motor didapat rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 94%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan, masing-masing atribut tersebar dalam 2 kuadrat yaitu 6 atribut terdapat dalam kuadrat A dan 7 atribut terdapat dalam kuadrat B.
2. Dwi Utami Kliman, Helman Fachri, dan Dedi Hariyanto (2017) "Analisis Kepuasan Penumpang Kapal KM. Melanau Khatulistiwa II Jurusan Rasau Jaya – Teluk Batang". Hasil penelitian diketahui bahwa; Kaudran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur jasa yang

dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen sehingga mengecewakan /tidak puas faktor tersebut adalah: *Tangible* (Bukti Fisik) dan *Responsiveness* (Daya Tanggap). Kuadran B menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu harus dipertahankan. Unsur ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Faktor tersebut adalah *Reliability* (Keandalan). Kuadran D menunjukkan faktor yang kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor ini dianggap kurang penting, tapi sangat memuaskan. Faktor-tersebut adalah *Assurance* (Jaminan) dan *Empthy* (Empati).

3. Elsa Pradita (2021) “ Analisis Kepuasan Konsumen Pelayanan Divisi *Service* dan *Spare Part* Yamaha Muti Motor Pontianak”. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $\bar{x} = 4,65$  dan  $\bar{y} = 4,44$ , artinya nilai kepuasan lebih tinggi dari nilai kepentingan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa puas terhadap pelayanan Divisi *Service* dan *spare part* di Yamaha Multi Motor. Skor masing-masing dimensi menunjukkan bahwa dimensi reabilitas (*reability*) berada pada kuadrat C, dimensi daya tanggap (*responsiveness*) berada pada kuadrat B, dimensi jaminan (*assurance*) berada pada kuadrat A, dimensi empati (*emphaty*) berada pada kuadrat D, dan dimensi bukti fisik (*tangibles*) berada pada kuadrat A.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Menurut Sugiyono (2017 : 11) : "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain". Penelitian deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran tentang kepuasan konsumen pada Divisi *Service* dan *Spare Part* Yamaha Multi Motor Sintang.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data pada penelitian yang penulis/peneliti lakukan, data yang di butuhkan ada 2 jenis yaitu data primer dan data sekunder.

**a. Data primer**

Menurut Sujarweni (2019 : 89) : “Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui :

**1) Kuesioner**

Menurut Sugiono (2019 : 199) : “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang sedang melakukan *service* dan *spare part* di Yamaha Multi Motor Sintang.

**2) Wawancara**

Menurut Sugiyono (2019 : 195) : ”Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil”. Peneliti akan melakukan tanya jawab langsung kepada Kepala Cabang, Kepala Mekanik, Mekanik, *Service Counter*, Konsumen *Service* dan *Spare Part* Yamaha Multi Motor Sintang.

### **3) Observasi**

Menurut Creswell (2012 : 235) : “Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian”. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi untuk mengetahui *Service* dan penjualan *Spare Part* di Yamaha Multi Motor Sintang.

#### **b. Data sekunder**

Menurut Sujarweni (2019 : 89) : “Data sekunder yaitu data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya”. Peneliti telah memperoleh data dari Yamaha Multi Motor Sintang berupa, data dealer sepeda motor Yamaha yang ada di kabupaten Sintang, data konsumen yang berkunjung selama tiga tahun, data biaya berdasarkan jenis *service*, data harga *spare part* yang umum digunakan konsumen, data harga *non spare part* yang umum digunakan konsumen, dan data jumlah pendapatan *service* dan *spare part* dan *non spare part*.

### **3. Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Menurut Sugiyono (2020: 148) "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan yang telah menggunakan jasa *service* dan *spare part* di Yamaha Multi Motor Sintang .

#### **b. Sampel**

Untuk mengetahui ukuran sampel penelitian menggunakan rumus sebagai berikut : Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

E = persen kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolerir nilai e dalam penelitian ini adalah 10% Sehingga jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar :

$$n = 2.660 / \{1 + 2.660 (0,1)^2\}$$

$$n = 2.660 / \{1 + 2.660 (0,01)\}$$

$$n = 2.660 / (1 + 26,6)$$

$$n = 2.660 / 27,6$$

$$n = 96,37$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa minimal dua (2) kali datang. Maka

jumlah sampel minimal adalah 96,37 responden. Dalam penelitian ini peneliti menetapkan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2016:156): "*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu".

#### **4. Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2020 : 96) : "Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya".

Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen yang diukur dengan menggunakan 5 (lima) dimensi kualitas jasa, yaitu:

1. Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.
4. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

#### **5. Skala pengukuran**

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Menurut Sujarweni (2019 : 104) : "Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial". Dengan skala *likert* variabel yang akan

diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun butir – butir pertanyaan yang digunakan. Berikut skor pernyataan responden :

**Tabel 1.7**  
**Skala Pengukuran Variabel Penelitian**

<b>Tingkat Kepuasan</b>	<b>Skor</b>	<b>Tingkat Kepentingan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Puas (SP)	5	Sangat Penting (SP)	5
Puas (P)	4	Penting (P)	4
Cukup Puas (CP)	3	Cukup Penting (CP)	3
Kurang Puas (KP)	2	Kurang Penting (KP)	2
Tidak Puas (TP)	1	Tidak Penting (TP)	1

Sumber : Sujarweni, 2019

## 6. Teknik Analisis Data

### a. Uji Instrumen

Menurut Siregar (2017:75) : “Instrumen Penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan mengintrepetasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan pola ukur yang sama”. Uji Instrument dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

#### 1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016 : 203): "Instrumen yang *valid* berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu *valid*. *Valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur". Untuk mengukur validitas digunakan *software* SPSS Statistics 24 for Windows.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Nilai korelasi product moment yang diperoleh kemudian akan dibandingkan dengan nilai korelasi Tabel ( $r_{Tabel}$ ). Menurut Siregar (2015 : 77): "Suatu instrumen penelitian dikatakan *valid*, bila: koefisien korelasi *product moment*  $> r_{tabel}$  ( $a;n-2$ )  $n =$  jumlah sampel"

## 2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2015 : 87) : "Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula".

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Menurut Siregar (2015 : 90) : "Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ )  $> 0,6$ ". Untuk mengukur reliabilitas digunakan *software SPSS Statistics 24 for Windows*.

### b. Diagram kartesius

Menurut Supranto (2011 : 241) : "Diagram kartesius adalah bangunan yang terdiri dari 4 bagian yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik tegak lurus pada titik  $\bar{Y}$  dan  $\bar{X}$ ".

Titik  $\bar{X}$  merupakan rata-rata dari skor tingkat kenyataan (kepuasan),  
sedangkan  $\bar{Y}$  merupakan rata-rata kepentingan.

Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

Rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Rata-rata skor tingkat kepuasan

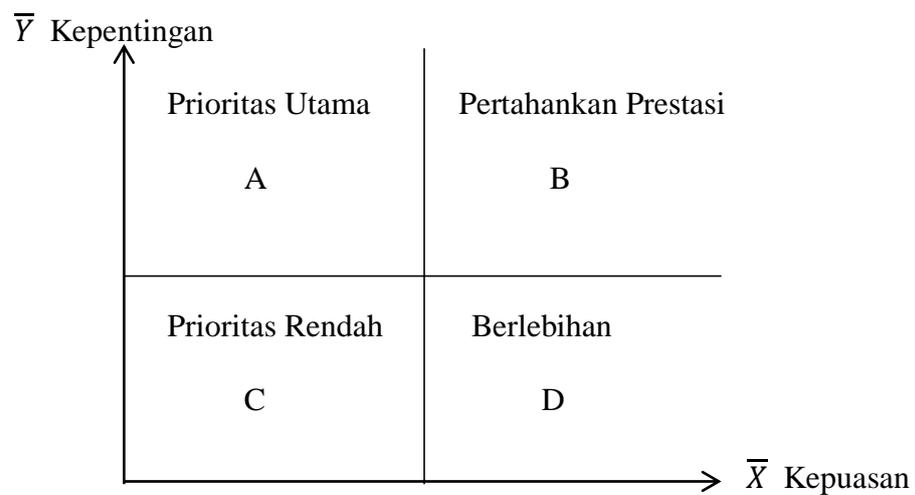
$\bar{Y}$  = Rata-rata skor tingkat kepentingan

$\sum Xi$  = Jumlah nilai atribut tingkat kepuasan

$\sum Yi$  = Jumlah nilai atribut kepentingan

Selanjutnya perhitungan tingkat kepuasan tersebut dimasukkan ke dalam diagram kartesius yang dapat dilihat pada Gambar 1.2 dibawah ini :

**Gambar 1.2**  
**Diagram Kartesius**



Sumber : (Supranto, 2011 242-242)

Keterangan :

Kuadrat A :

Menunjukkan atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan. termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun *service* Yamaha Multi Motor Sintang belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan sehingga mengecewakan / tidak puas.

Kuadrat B :

Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Unsur ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

Kuadrat C :

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanakan oleh perusahaan biasa – biasa saja. Unsur ini dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Kundra

D :

Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor ini dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Karakteristik responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin laki-laki (67%) ber umur antara 18-28 tahun (65%), memiliki pekerjaan Swasta (61%), memiliki penghasilan rata-rata per bulan sebesar Rp. 3.000.000 – 3.999.999,- (32%) dan frekuensi menggunakan jasa 6-9 kali (43%).
2. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $X= 3,18$  dan  $Y= 4,20$ , artinya nilai kepuasan lebih rendah dari nilai kepentingan sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan Divisi *Service* dan *spare part* di Yamaha Multi Motor Sintang.
3. Sektor masing – masing dimensi menunjukkan bahwa dimensi Reliabilitas (*Reliability*) berada pada kuadran B, dimensi Daya Tanggap (*Resposiveness*) berada pada kuadran A, dimensi Jaminan ( *Assurance*) berada pada kuadran C, dimensi Empati (*Empathy*) berada pada kuadran C, dan dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*) berada pada kuadran C.

## **B. Saran**

Setelah menguraikan kesimpulan, maka penulis mencoba memberikan saran-saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan dan di harapkan dapat bermanfaat untuk masa sekarang maupun untuk masa yang akan datang. Adapun saran tersebut adalah :

1. Perusahaan harus mempertahankan faktor – faktor yang membuat konsumen merasa puas misalnya, kesiapan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, karyawan selalu mengutamakan kepentingan konsumen dalam setiap pelayanannya, keahlian karyawan dalam melayani konsumen, ketersediaan karyawan dalam menangani setiap keluhan konsumen sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen.
2. Perusahaan harus memperbaiki faktor – faktor yang kurang memuaskan misalnya, kemampuan karyawan menanamkan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan, kejujuran karyawan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen misalkan biaya *service*, kemampuan karyawan dalam berkomunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Utami Kliman, Helman Fachri, dan Dedi Hariyanto. 2017. Analisis Kepuasan Penumpang Kapal KM.Melanau Khatulistiwa II Jurusan Rasau Jaya – Teluk Batang. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*. Vol 4, No 1.
- Etta Mamang Sangdaji, Sopiah, 2013. *Prilaku Konsumen, Andi offset*, Yogyakarta
- Hadi Irwan, 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas, penerbit Erlangga, Jakarta.
- Philip kotler, Kevin Lane Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid*, PT Indeks.
- Pradita, Elsa. 2021. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Divisi Service Dan Spare Part Yamaha Multi Motor*. Universitas Muhammadiyah Pontianak. Pontianak.
- Purnomo, Wirdha dan Riandadari. 2015. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel dengan metode IPA di PT.Arina Parama Jaya Gresik*. Vol. 03 No 03, 54 – 63.
- Sugiono . 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2020. *Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sujarweni. V. Wiratna, 2019, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka

Baru Press, Yogyakarta.

Tjiptono, 2016. *Quality dan Satisfaction, Andi Offset*, Yogyakarta.

Vincent Gaspersz, 1996. *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*,

PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.