

**PENGARUH KETELITIAN DAN KECEPATAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
AHASS GALUR HONDA MOTOR**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
Sebagai Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh :
Ririn Kurniawati
NIM 1102241039

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN
JURUSAN PENDIDIKAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KETELITIAN DAN KECEPATAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
AHASS GALUR HONDA MOTOR**

SKRIPSI



Disetujui,
Dosen Pembimbing



Muslikhah Dwihartanti, M.Pd.
NIP. 19780511 200112 2 001

PENGESAHAN

PENGARUH KETELITIAN DAN KECEPATAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AHASS GALUR HONDA MOTOR

RIRIN KURNIAWATI
NIM. 11402241039

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran
Jurusus Pendidikan Administrasi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
Pada tanggal 11 Juli 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Drs. Joko Kumoro, M.Si.	Ketua Penguji		24 / - 2018
Muslikhah Dwihartanti, M.Pd.	Sekretaris Penguji		23 / - 2018
Dr. Sutirman, M.Pd.	Penguji Utama		20 / - 2018

Yogyakarta, 24 Juli 2018

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan

Dr. Sugiharsono, M. Si.

NIP. 19550328 198303 1 002

SURAT PERNYATAAN

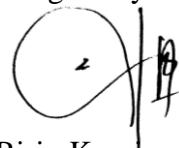
Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ririn Kurniawati
NIM : 11402241039
Program Studi : Pendidikan Administrasi Perkantoran
Fakultas : Ekonomi
Judul : Pengaruh Ketelitian dan Kecepatan Pelayanan terhadap
Kepuasan Pelanggan AHASS Galur Honda Motor

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri. Sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain atau telah dipergunakan dan diterima sebagai persyaratan dengan penyelesaian studi pada universitas lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 9 April 2018

Yang Menyatakan,



Ririn Kurniawati

NIM 11402241039

MOTTO

“Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang.

Teman yang setia hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.”

(Andrew Jackson)

“Ketika keraguan, ketakutan dan kegelisahan muncul, ingatlah bahwa ada Allah SWT tempat kita bergantung.”

(Ririn Kurniawati)

“Saat ada rasa ingin menyerah, ingatlah alasan kamu melangkah sejauh ini.”

(Ririn Kurniawati)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT atas segala karunia dan kemudahan yang diberikan sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan. Karya kecil ini kupersembahkan sebagai tanda cinta, kasih sayang dan terima kasih kepada:

- ❖ *Kedua orang tuaku, Ibu Sarijem dan Bapak Purwoharjono tercinta yang senantiasa mendoakan untuk kebaikan hidup anak-anaknya. Terima kasih atas kasih sayang, doa, dan pengorbanan dan semangat yang selama ini selalu diberikan tanpa henti.*
- ❖ *Almamaterku, Universitas Negeri Yogyakarta.*

PENGARUH KETELITIAN DAN KECEPATAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AHASS GALUR HONDA MOTOR

**Oleh:
Ririn Kurniawati
NIM 11402241039**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor; (2) kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor; dan (3) ketelitian dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor.

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan AHASS Galur Honda Motor yang berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan dokumentasi. Uji coba instrumen penelitian dilakukan pada 30 pelanggan di AHASS Shinta Motor. Uji validitas instrument menggunakan teknik analisis korelasi *Product Moment* dan uji coba reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Uji prasyarat analisis meliputi uji linearitas dan uji multikolinearitas. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana dan analisis regresi ganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor sebesar 47,8% ditunjukkan dengan $r_{x1y} = 0,641$ $r_{2x1y} = 0,478$ dan $t_{hitung} = 9,469 > t_{tabel} = 1,984$; (2) ada pengaruh positif dan signifikan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor sebesar 48,2% ditunjukkan dengan $r_{x2y} = 0,649$ $r_{2x2y} = 0,482$ dan $t_{hitung} = 9,548 > t_{tabel} = 1,984$; (3) ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor sebesar 51,7% ditunjukkan dengan $R_y(1,2) = 0,719$, $R^2_y(1,2) = 0,517$ dan $F_{hitung} = 51,897 > F_{tabel} = 1,73$.

Kata kunci: Ketelitian, Kecepatan Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

**THE INFLUENCE OF ACCURACY AND SPEED OF SERVICE
ON CUSTOMER SATISFACTION
AHASS GALUR HONDA MOTOR**

*By:
Ririn Kurniawati
NIM 11402241039*

ABSTRACT

This research is aimed to know how the influence: (1) service of accuracy on customer satisfaction AHASS Galur Honda Motor; (2) speed of service to customer satisfaction of AHASS Galur Honda Motor; and (3) service accuracy and speed together to customer satisfaction of AHASS Galur Honda Motor.

This research was an ex post facto research with using quantitative approach. The population in this research as customers AHASS Galur Honda Motor, which amounts to 100 people. The data collection techniques used are questionnaire and documentation. The trial of the research instrument was performed on 30 customers at AHASS Shinta Motor. Instrument validity test using product moment correlation analysis technique and reliability test using Cronbach Alpha. The prerequisite analysis test includes linearity test and multicollinearity test. The data analysis techniques used were simple regression analysis and multiple regression analysis.

The result of this research showed that: 1) there is a positive and significant influence service of accuracy to customer satisfaction AHASS Galur Honda Motor amounted to 47,8% was shown with $r_{xly} 0,641$ $r^2_{xly} 0,478$ and $t_{count} 9,469 > t_{table} 1,984$; 2) there is a positive and significant influence speed of service to customer satisfaction AHASS Galur Honda Motor amounted to 48,2% was shown with $r_{x2y} 0,649$ $r^2_{x2y} 0,482$ and $t_{count} 9,548 > t_{table} 1,984$; and (3) there is a positive and significant influence service accuracy and speed together to customer satisfaction AHASS Galur Honda Motor amounted to 51,7% was shown with $R_y(1,2) 0,719$, $R^2_y(1,2) 0,517$ and $F_{count} 51,897 > F_{table} 1,73$.

Keywords: *Service Accuracy, Service Speed, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Ketelitian dan Kecepatan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan AHASS Galur Honda Motor” ini dengan baik dan lancar. Penulis menyadari tanpa bimbingan dan bantuan berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih setulusnya kepada:

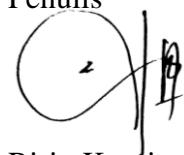
1. Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, M.Pd., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan izin untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Joko Kumoro, M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran yang telah memberikan masukan demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Muslikhah Dwihartanti, M.Pd., Dosen Pembimbing yang dengan sabar telah mengarahkan, membimbing, memberikan masukan, saran serta ilmunya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dr. Sutirman, M.Pd., Dosen Narasumber yang telah bersedia memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
7. Herry Prihnawan Wisma Putra, Pemilik AHASS Galur Honda Motor yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
8. Pegawai AHASS Galur Honda Motor yang telah membantu selama proses penelitian.
9. Pelanggan AHASS Galur Honda Motor yang telah membantu dalam proses penelitian.

10. Mas Cahyadi Prakosa atas kesetiaan, doa dan dorongan semangat serta dukungan yang selalu diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Bapak Wusdi Handoyo dan Ibu Walinem yang telah membantu menyemangati saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
12. Bapak dan Ibu Guru SD N Depok yang telah membantu menyemangati saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat-sahabat seperjuangan Vina, Erni, Tyas, Rezita, Danik, Novita, Sam, Tiyas untuk semangat, canda tawa, dan kenangan yang tercipta selama melewatkkan waktu bersama.
14. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Administrasi Perkantoran angkatan 2011 atas dukungan, semangat dan keceriaan selama perkuliahan.
15. Semua pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini yang tidak dapat disebut satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati, demi perbaikan penulisan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 9 April 2018

Penulis



Ririn Kurniawati

NIM. 11402241039

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Kepuasan Pelanggan	9
a. Pengertian Pelanggan	9
b. Pengertian Kepuasan Pelanggan	11
c. Faktor Kepuasan Pelanggan	12
d. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan	15
2. Pelayanan Publik	17

a. Pengertian Pelayanan Publik	17
b. Prinsip Pelayanan Publik	19
c. Kualitas Pelayanan Publik	21
d. Dimensi Kualitas Pelayanan Publik	22
e. Ketelitian Pelayanan	27
f. Kecepatan Pelayanan	31
B. Penelitian yang Relevan	35
C. Kerangka Pikir	37
D. Paradigma Penelitian	39
E. Hipotesis Penelitian	39
 BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Desain Penelitian	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian	40
C. Variabel Penelitian	41
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
E. Populasi dan Sampel Penelitian	42
F. Teknik Pengumpulan Data	44
G. Instrumen Penelitian	45
H. Uji Coba Instrumen	47
I. Teknik Analisis Data.....	52
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Deskripsi AHASS Galur Honda Motor	64
1. Profil	64
2. Kondisi Fisik	65
3. Kondisi Nonfisik	66
B. Deskripsi Hasil Penelitian	66
1. Kepuasan Pelanggan	67

2. Ketelitian Pelanggan	74
3. Kecepatan Pelayanan	82
C. Pengujian Prasyarat Analisis	91
1. Uji Linearitas	91
2. Uji Multikolinearitas	92
D. Pengujian Hipotesis	93
1. Hipotesis Pertama	93
2. Hipotesis Kedua	95
3. Hipotesis Ketiga	97
E. Pembahasan Hasil Penelitian	101
F. Keterbatasan Penelitian	108
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	112
 DAFTAR PUSTAKA	 114
LAMPIRAN	117

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Dimensi – dimensi Kualitas Jasa.....	24
2. Skor Alternatif Jawaban.....	46
3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	46
4. Hasil Uji Coba Validitas Instrumen	49
5. Pedoman Memberikan Interpretasi Pada Koefisien Korelasi	51
6. Hasil Uji Coba Reabilitas Instrumen	51
7. Fasilitas Penunjang Pelayanan	65
8. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan	69
9. Kategori Kecenderungan Variabel Kepuasan Pelanggan	71
10. Distribusi Frekuensi Variabel Ketelitian Pelayanan	72
11. Karyawan AHASS Galur Honda Motor cekatan dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan	74
12. Distribusi Frekuensi Variabel Ketelitian Pelayanan	76
13. Kategori Kecenderungan Variabel Ketelitian Pelayanan.....	78
14. Distribusi Frekuensi Variabel Ketelitian Pelayanan	79
15. Mekanik teliti dalam membaca keluhan dari pelanggan	81
16. Mekanik AHASS Galur Honda Motor menginformasikan kerusakan lain di luar kerusakan yang disampaikan pelanggan	81
17. Distribusi frekuensi Variabel Kecepatan Pelayanan	84
18. Kategorisasi kecenderungan Variabel Kecepatan Pelayanan	86
19. Disribusi frekuensi kecenderungan Variabel kecepatan pelayanan	87

20. Mekanik AHASS Galur Honda Motor cepat dalam mencocokkan keluhan kerusakan dari pelanggan dengan keadaan nyata kendaraan	89
21. Mekanik AHASS Galur Honda Motor cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang servis ringan.....	90
22. Ringkasan hasil uji linearitas	91
23. Ringkasan hasil uji multikolinearitas	92
24. Ringkasan hasil analisis regresi linear sederhana (X1-Y)	93
25. Ringkasan hasil analisis regresi linear sederhana (X2-Y)	95
26. Ringkasan hasil analisis regresi ganda (X1 dan X2-Y)	98
27. Sumbangan relatif dan sumbangan efektif	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Model Hubungan Antar Variabel Penelitian	38
2. Paradigma Penelitian.....	39
3. Histogram Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan	70
4. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Kepuasan Pelanggan	73
5. Histogram Distribus Frekuensi Keteitian Pelayanan	77
6. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Ketelitian Pelayanan	80
7. Histogram Distribusi Frekuensi Kecepatan Pelayanan	85
8. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Kecepatan	88
9. Ringkasan Hasil Penelitian	102

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengaruh perkembangan arus globalisasi yang semakin besar membawa dampak yang besar pula dalam perkembangan dunia bisnis bagi suatu perusahaan atau lembaga. Salah satu akibat dari berkembangnya arus globalisasi ini adalah persaingan pasar yang semakin ketat dan sangat sulit untuk diprediksi. Kondisi ini menuntut suatu perusahaan bersaing secara kompetitif untuk dapat mempertahankan eksistensinya di tengah-tengah masyarakat. Perusahaan yang ingin terus berkembang dan kompetitif harus mampu memberikan produk barang atau jasa dan pelayanan yang baik terhadap pelanggannya.

Persaingan yang ketat juga terjadi dalam dunia otomotif khususnya pada produk sepeda motor karena produk ini merupakan alat transportasi darat yang cukup banyak diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat. Persaingan ini dapat dilihat dari seberapa banyak masyarakat percaya pada produk-produk yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan motor. Kepercayaan masyarakat dalam memilih suatu produk dilandasi oleh beberapa alasan diantaranya adalah kualitas mesin, kualitas produk atau barang, serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada masyarakat atau konsumen untuk tetap menjalin ikatan dengan perusahaan. Ikatan ini dalam jangka panjang akan membantu perusahaan dalam memahami dan melayani masyarakat agar sesuai dengan harapan dan keinginan dari masyarakat yang semakin kompleks.

Layanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan atau masyarakat. Kualitas pelayanan berpengaruh besar terhadap perilaku pembelian yaitu melalui kepuasan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut akan berdampak pada perilaku pembelian jasa maupun produk yang kontinyu (teratur) pada jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan mendorong konsumen atau pelanggan setia dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan baik perusahaan milik pemerintah, perorangan maupun dalam bentuk perseroan .

Salah satu perusahaan Perseroan Terbatas (PT) yang bergerak dalam bidang transportasi adalah PT Astra International Tbk. PT Astra International Tbk mempunyai cabang di beberapa wilayah yang ada di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satunya di Kabupaten Kulon Progo, yaitu AHASS Galur Honda Motor. AHASS Galur Honda Motor menyediakan jasa pembelian motor, pembelian *sparepart* motor, maupun jasa servis rutin untuk kendaraan roda dua (motor) dari masyarakat sekitar Galur. Lokasi yang berada di dekat jalan utama penghubung antar kota membuat AHASS Galur

Honda Motor banyak mendapat pelanggan atau konsumen yang datang setiap harinya.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh AHASS Galur Honda Motor kurang optimal. Pelayanan yang kurang optimal dapat terlihat dari kurang maksimalnya kinerja yang dilakukan oleh karyawan AHASS Galur Honda Motor dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung atau pelanggan. Pegawai administrasi kurang maksimal dalam memberikan pelayanan awal berupa sapaan terhadap pelanggan yang baru datang untuk melakukan servis atau pembelian *sparepart* motor. Padahal sapaan pertama yang maksimal kepada pengunjung yang baru datang akan memberikan kesan baik pula terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, termasuk AHASS Galur Honda Motor. Tenaga mekanik juga kurang ramah terhadap pengunjung yang datang untuk servis berkala.

Selain itu, ketelitian dan kecepatan karyawan dalam bekerja belum maksimal. Ketelitian karyawan yang kurang dapat dilihat dari kinerja tenaga mekanik AHASS Galur Honda Motor dalam melakukan servis kendaraan pelanggan. Tenaga mekanik AHASS Galur Honda Motor terkadang terlambat menginformasikan kerusakan ataupun keluhan yang ada terjadi pada kendaraan yang diservis. Keterlambatan menginformasikan kerusakan oleh tenaga mekanik terlihat ketika pengunjung baru mengetahui bahwa aki kendaraanya mati dan harus diganti sedangkan pengunjung tersebut telah

menunggu lama. Pengunjung tersebut kemudian harus rela untuk menunggu servis ulang dan cuci motor yang dilakukan oleh mekanik dan pegawai AHASS. Pengunjung bahkan terkadang merasa kurang yakin dengan kinerja dari mekanik, terbukti ketika pengunjung mondor-mandir untuk melihat kendaraan mereka yang sedang diperbaiki oleh mekanik padahal telah ada slogan untuk mempercayakan kendaraan kepada mekanik yang bertugas yang membuat pelanggan tidak tenang dalam menunggu kendaraan mereka

Kecepatan karyawan dalam bekerja belum maksimal. Kecepatan karyawan dalam bekerja dapat dilihat dari kurang cekatannya bagian administrasi, tenaga mekanik, dan bagian pencucian yang membuat pelanggan harus menunggu lama untuk sekali servis. Pengunjung yang datang sekitar pukul 08.00 WIB untuk servis motor harus menunggu selama 3 hingga 4 jam untuk sekali servis yang dilakukan. Pengunjung bahkan merasakan bosan ketika menunggu servis motor yang dilakukan oleh mekanik karena hiburan yang disediakan dirasakan kurang. Sedangkan pengunjung yang datang lebih dari jam 12.00 siang, terkadang terpaksa harus kembali datang di hari lain karena sudah tidak sanggup dalam melayani pengunjung yang ingin servis motor. Pengunjung AHASS Galur Honda Motor kemudian memilih untuk pindah di tempat lain yang tidak banyak pelanggan.

Selain itu, kurangnya kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan AHASS Galur Honda Motor terlihat ketika pelanggan merasakan bahwa hasil

yang diperoleh ketika servis di AHASS Galur Honda Motor kurang maksimal yang kemudian membuat pelanggan memilih untuk pindah ke AHASS yang lain. Fasilitas *wifi* yang pernah disediakan oleh AHASS Galur Honda Motor tidak terdeteksi. Padahal beberapa pengunjung ingin menggunakan fasilitas *wifi* tersebut untuk menghilangkan kebosanan selama menunggu kendaraan mereka selesai diservis oleh mekanik.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Ketelitian dan Kecepatan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan AHASS Galur Honda Motor”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Pelayanan yang diberikan oleh AHASS Galur Honda Motor kurang optimal
2. Ketelitian dan kecepatan karyawan dalam bekerja memberikan pelayanan belum maksimal
3. Kurangnya kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan AHASS Galur Honda Motor
4. Fasilitas *wifi* yang disediakan tidak terdeteksi oleh *handphone* atau *smartphone* pelanggan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan untuk menghindari meluasnya permasalahan, maka penelitian ini dibatasi pada “Ketelitian dan kecepatan karyawan dalam bekerja memberikan pelayanan belum maksimal dan kurangnya kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan AHASS Galur Honda Motor.”

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang ada, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor?
2. Seberapa besar pengaruh kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor?
3. Seberapa besar pengaruh ketelitian dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Besarnya pengaruh ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor.

2. Besarnya pengaruh kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor
3. Besarnya pengaruh ketelitian dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya administrasi perkantoran dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Peneliti

Sebagai penerapan teori yang telah diterima selama perkuliahan dengan realita yang terjadi di lapangan mengenai pengaruh kualitas pelayanan publik dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

- b. Bagi AHASS Galur Honda Motor

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan kebijaksanaan terutama yang berhubungan dengan pelayanan dan kinerja karyawan atau mekanik terhadap pelanggan

c. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta

Untuk menambah koleksi bahan pustaka yang bermanfaat bagi UNY pada umumnya, dan mahaorang Pendidikan Administrasi Perkantoran pada khususnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Pelanggan

Istilah pelanggan sangat erat kaitannya dengan suatu perusahaan maupun lembaga. Namun terkadang ada perbedaan mengenai istilah pelanggan itu sendiri. Pelanggan (*customer*) berasal dari kata custom yang berarti “membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau biasa” dan “mempraktikkan kebiasaan”. Pelanggan merupakan satu-satunya alasan keberadaan sebuah perusahaan, karena setiap perusahaan hidup dari pelanggan. Pelanggan dalam arti luas diartikan sebagai semua pihak yang mempunyai hubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan, atau semua pihak yang terkait dalam proses produksi seperti; pemasok bahan baku, penyandang dana (pemilik perusahaan, kreditor, investor, perbankan) dan sebagainya.

Beberapa pengertian lain tentang pelanggan adalah sebagai berikut.

- 1) Pelanggan adalah orang-orang yang pekerjaannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang ataupun jasa, secara terus menerus.
- 2) Pelanggan adalah rekan atau mitra yang telah sekian lama menjalin kerja sama usaha.
- 3) Pelanggan adalah orang-orang yang datang kepada kita dalam (perusahaan/petugas pelayanan) dengan maksud, tujuan dan

harapan tertentu untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan cara yang menyenangkan.

- 4) Pelanggan adalah orang-orang atau pembeli yang tidak tergantung pada suatu produk, tetapi produk produk yang tergantung pada orang tersebut
- 5) Pelanggan adalah raja atau tamu istimewa .

(<http://www.semuadad.blogspot.com/2014/05/pengertianpelanggan.html>)

Untuk memahami pengertian pelanggan lebih rinci, Susatyo Herlambang (2010: 74) mengemukakan perbedaan pembeli, konsumen, dan pelanggan.

Pembeli adalah pihak yang mengeluarkan uang untuk mendapatkan produk atau jasa dari penjual, baik perorangan maupun instansi atau perusahaan. Konsumen adalah pemakai atau yang memanfaatkan barang atau jasa yang dijual. Sedangkan pelanggan adalah pembeli yang melakukan pembelian suatu barang atau jasa secara berulang-ulang.

Maksudnya, seorang pembeli adalah orang yang melakukan kegiatan transaksi sementara dan memperoleh barang atau jasa dari perusahaan atau lembaga. Sedangkan pelanggan adalah seorang pembeli yang telah melakukan pembelian pada suatu perusahaan maupun lembaga yang sama secara berulang-ulang.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah pembeli yang melakukan pembelian atau pemakaian jasa secara teratur pada suatu produk tertentu yang telah terjalin lama yang keberadaannya sangatlah berpengaruh besar terhadap perkembangan suatu perusahaan atau organisasi. Oleh karena itu,

pemahaman terhadap pelanggan yang baik, akan membuat suatu perusahaan dapat berjalan dengan lebih baik pula.

b. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan sering kali dipergunakan dalam sebuah lembaga atau organisasi yang berkaitan dengan pelanggan. Kepuasan (*satisfaction*) dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005: 195) berasal dari bahasa latin “*satis*” yang berarti cukup baik atau memadai, sedangkan “*facio*” berarti melakukan atau membuat. Kepuasan juga dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Tamrin Adullah dan Franscis Tantri (2013: 30) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan apa yang diharapkan.

Menurut Kotler, Philip and Kevin L. Keller (2009: 138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Pendapat lain berasal dari Garpesz dalam Fajar Laksana (2008: 96) yang mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan secara sederhana didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Secara garis besar, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai suatu perasaan yang memandang bahwa pelayanan produk maupun jasa dari perusahaan dirasakan telah memenuhi harapan dan keinginan dari seorang pelanggan atau dapat pula diartikan sebagai perbedaan positif antara harapan dan kenyataan mengenai pelayanan sebuah perusahaan.

c. Faktor Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan konsumen dapat ditentukan oleh berbagai hal. Kotler, Philip (2001: 177) mengemukakan lima faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Kualitas Produk. Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas Pelayanan. Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai yang diharapkan, terutama untuk industri jasa.
- 3) *Emosional*. Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap konsumen tersebut apabila menggunakan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4) Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada konsumennya.

- 5) Biaya. Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Pendapat lain berasal dari Husein Umar (2007: 66) yang mengemukakan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Mutu produk dan pelayanan. Suatu produk yang bermutu baik dan diimbangi oleh pola pelayanan yang baik tentu akan membuat pelanggan merasa puas dengan kinerja yang diberikan oleh perusahaan.
- 2) Kegiatan penjualan. Penjualan yang meningkat dapat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan terhadap perusahaan karena pelanggan telah merasakan puas terhadap kinerja yang diberikan.
- 3) Pelayanan setelah penjualan. Pelayanan yang baik setelah pelanggan melakukan pembelian maupun ketika pelanggan mengajukan keluhan, akan menimbulkan rasa puas dari dalam diri seorang pelanggan.
- 4) Nilai-nilai perusahaan. Nilai atau citra yang diberikan oleh suatu perusahaan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dari pelanggan. Citra yang baik akan meningkatkan kepuasan seorang pelanggan begitu pula sebaliknya.

Sedangkan Rambat Lupiyoadi (2001: 45) mengemukakan bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas apabila hasil kinerja perusahaan menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.
- 3) Emosi. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum kepadanya apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas datu produk tetapi sosial yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
- 4) Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif lebih murah akan membuat pelanggan merasa puas terhadap suatu merek.
- 5) Biaya. Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa dan cenderung puas dengan produk atau jasa tersebut.

Pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa seorang pelanggan akan merasa puas terhadap suatu hal apabila kualitas produk dan jasa yang baik, harga terjangkau, serta tingkat emosional yang baik terhadap

suatu produk dan jasa. Oleh karena itu, setiap perusahaan haruslah dapat memperhatikan hal-hal tersebut agar pelanggan tetap menggunakan produk dan jasa perusahaan.

d. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan perlu diukur dan diketahui agar suatu perusahaan dapat mengambil keputusan atas setiap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sesuai harapan pelanggan atau tidak. Pengukuran kepuasan pelanggan menurut Kotler dalam Nasution M.N (2005: 66) dapat dilakukan dengan empat cara, yaitu:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggan-nya dan segera memperbaikinya.

2) Ghost Shopping (Mystery Shopping)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shopers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing.

3) Lost Customer Analysis

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar dapat memahami penyebab mengapa pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate*, di mana peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuskan pelanggannya

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung (feedback) dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan positif terhadap para pelanggannya

Pendapat lain berasal dari Parasuraman, Berry, dan Zeithmal dalam Philip Kotler (2001: 59) yang mengemukakan bahwa untuk mengetahui kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan mengukur aspek seperti berikut:

1) Kesesuaian harapan

Pelanggan yang puas dapat diukur dari kesesuaian harapan mengenai pelayanan yang diperoleh dengan realita pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

2) Persepsi kinerja

Pelanggan yang puas atas suatu pelayanan dapat dilihat dari seberapa tinggi dalam mengintpretasikan hasil kinerja yang dilakukan oleh perusahaan.

3) Penilaian pelanggan

Pelanggan yang merasa puas atas pelayanan perusahaan akan memberikan penilaian yang baik kepada perusahaan penyedia jasa layanan tersebut.

Sedangkan Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005: 70) mengungkapkan bahwa ada lima dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain sebagai berikut:

1) Membeli lagi

Pelanggan yang melakukan pembelian ulang berarti mereka telah merasakan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

2) Menyatakan hal-hal baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya

Pelanggan yang puas dapat diukur dari seberapa besar pelanggan menceritakan hal baik dari suatu perusahaan serta merekomendasikannya kepada orang lain.

3) Kurang memperhatikan merek dan iklan produk lain

Pelanggan yang puas dapat terlihat ketika ia tidak terpengaruh oleh produk dan iklan dari perusahaan lain dan tetap mempergunakan produk dan jasa dari perusahaan yang telah menjadi langgannya.

4) Membeli produk lain di perusahaan yang sama

Pelanggan yang puas terhadapa suatu layanan perusahaan dapat dilihat dari pemakaian dan pembelian produk secara berulang-ulang di perusahaan yang sama.

5) Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan

Pelanggan yang puas dengan pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari sumbangan saran maupun ide yang berguna untuk membangun perusahaan menjadi lebih baik lagi.

Berdasarkan pendapat diatas, penelitian ini mengambil pendapat Parasuraman, Berry, dan Zeithmal yang mengemukakan bahwa untuk mengetahui kepuasan pelanggan dilakukan dengan tiga cara yaitu mengukur tingkat kesesuaian harapan, persepsi kinerja, serta penilaian pelanggan. Ketiga cara tersebut nantinya akan diwujudkan dalam sebuah angket yang akan disebarluaskan kepada pelanggan yang berkunjung ke perusahaan.

2. Pelayanan Publik

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan memiliki arti yang sangat luas tergantung pada konteks pandangan seseorang. Dalam bahasa Indonesia, pelayanan dapat diterjemahkan sebagai jasa, layanan, dan servis. Jasa adalah suatu

tindakan yang diberikan kepada seseorang untuk memenuhi kebutuhannya. Layanan dapat dikatakan sebagai cara membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang, dan servis pada intinya hampir sama dengan layanan dan jasa, hanya yang membedakan adalah pribadi masing-masing.

Pelayanan dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang). Selain itu, dalam bahasa Inggris, pelayanan disebut dengan *service*. Kotler dalam Fajar Laksana (2008: 85) mengemukakan bahwa pelayanan (*service*) adalah: “*A service any act or performance that one part can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything, ...*”. Maksudnya, pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan (Sampara Lukman, 2004: 6). Pelayanan pada dasarnya cara untuk melayani, membantu, menyikapi, mengurus, menyelesaikan keperluan seseorang atau sekelompok orang. Kegiatan pelayanan pada dasarnya menyangkut

tentang pemenuhan suatu hak seseorang yang dilakukan oleh seseorang maupun suatu lembaga atau organisasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan adalah suatu usaha untuk memberikan jasa kepada masyarakat maupun lembaga untuk mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang telah diberikan.

b. Prinsip Pelayanan Publik

Pelayanan kepada masyarakat dari waktu ke waktu harus terus dilakukan pemberahan yang perlu disesuaikan dengan prinsip pelayanan publik yang baik. Prinsip pelayanan publik yang baik menurut Mustofadidjaja antara lain sebagai berikut:

- 1) Menetapkan standar pelayanan, artinya standar tidak hanya menyangkut standar atas produk pelayanan, tetapi juga standar prosedur dalam kaitannya dengan pemberian pelayanan yang berkualitas.
- 2) Terbuka dalam segala kritik dan saran maupun keluhan, dan menyediakan seluruh informasi yang diperlukan dalam pelayanan
- 3) Memberlakukan seluruh masyarakat sebagai pelanggan secara adil. Pengertian adil adalah proporsional sesuai dengan tarif yang dibayarkannya.
- 4) Mempermudah akses kepada seluruh masyarakat pelanggan, unit-unit pelayanan pelanggan yang disediakan harus benar-benar mudah diakses oleh masyarakat pelanggan.
- 5) Membenarkan sesuatu hal dalam proses pelayanan ketika hal tersebut menyimpang. Jajaran personil pelayanan harus dapat menyelesaikan suatu hal yang menyimpang dari pemberian pelayanan yang dilakukannya, jika tidak dapat menyelesaikan dapat dilimpahkan kepada atasannya.
- 6) Menggunakan semua sumber yang digunakan untuk melayani masyarakat pelanggan secara efisien dan efektif.

- 7) Selalu mencari pembaruan dan mengupayakan peningkatan kualitas pelayanan. Penyelenggara pelayanan harus secara kontinu melakukan pembaharuan dan penyempurnaan secara responsif sesuai keinginan masyarakat dan kualitas pelayanan, serta secara proaktif atas kehendak manajemen. (A. Batinggi dan Badu Ahmad:2013: 53-54)

Bertolak dari pendapat diatas, pemerintah juga mengupayakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi masyarakat yang dituangkan dalam Keputusan Menpan Nomor 63/kep/m.pan/7/2003. Keputusan Menpan dalam Ratminto dan Anik Septi Winarsih (2007: 22-23) menguraikan prinsip-prinsip pelayanan publik yang diharapkan dilaksanakan di setiap unit pelayanan publik antara lain sebagai berikut:

- 1) Kesederhanaan, artinya prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan dilaksanakan
- 2) Kejelasan, mencakup kejelasan persyaratan teknis dan administrasi, unit kerja yang berwenang dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan masalah atau keluhan, serta rincian biaya dan tata cara pembayaran
- 3) Kepastian waktu, artinya pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan
- 4) Akurasi, artinya produk pelayanan publik dapat diterima dengan benar, tepat dan sah.
- 5) Keamanan, artinya proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum
- 6) Tanggung jawab, maksudnya pimpinan unit kerja bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan / masalah
- 7) Kelengkapan sarana dan prasarana, artinya tersedianya sarana prasarana kerja, peralatan kerja dan penunjang lainnya termasuk sarana teknologi komunikasi
- 8) Kemudahan akses, artinya tempat dan sarana memadai, mudah dijangkau masyarakat, dan menggunakan teknologi telekomunikasi dan informatika
- 9) Kenyamanan, artinya lingkungan pelayanan harus tertib, teratur rapi, bersih dan dilengkapi fasilitas pendukung yang lain.

- 10) Kedisiplinan, kesopanan, dan keramahan. Artinya pemberi pelayanan haruslah bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta ikhlas.

Berdasarkan prinsip-prinsip yang telah dikemukakan, suatu organisasi maupun lembaga yang menyelenggarakan pelayanan kepada masyarakat haruslah dapat memenuhi dan menerapkannya agar penyelenggaraan pelayanan kepada masyarakat/pelanggan dapat sesuai dengan ketentuan dari pemerintah serta keinginan dari masyarakat pelanggan .

c. Kualitas Pelayanan Publik

Kualitas pelayanan pada umumnya dipengaruhi oleh keadaan di sekitar perusahaan. Zeithaml et. al dalam Fajar Laksana (2008: 88) mengemukakan bahwa: “kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka”. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh seseorang didapatkan dari selisih besarnya keinginan dan harapan konsumen atau pelanggan.

Sedangkan Goetsch & David dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005: 110) mengemukakan bahwa: “kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk , jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dikatakan sebagai kondisi dinamis karena perbedaan

pandangan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lain terhadap suatu produk yang dipakainya”.

Pendapat lain mengenai kualitas berasal dari American Society for quality control yang menyatakan bahwa “*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*” (Fajar Laksana, 2008: 88-89). Maksudnya, kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan suatu produk. Suatu produk yang dikeluarkan oleh suatu lembaga atau perusahaan akan dinilai berkualitas apabila dapat memenuhi keinginan publik (masyarakat/konsumen) secara luas.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan publik adalah besaran perbedaan antara harapan dan keinginan dalam menginterpretasikan suatu produk atau jasa yang diterima oleh masyarakat luas ataupun yang diberikan oleh perusahaan.

d. Dimensi Kualitas Pelayanan

Memahami seberapa besar kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan dapat dilihat dari dimensi kualitas pelayanan yang diberikan. David Garvin dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005: 130-131) mengemukakan delapan dimensi

kualitas pelayanan (kualitas jasa) dengan contoh aplikasi pada produk mobil, yaitu:

- 1) Kinerja (*performance*), yaitu berkaitan dengan karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli misalnya kecepatan.
- 2) Fitur atau ciri-ciri tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap seperti kelengkapan interior dan eksterior.
- 3) Reabilitas (*reability*), yaitu kemungkinan akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mobil sering mogok/rewel.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance of specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya, misal standar keamanan dan emisi.
- 5) Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- 6) *Serviceability*, berkaitan dengan layanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual yang mencakup layanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
- 7) Estetika, yaitu daya tarik terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik mobil.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya

Pendapat yang dikemukakan oleh Garvin lebih relevan untuk diterapkan pada perusahaan manufactur. Oleh karena itu, sejumlah pakar dan peneliti melakukan riset khusus untuk merumuskan dimensi kualitas jasa. Berikut ini beberapa pendapat pakar dan peneliti yang telah melakukan riset khusus mengenai dimensi kualitas jasa, antara lain:

Tabel 1.1 Dimensi-dimensi Kualitas Jasa

NO	PENELITI	DIMENSI KUALITAS
1	Albert & Zemke (1985)	Perhatian dan kepedulian, kapasitas pemecahan masalah, spontanitas, fleksibilitas, <i>recovery</i>
2	Brady & Cronin (2001)	Kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, kualitas hasil
3	Caruana & Pitt (1997)	Reabilitas jasa dan manajemen ekspektasi
4	Dadholkar, et al. (1996)	Aspek fisik, reabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah, kebijakan
5	Dadholkar, et al. (2000)	Reabilitas, perhatian pribadi, kenyamaan, fitur
6	Edvandsson, Gustavsson & Riddle (1989)	Kualitas teknik, kualitas integratif, kualitas personal, kualitas hasil.
7	Gronroos (1990, 2000)	Profesionalisme dan ketrampilan, sikap dan perilaku, aksesibilitas dan fleksibilitas, reabilitas dan <i>trustworthiness</i> , <i>recovery</i> , reputasi dan kredibilitas, <i>servandscape</i> .
8	Gummesson (1993)	Kualitas desain, kualitas produksi dan penyampaian, kualitas relasional, kualitas hasil
9	Lehtinen & Lehtinen (1991)	Kualitas proses, kualitas hasil
10	Rust & River (1994)	Kualitas fungsional, kualitas teknis, kualitas lingkungan

Sumber: Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005: 131-132)

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005: 132-133)

mengemukakan sepuluh dimensi pokok kualitas pelayanan (kualitas jasa) yang terdiri dari:

- 1) Reabilitas, meliputi dua aspek utama yaitu konsistensi kerja dan sifat dapat dipercaya. Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasa dengan benar sejak awal, memenuhi janji secara akurat dan andal, menyimpan data secara tepat, dan mengirim tagihan yang akurat.
- 2) Responsivitas atau daya tanggap, yaitu ketersediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.

- 3) Kompetensi, yaitu penguasaan ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- 4) Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui dan kemudahan dalam kontak. Misalnya lokasi mudah dijangkau, tidak menunggu terlalu lama, dan sebagainya.
- 5) Kesopanan, meliputi sikap santun, respek, atensi dan keramahan pada karyawan kontak seperti resepsionis.
- 6) Komunikasi, menyampaikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang mudah dipahami serta mendengarkan saran dan keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.
- 7) Kredibilitas, sifat jujur dan dapat dipercaya yang mencakup reputasi, karakter karyawan dan interaksi dengan pelanggan.
- 8) Keamanan, yaitu bebas dari bahaya, resiko atau keraguan, yang meliputi keamanan fisik, keamanan finansial, privasi, dan kerahasiaan.
- 9) Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan reguler.
- 10) Bukti fisik (*tangibles*), meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, bahan-bahan komunikasi perusahaan.

Selanjutnya, Parasuraman, Zeithmal dan Berry (1988: 70) dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005: 133) menyederhanakan dari sepuluh dimensi menjadi lima dimensi pokok kualitas pelayanan.

Kelima dimensi tersebut antara lain sebagai berikut:

- 1) Reabilitas (*reability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 2) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.
- 3) Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan atau keramahan pegawai, prestasi pelayanan, keamanan dan kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan.

- 4) Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan.
- 5) Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menyediakan fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan pegawainya.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

1) Reabilitas

Dimensi reabilitas diukur dari kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, ketrampilan mekanik, jumlah karyawan yang sebanding, pelayanan yang sama tanpa kesalahan, sikap simpatik yang tinggi, kecepatan penggerjaan, dan dengan akurasi yang tinggi

2) Daya tanggap

Kemudahan dalam mengakses, kejelasan kualitas suku cadang, kemudahan sistem informasi dan harga standar termasuk dalam kriteria dimensi ini.

3) Jaminan

pengetahuan, kesopansantunan atau keramahan pegawai, prestasi pelayanan, keamanan dan kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan termasuk dalam dimensi ini.

4) Empati

Dimensi empati terlihat dari kemudahan dalam pendaftaran, pelayanan pendaftaran, pelayanan mekanik serta pengenalan pelanggan merupakan beberapa indikator dalam dimensi ini

5) Bukti fisik

Dimensi ini dapat diukur dari kepemilikan gedung, seragam, perlengkapan sarana hiburan, kebersihan ruangan, kenyamanan dan area parkir yang disediakan dapat menjadi tolok ukur dalam dimensi ini

Kelima dimensi tersebut menjadi tolok ukur untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan. Kelima dimensi tersebut telah banyak diterapkan untuk meneliti kualitas jasa suatu perusahaan. Selain itu, kelima dimensi diatas dapat pula dijadikan sebagai bahan pertimbangan suatu perusahaan dalam mengambil keputusan dengan melibatkan pelanggan yang datang ke perusahaan tersebut. Namun, dalam penelitian ini hanya fokus pada dimensi reabilitas terutama mengenai kecepatan penggerjaan, ketelitian penggerjaan, dan ketepatan penggerjaan yang dilakukan oleh karyawan.

e. Ketelitian pelayanan

1) Pengertian ketelitian pelayanan

Ketelitian sangat diperlukan dalam mengerjakan pekerjaan, baik pekerjaan dalam menyediakan produk maupun jasa. Kata

ketelitian dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata teliti yang berarti akurat, cermat, jeli, awas, atau seksama. Sedangkan ketelitian sendiri diartikan sebagai kecermatan, keakuratan, ataupun ketepatan (<http://www.kbbi.web.id/teliti.html>). Ketelitian juga diartikan sebagai sikap cermat dan seksama yang dimiliki oleh seseorang yang diterapkan dalam mengerjakan setiap pekerjaan (<http://kisahimuslim.blogspot.in/2015/09/pengertian-dan-contoh-teliti.html>). Selain itu, Henri Simamora juga mengungkapkan bahwa ketelitian sebagai suatu upaya yang cermat dan penuh kehatihan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan (<http://2frameit.blogspot.in/2011/12/definisi-prestasi-kerja-pegawai.html>).

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, dapat ditarik kesimpulan bahwa ketelitian adalah suatu usaha atau perilaku seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan dengan penuh kehatihan dan dengan tingkat keakuratan yang baik. Ketelitian seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan yang telah menjadi tanggung jawabnya tentu saja akan memberikan nilai tambah bagi pekerja itu sendiri maupun perusahaan tempatnya bekerja.

Ketelitian pelayanan diartikan sebagai suatu tindakan yang dilandasi dengan penuh kehati-hatian serta tingkat keakuratan yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat baik berupa

produk maupun jasa. Seseorang yang teliti dalam memberikan pelayanan baik yang berupa pelayanan produk maupun jasa akan memberikan dampak yang positif dalam keberlangsungan suatu lembaga. Suryadi Prawirosentono (2008: 232) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh ketelitian pelayanan.

2) Pengukuran ketelitian pelayanan

Ketelitian seseorang dalam melakukan pekerjaan dapat dilihat dari beberapa cara ataupun aspek. Suyadi Prawirosentono (2008: 236) mengemukakan beberapa cara untuk mengukur ketelitian seseorang dalam bekerja atau memberikan pelayanan, antara lain:

- a) Mempersiapkan pekerjaan yang akan dilakukan. Seorang penyedia layanan akan mempersiapkan hal-hal yang dibutuhkan dalam pekerjaannya dengan baik.
- b) Menggerjakan pekerjaan dengan seksama. Penyedia layanan akan bekerja dengan seksama dan penuh tanggung jawab.
- c) Memeriksa ulang pekerjaan yang telah diselesaikan. Salah satu ciri penyedia layanan yang baik adalah memeriksa ulang hasil pekerjaan sebelum diserahkan kepada masyarakat.

Cara lain untuk mengukur ketelitian seseorang dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

- a) Perlengkapan yang dibutuhkan. Mempersiapkan perlengkapan bekerja merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh penyedia layanan.

- b) Sikap dalam bekerja. Sikap penyedia layanan yang teliti dan cermat dalam bekerja sangat diperlukan.
- c) Hasil pekerjaan. Hasil pekerjaan yang dikerjakan oleh penyedia layanan tentu saja telah melewati proses yang akurat. (Suwatno dan Donni Juni Priansa, 2011: 201)

Wilson Bangun (2012: 83) mengemukakan bahwa untuk mengukur ketelitian suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan dapat pula dilihat dari aspek berikut:

- a) Kinerja dari masing-masing bagian. Kinerja setiap bagian dari suatu perusahaan yang mengutamakan kecermatan sangat diperlukan agar sesuai dengan harapan masyarakat.
- b) Sikap dalam menerima keluhan masyarakat. Sikap penyedia layanan yang cermat dalam menerima setiap keluhan dan bekerja sesuai keluhan menjadi aspek penting dalam ketelitian.
- c) Sikap dalam bekerja. Sikap penyedia layanan yang teliti dan cermat dalam bekerja menjadi aspek yang penting.
- d) Hasil kerja yang sesuai harapan. Hasil kerja yang diperoleh masyarakat sesuai dengan harapan menunjukkan bahwa penyedia layanan teliti dan cermat dalam bekerja.

Selain itu, M. Manulang (2002: 123) mengemukakan bahwa pengukuran ketelitian seseorang dalam bekerja dalam suatu perusahaan manufaktur dapat dilihat dari ketelitian tiap-tiap bagian atau divisi, yaitu karyawan bagian tata usaha (administrasi),

karyawan bagian produksi, dan karyawan bagian lain. Karyawan divisi atau karyawan bagian dari setiap perusahaan memiliki penamaan dan jumlah bagian yang berbeda-beda tergantung pada besar kecilnya perusahaan itu sendiri. Selain itu, setiap karyawan bagian atau divisi saling berkoordinasi agar dapat teliti dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat atau pelanggan.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketelitian pelayanan dapat dilihat dari kinerja dan sikap seorang karyawan setiap bagian dalam memberikan pelayanan. Seperti halnya dengan perusahaan yang bergerak dalam penyediaan jasa dengan contoh PT Astra dengan AHASS Galur Honda Motor sebagai anak cabangnya. Setiap bagian dalam perusahaan tersebut harus benar-benar mencermati dan teliti dalam melakukan pekerjaannya, baik yang berada di bagian administrasi, mekanik, maupun karyawan lain yang berada dalam perusahaan tersebut.

f. Kecepatan Pelayanan

1) Pengertian kecepatan pelayanan

Kecepatan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan sangat penting bagi suatu perusahaan. Kata kecepatan berasal dari kata cepat yang berarti dalam waktu singkat atau segera atau lekas, sedangkan kecepatan sendiri diartikan terlampau cepat ataupun

terdahulu (<http://www.kbbi.web.id/cepat.html>). Kecepatan juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang dilakukan dengan waktu yang singkat. Kecepatan juga dapat diartikan sebagai sikap seseorang dalam menyelesaikan suatu pekerjaan yang diukur dari cepat dan akuratnya pekerjaan tersebut. Selain itu, kecepatan juga diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam mengerjakan pekerjaan dengan cepat dan tepat (<http://adityazed.blogspot.in/2010/10/kualitas-pelayanan.html>).

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kecepatan adalah suatu usaha atau perilaku dari seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan dengan waktu yang singkat. Kecepatan yang dimaksud adalah rentang waktu yang yang diperlukan oleh seseorang dalam mengerjakan semua kewajibannya namun tetap memperhatikan hasil yang didapatkan.

Kecepatan pelayanan adalah suatu target waktu pelayanan yang dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan (Nina Rahmayanty, 2010: 97). Kecepatan pelayanan dari setiap sub bagian atau bidang dalam suatu perusahaan baik perusahaan milik negara maupun swasta berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk maupun jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Wilson Bangun (2012: 80)

mengemukakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kecepatan pelayanan.

2) Indikator kecepatan pelayanan

Kecepatan pelayanan yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan pekerjaan melakukan pekerjaan dapat dilihat dari beberapa cara ataupun aspek. Suyadi Prawirosentono (2008: 238) mengemukakan beberapa cara untuk mengukur kecepatan pelayanan seseorang dalam bekerja, antara lain sebagai berikut:

- a) Waktu dalam pengerajan. Waktu pengerajan yang sesuai dengan tingkat kesulitan suatu pekerjaan menjadi salah satu tolok ukur dalam kecepatan pelayanan.
- b) Lama waktu tunggu pekerjaan. Waktu tunggu yang sesuai dengan tingkat kesulitan pekerjaan menjadi salah satu tolok ukur dalam kecepatan pelayanan.
- c) Sikap karyawan dalam bekerja. Sikap karyawan yang cekatan dalam bekerja dijadikan sebagai tolok ukur kecepatan pelayanan.

Suwatno dan Donni Juni Priansa (2011: 205) mengemukakan cara lain yang dapat dilakukan untuk mengukur kecepatan pelayanan atau pekerjaan, yaitu sebagai berikut:

- a) Sikap dalam bekerja. Sikap seseorang yang fokus dan cekatan sangat diperlukan dalam menyediakan layanan.
- b) Kehandalan pekerja. Penyedia layanan yang handal dalam bekerja tentu saja akan cekatan dalam mengerjakan sesuatu.
- c) Waktu pengerajan. Waktu pengerajan yang dipakai oleh penyedia layanan berpengaruh penting dalam kecepatan pelayanan.
- d) Hasil kinerja. Kecepatan pelayanan dapat pula dilihat dari seberapa baik hasil pekerjaan yang dilakukan penyedia layanan.

Wilson Bangun (2012: 85) mengemukakan bahwa kecepatan seseorang dalam bekerja juga dapat diukur dari:

- a) Kinerja dari masing-masing bagian. Kinerja dari tiap-tiap bagian yang cekatan adalah salah satu tolok ukur kecepatan pelayanan.
- b) Sikap dalam menerima keluhan masyarakat. Sikap karyawan yang cekatan dalam memahami keluhan masyarakat membuat pelayanan yang diberikan akan lebih cepat.
- c) Sikap dalam bekerja. Sikap penyedia layanan yang cepat, cekatan, dan akurat dalam bekerja menjadi aspek yang penting dalam kecepatan pelayanan.
- d) Hasil kerja yang sesuai harapan. Kecepatan pelayanan juga berorientasi pada hasil kerja yang cepat dan sesuai dengan harapan masyarakat.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kecepatan pelayanan dapat dilihat dari sikap dalam bekerja dan waktu yang diperlukan oleh seorang karyawan setiap bagian dalam mengerjakan tugasnya. Seperti halnya dengan perusahaan yang bergerak dalam penyediaan jasa dengan contoh PT Astra dengan AHASS Galur Honda Motor sebagai anak cabangnya. Setiap bagian dalam perusahaan tersebut harus benar-benar cepat dan cekatan

dalam melakukan pekerjaannya, baik yang berada di bagian administrasi, mekanik, maupun karyawan lain yang berada dalam perusahaan tersebut. Kecepatan pelayanan dari masing-masing bagian tersebut disesuaikan dengan waktu maksimal pelayanan dan harapan pelanggan mengenai lama waktu yang digunakan untuk satu kali proses pelayanan.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Chairun Natsir (2013) dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sistem Pelayanan Satu Pintu (Studi Kasus Sistem Perizinan di Badan Pelayanan perizinan Terpadu Kabupaten Magelang)”. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian *expost facto* dengan jumlah responden yang dipakai dalam penelitian ini adalah 100 responden . Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan dengan t hitung $>$ t tabel ($75,952 > 2,46$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (sig<0,05) (2) Dimensi *reability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,935 nilai t hitung $>$ t tabel ($3,871 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (sig<0,005) (3) Dimensi

assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,430, nilai t hitung $> t$ tabel ($2,429 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,017 ($sig < 0,05$) (4) Dimensi *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 1,583, nilai t hitung $> t$ tabel ($5,113 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($sig < 0,05$) (5) Dimensi *tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,002 ($sig < 0,05$) (6) Dimensi *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 1,442 dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($4,640 > 1,984$) dan nilai signifikansi 0,000 ($sig < 0,05$) (7) Dimensi *emphaty* memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen BPPT kabupaten Magelang dengan koefisien beta sebesar 1,583.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Hygid Starini (2013) dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi di Toko Besi Basuki Jaya Yogyakarta)”. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian survei dengan menggunakan kuesioner. Jumlah responden yang dipakai dalam penelitian ini adalah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:
 - a. kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Toko Besi Basuki Jaya Yogyakarta, b. kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Toko Besi

Basuki Jaya Yogyakarta, c. kualitas pelayanan mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen Toko Besi Basuki Jaya Yogyakarta, d. kualitas pelayanan yang dimediasi kepuasan konsumen mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas konsumen.

C. Kerangka Pikir

1. Pengaruh ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Ketelitian pelayanan diartikan sebagai suatu tindakan yang dilandasi dengan penuh kehati-hatian serta tingkat keakuratan yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Ketelitian pelayanan yang tinggi yang dilakukan oleh karyawan bagian administrasi, bagian mekanik, serta bagian pendukung terhadap suatu pekerjaan pelayanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang datang. Kepuasan pelanggan akan berpengaruh pada reputasi dan eksistensi suatu perusahaan.

2. Pengaruh kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

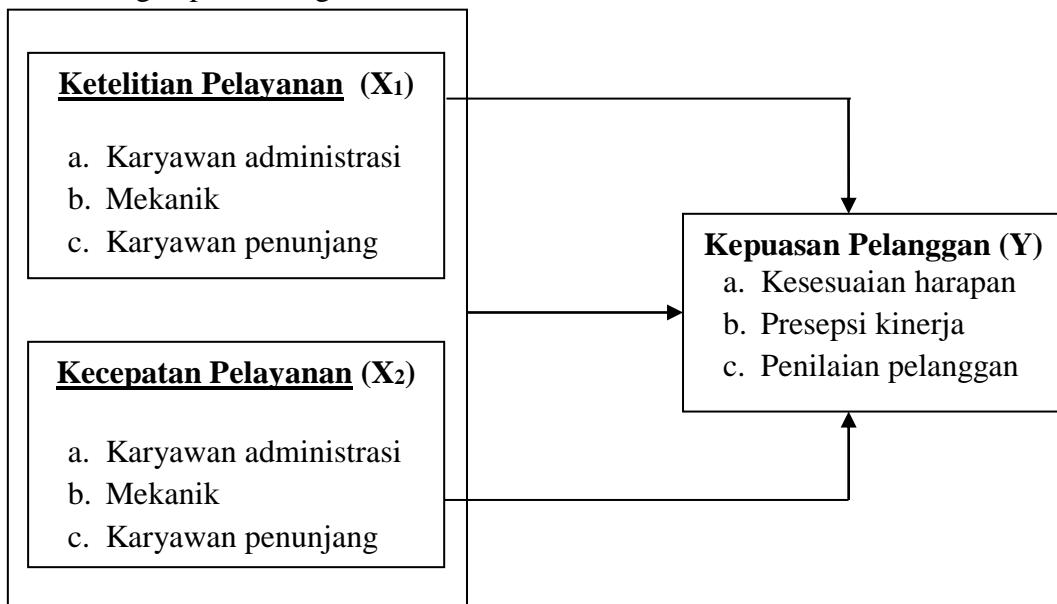
Kecepatan pelayanan adalah suatu target waktu pelayanan yang dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan. Kecepatan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan bagian administrasi, bagian mekanik, serta bagian pendukung terhadap suatu pekerjaan pelayanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang datang. Kepuasan pelanggan akan berpengaruh pada peningkatan laba serta eksistensi suatu perusahaan di mata masyarakat.

3. Pengaruh ketelitian dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan

Ketelitian dan kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan suatu perusahaan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kedua faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap terjadinya kepuasan pelanggan atas produk dan jasa suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat ketelitian dan kecepatan pelayanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, uraian tersebut dapat digunakan sebagai arahan berpikir, bahwa antara ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta secara bersama-sama terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

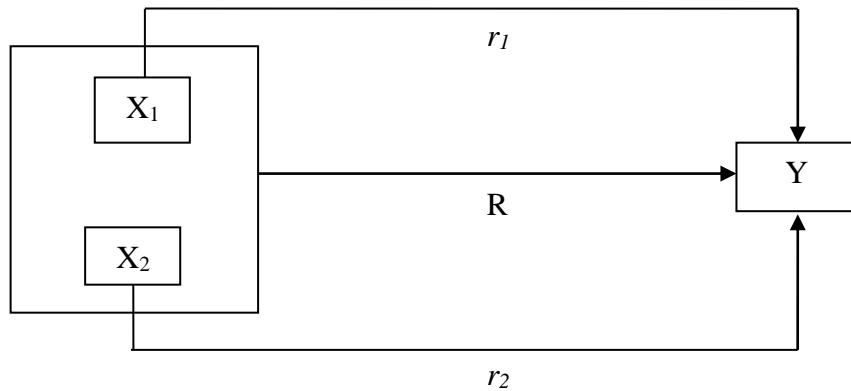
Agar lebih mudah memahami penelitian ini, maka digambarkan kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 1. Model hubungan antar variabel penelitian

D. Paradigma Penelitian

Untuk memperjelas kerangka pikir di atas, maka dapat digambarkan dalam sebuah paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 3. Paradigma Penelitian

Keterangan:

- X_1 = ketelitian pelayanan
- X_2 = kecepatan pelayanan
- Y = kepuasan pelanggan
- r_1 = pengaruh ketelitian pelayanan dengan kepuasan pelanggan
- r_2 = pengaruh kecepatan pelayanan dengan kepuasan pelanggan
- R = pengaruh ketelitian dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

E. Hipotesis Penelitian

Berikut ini merupakan hipotesis penelitian yang diajukan oleh peneliti:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto* karena penelitian ini hanya mengungkapkan faktor-faktor yang dapat menimbulkan suatu kejadian yaitu pengaruh ketelitian dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang artinya banyak menggambarkan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, penampilan hasil, dan menggunakan teknik analisis statistik.

Penelitian ini hanya mengungkap gejala-gejala seperti apa intervensi langsung dari peneliti, sehingga dalam penelitian ini tidak perlu memberikan treatmen atau perlakuan apapun terhadap variabel dalam penelitian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di AHASS Galur Honda Motor yang beralamat di Jalan Raya Brosot No.7, Brosot, Galur, Kulon Progo. Sedangkan waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 8-15 Februari 2016.

C. Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat yaitu:

1. Variabel bebas

Variabel bebas adalah variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi orang lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah ketelitian pelayanan (X1) dan kecepatan pelayanan (X2).

2. Variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel merupakan unsur penelitian yang dapat memberikan petunjuk bagaimana cara untuk mengukur suatu variabel.

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya sebagai berikut:

1. Ketelitian Pelayanan (X₁)

Ketelitian pelayanan diartikan sebagai suatu tindakan yang dilandasi dengan penuh kehati-hatian serta tingkat keakuratan yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat atau pelanggan. Indikator dari ketelitian pelayanan adalah seberapa teliti

pekerjaan dari karyawan bagian administrasi, bagian mekanik, serta karyawan penunjang.

2. Kecepatan Pelayanan (X₂)

Kecepatan pelayanan adalah suatu target waktu pelayanan yang dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan. Indikator dari kecepatan pelayanan adalah seberapa cepat dan cekatannya pekerjaan dari karyawan bagian administrasi, bagian mekanik, serta karyawan penunjang.

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi dimana seseorang merasakan senang atau kecewa setelah membandingkan hasil kinerja yang diterima dengan harapan pelanggan. Pengukuran mengenai kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kesesuaian harapan pelanggan, persepsi kinerja, serta penilaian pelanggan apakah telah terpenuhi dengan baik atau tidak. Dengan adanya kepuasan pelanggan diharapkan dapat meningkatkan loyalitas seorang pelanggan terhadap suatu produk dan jasa dari suatu perusahaan .

E. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang dapat diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono,

2012:80). Populasi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan atau pengunjung dari AHASS Galur Honda Motor .

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi itu sendiri. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari pelanggan dan pengunjung AHASS Galur Honda Motor. Namun karena populasi yang tidak diketahui, maka untuk menentukan jumlah sampel, digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 (1-P)}{e^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minim

p = populasi

e = standar eror yang digunakan

Z = nilai pada tabel

(Nurul Zuriah, 2006:121-122)

Karena P tidak diketahui, maka harga P (1-P) maksimal adalah 0,25.

Menggunakan confidence level 95% dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 5%, maka sampelnya adalah :

$$n = \frac{1,96^2 (0,25)}{0,1^2}$$

$$= 96,64 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Dengan demikian jumlah sampel pelanggan AHASS Galur Honda Motor yang akan diteliti adalah 100 orang.

Sedangkan teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan metode *accidental sampling*, dimana untuk memperoleh data peneliti menemui subyek yaitu orang-orang atau pelanggan yang secara kebetulan dijupai pada saat berkunjung dan peneliti melakukan penelitian hingga mencapai jumlah yang cukup bagi peneliti. Namun dengan tetap mempertimbangkan bahwa data berasal dari orang-orang atau pelanggan yang sering berkunjung.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner yaitu suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden dengan harapan responden memberikan respon atas pertanyaan tersebut. Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui data tentang ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Honda Galur Motor pada tahun 2016 dengan pelanggan sebagai responden. Responden diharap untuk menjawab semua pernyataan yang ada dalam kuesioner dengan memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan responden dari jawaban yang telah disediakan.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang sudah

tersedia dalam bentuk catatan. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang visi dan misi AHASS Galur Honda Motor, kondisi fisik dan nonfisik AHASS Galur Honda Motor. Kondisi fisik yang didokumentasikan meliputi luas tanah, luas gedung, dan fasilitas penunjang proses pelayanan. Kondisi non fisik yang didokumentasikan meliputi kemampuan mekanik dan prestasi yang pernah diraih oleh mekanik serta petugas administrasi berkaitan dengan pelayanan dari AHASS Galur Honda Motor.

3. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung ke obyek penelitian. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh data yang mendukung hasil kuesioner yang telah disebarluaskan ke para responden. Observasi ini dilakukan dengan mengamati kondisi fisik, keramahan dan kerapian pegawai administrasi, kondisi ruangan AHASS Galur Honda Motor.

G. Instrumen Penelitian

1. Kisi-kisi Kuesioner

Penyusunan instrumen dalam penelitian ini dimulai dari penentuan variabel yang kemudian dijabarkan dalam definisi variabel operasional yang kemudian menentukan indikator yang akan dijadikan sebagai bahan pengukuran. Berdasarkan indikator-indikator kemudian dijabarkan kembali

dalam butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Instrumen dalam penelitian ini adalah angket yang sudah dilengkapi dengan pilihan jawaban. Penilaian menggunakan skala *Likert* yang sudah dimodifikasi yaitu dengan 4 alternatif jawaban. Berikut ini merupakan penjabaran dari setiap alternatif jawaban yang telah disediakan:

Tabel 2. Skor Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor Item Pernyataan
Selalu	4
Sering	3
Kadang-kadang	2
Tidak Pernah	1

Kisi-kisi instrumen dilihat dari variabel ketelitian dan kecepatan pelayanan, serta kepuasan pelanggan yang kemudian dijabarkan dalam butir-butir pernyataan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan variabel tersebut. Adapun kisi-kisi instrumen untuk variabel ketelitian dan kecepatan pelayanan, serta kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Item	Jumlah
1.	Ketelitian Pelayanan (X₁): a. Ketelitian bagian administrasi b. Ketelitian mekanik c. Ketelitian karyawan penunjang	1, 2, 3, 4, 5, 6 7, 8, 9, 10, 11, 12 13, 14, 15, 16	16
2.	Kecepatan Pelayanan (X₂) a. Kecepatan bagian administrasi b. Kecepatan mekanik c. Kecepatan karyawan penunjang	1, 2, 3, 4, 5 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 14, 15, 16, 17	17
3.	Kepuasan Pelanggan (Y) : a. Kesesuaian harapan b. Presepsi kinerja c. Penilaian pelanggan	1, 2, 3, 4, 5, 6 7, 8, 9, 10, 11 12, 13, 14, 15	15
Jumlah Soal			48

2. Kisi-kisi Dokumentasi

Kisi-kisi dokumentasi digunakan untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data tentang visi dan misi AHASS Galur Honda Motor, kondisi fisik dan nonfisik AHASS Galur Honda Motor. Kondisi fisik yang didokumentasikan meliputi luas tanah, luas gedung, dan fasilitas pelayanan. Kondisi non fisik yang didokumentasikan meliputi kemampuan mekanik dan prestasi yang pernah diraih oleh mekanik serta petugas administrasi berkaitan dengan pelayanan dari AHASS Galur Honda Motor.

3. Observasi

Kisi-kisi observasi ini dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh data penelitian. Observasi dilakukan dengan mengamati kondisi fisik, keramahan dan kerapian pegawai administrasi, serta kondisi ruangan yang ada di AHASS Galur Honda Motor.

H. Uji Coba Instrumen

Penelitian ini melakukan uji coba instrumen pada AHASS 1431 Shinta Motor Jalan Brigjen Katamso No. 60, Wates, Kulon Progo (barat Pasar Wates). Adapun pemilihan tempat ini dikarenakan responden uji coba instrumen tersebut memiliki karakteristik yang hampir sama dengan subyek penelitian yaitu kesamaan dalam intensitas pelanggan yang datang.

Uji coba yang dilakukan dalam uji coba instrumen adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas dalam sebuah penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi ataupun arti yang sebenarnya yang diukur. Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $> r$ tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Alat untuk mengukur validitas adalah *korelasi product moment* dari Pearson, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X^2)\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara X dan Y

N : Jumlah responden

$\sum X$: Jumlah skor butir

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat dari skor butir

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dari skor total

$\sum XY$: Jumlah perkalian antara skor butir dan skor total

(Suharsimi Arikunto, 2006:170)

Butir soal dikatakan valid atau tidak dapat ditentukan dengan memperhatikan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$ dengan taraf signifikansi 5%, maka instrumen tersebut dikatakan valid.
- Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ dengan taraf signifikansi 5%, maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Uji coba instrumen penelitian ini dilakukan pada 30 pelanggan AHASS Shinta Motor dengan lembar angket variabel ketelitian pelayanan berjumlah 16 butir pernyataan, lembar angket variabel kecepatan pelayanan berjumlah 17 butir pernyataan, dan lembar angket variabel kepuasan pelanggan berjumlah 15 butir pernyataan, yang kemudian dilakukan analisis dengan bantuan SPSS *Statistics 20.0 for Windows*. Hasil uji validitas dirangkum dalam tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil uji validitas instrumen

Variabel	Jumlah butir semula	Jumlah butir gugur	Nomor butir gugur	Jumlah butir valid
Ketelitian pelayanan (X_1)	16	4	5, 8, 10, 12	12
Kecepatan Pelayanan (X_2)	17	4	4, 8, 13, 14	13
Kepuasan Pelanggan (Y)	15	1	10	14
Jumlah	48	9	9	39

Sumber: Data primer yang diolah.

Hasil uji validitas pada tabel 4 menunjukkan bahwa lembar angket variabel ketelitian pelayanan (X_1) butir pernyataan yang valid berjumlah 12 butir dengan butir gugur sebanyak 4 butir. Lembar angket

variabel kecepatan pelayanan (X_2) butir yang valid serjumlah 13 butir dengan butir gugur sebanyak 4 butir. Lembar angket variabel kepuasan pelanggan (Y) butir yang valid berjumlah 14 butir dengan butir gugur sebanyak 1 butir. Butir-butir yang gugur atau tidak valid telah dihilangkan. Butir yang valid menurut peneliti masih cukup mewakili masing-masing indikator yang ingin diungkapkan, sehingga instrumen tersebut masih layak digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Imam Ghazali, 2005:36). Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak berubah.

Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : koefisien reliabilitas

k : jumlah item

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t^2 : varians total (Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Instrumen yang telah diteliti kemudian disesuaikan dengan pedoman interpretasi untuk mengetahui hasil uji instrument. Berikut ini adalah pedoman interpretasi tersebut:

Tabel 5. Pedoman Memberikan Interpretasi pada Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,800 – 1,000	Sangat Tinggi
0,600 – 0,799	Tinggi
0,400 – 0,599	Sedang
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

(Suharsimi Arikunto, 2006: 319)

Instrumen dikatakan reliabel jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} . Dengan ketentuan setelah r_{hitung} dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r , r_{hitung} lebih besar sama dengan 0,600. Uji reliabilitas instrumen dengan SPSS Statistics 20.0 for Windows menunjukkan bahwa angket ketelitian pelayanan (X_1), kecepatan pelayanan (X_2), kepuasan pelanggan (Y) reliabel. Hasil tersebut dirangkum dalam tabel 6 berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Koefisien <i>Cronbach Alpha</i>	Interpretasi
Ketelitian pelayanan (X_1)	0,799	Tinggi
Kecepatan Pelayanan (X_2)	0,817	Sangat Tinggi
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,866	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas dengan menggunakan data yang valid, dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk variabel ketelitian pelayanan, kecepatan pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,600. Kedua

instrumen berada dalam kategori sangat tinggi dan satu berada pada kategori tinggi serta dapat dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik yang terdiri dari:

1. Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif.

Instrumen penelitian dalam teknik analisis data kuantitatif berguna untuk mengetahui data numerikal. Tabulasi data untuk masing-masing variabel dilakukan terhadap skor yang diperoleh dengan menggunakan bantuan program *SPSS Statistics 20.0 for Windows* sehingga akan memperoleh harga rerata, modus, rentang, nilai maksimal, nilai maksimal, distribusi frekuensi, histogram dan pie chart untuk setiap variabel penelitian. Besarnya presentase menunjukkan kategori informasi yang terungkap, sehingga dapat diketahui posisi masing-masing aspek.

a. Mean, Median, Modus, dan Standar Deviasi

Mean merupakan rata-rata hitung dari suatu data. Mean dihitung dari jumlah seluruh nilai pada data dibagi banyaknya data. Median merupakan suatu nilai tengah data bila nilai-nilai dari data yang disusun urut menurut besarnya data. Modus merupakan nilai data

yang paling sering muncul atau nilai data dengan frekuensi terbesar. Standar Deviasi adalah akar varians. Penentuan mean, median, modus, standar deviasi dilakukan dengan bantuan program *SPSS For Windows*

b. Tabel Distribusi Frekuensi

1) Menentukan jumlah kelas interval

Menentukan jumlah kelas interval dilakukan dengan menggunakan Struges Rule, yaitu sebagai berikut :

$$k = 1 + 3,3 \log n$$

Keterangan:

k : Jumlah kelas data

n : Jumlah data observasi

log : Logaritma (Sudjana, 2005: 47)

2) Menghitung rentang kelas (range)

Untuk menentukan rentang data, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang Kelas} = \text{skor maksimum} - \text{skor minimum}$$

3) Menentukan panjang kelas

Untuk menentukan panjang kelas digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Panjang Kelas} = \frac{\text{rentang kelas}}{\text{jumlah kelas interval}}$$

(Sudjana, 2005: 47)

c. Histogram

Pembuatan histogram berdasarkan data frekuensi yang telah ditampilkan dalam tabel distribusi frekuensi.

d. Tabel Kecenderungan Variabel

Deskripsi selanjutnya adalah menentukan pengkategorian skor yang diperoleh masing-masing variabel. Dari skor tersebut

kemudian dibagi dalam 4 (empat) kategori. Pengkategorian dilaksanakan berdasarkan Mean (Mi) dan Standar Deviasi (SDi) yang diperoleh dari rumus berikut:

$$\text{Mean (Mi)} = \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$\text{SD (SDi)} = \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

Pengelompokan 4 (empat) kategori ini adalah sebagai berikut:

Kelompok sangat tinggi : $X = (Mi + 1.SDi)$

Kelompok tinggi : $Mi = X < (Mi + 1.SDi)$

Kelompok rendah : $(Mi - 1.SDi) = X < Mi$

Kelompok sangat rendah : $X < (Mi - 1.SDi)$

(Djemari Mardapi, 2008: 123)

Pengkategorian variabel penelitian tersebut digunakan untuk mengukur nilai ideal pada variabel kualitas pelayanan publik, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

e. Diagram lingkaran (*pie chart*)

Pie chart digunakan untuk membandingkan data dari berbagai kelompok. Diagram lingkaran dibuat berdasarkan data kecenderungan masing-masing variabel baik variabel bebas maupun variabel terikat.

2. Pengujian Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak

(Imam Ghazali, 2005:110). Pengujian yang dapat menunjukkan data normal yang diperoleh apabila nilai signifikansinya adalah $> 0,05$. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot (Imam Ghazali, 2005:112).

Untuk menguji normalitas suatu variabel, dapat menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

$$Kd = 1,36 \sqrt{\frac{n_1+n_2}{n_1 n_2}}$$

Keterangan:

- Kd = nilai normalitas suatu variabel
 n_1 = jumlah sampel yang diobservasi
 n_2 = jumlah sampel yang diharapkan

b. Uji Linearitas

Uji linearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas (X_1 dan X_2) memiliki hubungan linearitas atau tidak dengan variabel terikat. Rumus yang dapat digunakan untuk uji linearitas adalah sebagai berikut:

$$F_{\text{reg}} = \frac{R_{\text{Kreg}}}{R_{\text{Kres}}}$$

Keterangan:

- F_{reg} : harga bilangan F untuk garis regresi
 R_{Kreg} : rerata kuadrat garis regresi
 R_{Kres} : rerata kuadrat residu
- (Sutrisno Hadi, 2004: 13)

Hasil F_{hitung} dikonsultasikan dengan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Apabila F_{hitung} lebih kecil atau sama dengan F_{tabel}

berarti hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linear. Sebaliknya jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah non-linear.

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghazali (2005:91), uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Syarat terjadinya multikolinieritas adalah jika harga interkorelasi bebas lebih besar atau sama dengan 0,800. Apabila harga interkorelasi antar variabel bebas kurang dari 0,800 berarti tidak terjadi multikolinieritas.

Adapun rumus yang digunakan untuk mencari korelasi tersebut adalah rumus *korelasi product moment* berikut ini:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X^2)\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : koefisien korelasi antara X dan Y
- N : jumlah subyek
- $\sum XY$: jumlah perkalian jumlah nilai variabel X dan Y
- $\sum X$: jumlah nilai variabel X
- $\sum Y$: jumlah nilai variabel Y
- $\sum X^2$: jumlah kuadrat dari nilai variabel X
- $\sum Y^2$: jumlah kuadrat dari nilai variabel Y

(Suharsimi Arikunto, 2006: 170)

3. Analisis Data

Analisis data digunakan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian yang telah diajukan kepada responden.

a. Analisis Regresi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor (hipotesis 1) dan pengaruh kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor (hipotesis 2) yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah-langkah yang harus ditempuh dalam analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut:

- 1) Mencari koefisien korelasi antara variabel bebas (X_1 dan X_2) variabel terikat (Y).

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi antara X_1 atau X_2 dengan Y

$\sum xy$: jumlah produk antara X_1 atau X_2 dengan Y

$\sum x^2$: jumlah kuadrat skor X_1 atau X_2

$\sum y^2$: jumlah kuadrat skor Y

(Sutrisno Hadi, 2004: 4)

Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 213), "arah korelasi bersifat positif jika hasil dari perhitungan korelasi tandanya plus

(+), sebaliknya jika tandanya minus (-) maka arah korelasi bersifat negatif”.

Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan X_1 terhadap Y dan X_2 terhadap Y diterima. Jika nilai r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan X_1 terhadap Y dan X_2 terhadap Y ditolak. (Sugiyono, 2010: 258)

2) Mencari Koefisian Determinasi

Koefisien determinasi adalah tingkat pengaruh variabel bebas (X_1 maupun X_2) terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r^2_{x1y} = \frac{(a_1 \sum x_1 y)}{\sum y^2}$$

$$r^2_{x2y} = \frac{(a_2 \sum x_2 y)}{\sum y^2}$$

Keterangan:

- r^2_{x1y} : koefisien determinasi antara X_1 terhadap Y
- r^2_{x2y} : koefisien determinasi antara X_2 terhadap Y
- a_1 : koefisien prediktor X_1
- a_2 : koefisien prediktor X_2
- $\sum x_1 y$: jumlah produk antara X_1 terhadap Y
- $\sum x_2 y$: jumlah produk antara X_2 terhadap Y
- $\sum y^2$: jumlah kuadrat kriteria Y

(Sutrisno Hadi, 2004:22)

3) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi dengan taraf kesalahan 5% pengaruh bebas secara individu terhadap variabel terikat. Uji t dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r(\sqrt{n-2})}{(\sqrt{1-r^2})}$$

Keterangan:

- t : t hitung
- r : koefisien korelasi
- n : jumlah responden
- r^2 : kuadrat koefisien korelasi

(Sugiyono, 2012:230)

Harga ini selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel} . Jika t_{hitung} lebih besar atau sama dengan t_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak signifikan.

4) Membuat garis linier sederhana

Rumus yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha X + K$$

Keterangan:

- Y : variabel terikat
- α : bilangan koefisien
- X : variabel bebas
- K : bilangan konstan

(Sutrisno Hadi, 2004:1)

b. Analisis Regresi Berganda

Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu ketelitian pelayanan (X1), kecepatan pelayanan (X2) mempengaruhi (secara positif atau negatif) variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor (Y). Langkah-langkah yang ditempuh dalam analisis regresi ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mencari koefisien korelasi ganda antar variabel bebas (X₁ dan X₂) dengan variabel terikat (Y).

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$R_{y(1,2)} = \sqrt{\frac{a_1 \sum x_1 y + a_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

Keterangan:

$R_{y(1,2)}$: koefisien variasi antara Y dengan X₁ dan X₂

a_1 : koefisien variabel x₁

a_2 : koefisien variabel X₂

$\sum x_1 y$: jumlah produk antara X₁ dan Y

$\sum x_2 y$: jumlah produk antara X₂ dan Y

$\sum y^2$: jumlah kuadrat variabel Y

(Sutrisno Hadi, 2004:22)

- 2) Mencari koefisien determinasi antara variabel bebas (X₁ dan X₂) dengan variabel terikat (Y).

Koefisien determinasi adalah tingkat pengaruh variabel bebas (X₁ dan X₂) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$R^2_{y(1,2)} = \frac{a_1 \sum x_1 y + a_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}$$

Keterangan:

- $R^2_{y(1,2)}$: koefisien korelasi ganda antara Y terhadap X_1, X_2
 a_1 : koefisien prediktor X_1
 a_2 : koefisien prediktor X_2
 $\sum x_1 y$: jumlah produk antara X_1 dan Y
 $\sum x_2 y$: jumlah produk antara X_2 dan Y
 $\sum y^2$: jumlah kuadrat kriteria

(Sutrisno Hadi, 2004:22)

Jadi pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) sebesar kuadrat koefisien korelasi ganda. Selanjutnya hasil koefisien determinasi dikalikan 100% untuk mengetahui tingkat pengaruh kedua variabel bebas terhadap variabel terikat dalam bentuk persentase.

- 3) Menguji signifikansi regresi ganda dengan uji F. Rumus yang digunakan adalah:

$$F_{reg} = \frac{R^2 (N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

- F_{reg} : nilai F untuk regresi
 N : cacah kasus
 M : cacah prediktor
 R : koefisien korelasi antara kriteria dan prediktor
 (Sutrisno Hadi, 2004:23)

Setelah diperoleh hasil perhitungan, kemudian F_{hitung} dikonsultasikan dengan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Apabila F_{hitung} lebih besar atau sama dengan F_{tabel} maka signifikan..

Sebaliknya apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% berarti tidak signifikan.

- 4) Membuat persamaan garis regresi dua prediktor. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a_1X_1 + a_2X_2 + K$$

Keterangan:

Y : variabel terikat
 X_1, X_2 : variabel bebas
 a_1, a_2 : koefisien variabel X
 K : bilangan konstan

(Sutrisno Hadi, 2004:18)

- 5) Mencari besarnya Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif.

- a) Sumbangan Relatif (SR%)

Sumbangan relatif digunakan untuk mencari persentase perbandingan relatifitas yang diberikan suatu variabel bebas kepada variabel terikat dengan variabel bebas lain yang diteliti.

Sumbangan relatif dalam persen/SR% tiap prediktor adalah:

$$SR\%X_1 = \frac{a_1 \sum X_1 Y}{a_1 \sum X_1 Y + a_2 \sum X_2 Y} \times 100\%$$

$$SR\%X_2 = \frac{a_2 \sum X_2 Y}{a_1 \sum X_1 Y + a_2 \sum X_2 Y} \times 100\%$$

Keterangan :

$SR\%X_1$: sumbangan relatif prediktor X_1
 $SR\%X_2$: sumbangan relatif prediktor X_2
 a_1 : koefisien prediktor X_1
 a_2 : koefisien prediktor X_2

(Sutrisno Hadi, 2004:37)

Sumbangan Relatif sebesar 100% yang menunjukkan perbandingan yang diberikan oleh variabel bebas kepada

variabel terikat untuk keperluan prediksi. (Sutrisno Hadi, 2004: 38)

b) Sumbangan Efektif (SE%)

Efektifitas regresi dicerminkan dalam koefisien determinasi , maka SE% tiap prediktor dapat dihitung langsung dari R^2 .

$$SE\%X_1 = SR\%X_1 \times R^2$$

$$SE\%X_2 = SR\%X_2 \times R^2$$

Keterangan:

$SE\%X_1$: sumbangan efektif X_1

$SE\%X_2$: sumbangan efektif X_2

R^2 : koefisien determinasi

(Sutrisno Hadi, 2004:39)

Hasil perhitungan dapat diketahui bahwa sumbangan efektif X_1 terhadap Y dan X_2 terhadap Y sebesar presentase hasil perhitungan di atas dan sisanya ditentukan oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti. (Sutrisno Hadi, 2004: 41)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi AHASS Galur Honda Motor

1. Profil AHASS Galur Honda Motor

AHASS Galur Honda Motor merupakan salah satu anak cabang dari PT Astra Internasional Tbk yang berada di wilayah Kulon Progo yang bergerak dalam penjualan dan pelayanan *service* berkala sepeda motor. AHASS Galur Honda Motor berdiri pada tahun 2004 dengan penanggung jawab Herry Prihnawan Wisma Putra dengan alamat di Jalan Raya Brosot, Galur, Kulon Progo.

Adapun visi dan misi dari AHASS Galur Honda Motor adalah sebagai berikut:

Visi :

Corporate philosophy atau falsafah visinya adalah sebagai berikut:

- a. *To be asset to the nation* atau bermanfaat bagi bangsa dan Negara.
- b. *Best service to customers* atau pelayanan yang terbaik bagi pelanggan
- c. *Respect for the individual and development of team work* atau saling menghargai dan membina kerjasama.
- d. *Strive for excellence* atau berusaha selalu mencapai yang terbaik.

Misi:

- a. Sebagai main dealer agar menginstruksikan dan mengontrol:

- 1) Perwakilan atau ekspedisi yang mengatur pengambilan atau pengiriman unit sepeda motor Honda dari PT Astra Motor Honda
 - 2) Main dealer dan dealer harus melakukan pengecekan unit sepeda motor Honda satu per satu
 - 3) Melakukan pemeliharaan sepeda motor
 - 4) Memberikan bimbingan terhadap dealer untuk selalu konsisten melakukan hal yang sama
- b. Memberikan informasi kepada konsumen tentang perlengkapan, cara pengoperasian, cara perawatan sertifikat garansi, dan perawatan berkala.

2. Kondisi Fisik AHASS Galur Honda Motor

AHASS Galur Honda Motor memiliki luas tanah sebesar 120 m², sedangkan luas gedung sebesar 125 m². Dilihat dari kondisi fisik, AHASS Galur Honda Motor sudah memiliki fasilitas pelayanan yang cukup memadai seperti yang dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 7. Fasilitas Penunjang Pelayanan

No.	Nama Ruang	Jumlah
1.	Ruang tunggu	2
2.	Parkir	1
3.	Ruang administrasi	1
4.	Ruang kerja mekanik	7
5.	Tempat kerja panel check	1
6.	Ruang penyimpanan onderdil	1
7.	Ruang kerja pemilik	1
8.	Ruang istirahat mekanik	1
9.	Tempat ibadah	1
10.	Dapur	1
11.	Toilet	1

Kegiatan pelayanan dilakukan setiap hari Senin sampai dengan Sabtu mulai pukul 08.00 - 15.00 WIB. Pendaftaran untuk servis dapat dilakukan melalui *sms* untuk mendapatkan urutan lebih dahulu ataupun dengan datang langsung ke bagian administrasi. Waktu istirahat mekanik adalah pukul 10.00 WIB kemudian kembali bekerja seperti biasa dan kembali istirahat shalat dan makan siang pukul 12.00- 13.00 WIB.

3. Kondisi Non Fisik AHASS Galur Honda Motor

Kondisi non fisik dari AHASS Galur Honda Motor antara lain sebagai berikut:

a. Potensi mekanik

Terdapat 7 orang mekanik, 1 orang kepala mekanik , dan 1 orang yang sudah berpengalaman dan mendapatkan sertifikat dalam memperbaiki kendaraan roda dua (motor).

b. Potensi admin

Terdapat 2 orang pegawai admin yang telah mempunyai pengalaman lebih dari 1 tahun dan mampu berkomunikasi dengan baik serta mampu mengoperasikan komputer.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Data yang diperoleh di lapangan disajikan dalam bentuk deskripsi data, untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Jumlah responden pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang. Data

yang diperoleh di lapangan masing-masing dianalisis, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Analisis data yang dimaksud meliputi penyajian Mean (M), Median (Me), Modus (Mo) dan Standar Deviasi (SD). Selain itu, disajikan pula tabel distribusi frekuensi, histogram distribusi frekuensi setiap variabel dan dilanjutkan dengan penentuan kecenderungan variabel yang disajikan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran (*pie chart*).

1. Kepuasan Pelanggan

Data kepuasan pelanggan diperoleh dari lembar angket/kuesioner yang terdiri dari 14 butir pernyataan dengan menggunakan skala Likert modifikasi, terdiri dari empat alternatif jawaban. Berdasarkan 14 butir pernyataan yang ada dengan jumlah responden 100 orang, menunjukkan bahwa pada variabel ketelitian pelayanan diperoleh skor tertinggi sebesar 54 dari skor tertinggi yang mungkin dicapai sebesar $(4 \times 14) = 56$ dan skor terendah sebesar 30 dari skor terendah yang mungkin dicapai sebesar $(1 \times 14) = 14$. Hasil analisis dengan menggunakan program *SPSS Statistics 20.0 for Windows* menunjukkan Mean (M) sebesar 41.34; Median (Me) sebesar 41.00; Modus (Mo) sebesar 40; dan Standar Deviasi (SD) sebesar 4.323.

Menyusun distribusi frekuensi variabel kepuasan pelanggan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan Jumlah Kelas Interval

Menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus Sturges
 Rule yakni jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log n$, dimana n adalah jumlah responden.

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas Interval} &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 100 \\
 &= 1 + 3,3 (2) \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,6 \text{ dibulatkan menjadi } 7
 \end{aligned}$$

b. Menentukan Rentang Kelas (Range)

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Kelas} &= (\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}) \\
 &= 54 - 30 \\
 &= 24
 \end{aligned}$$

c. Menentukan Panjang Interval Kelas

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas} &= \frac{\text{rentang kelas}}{\text{jumlah kelas interval}} \\
 &= \frac{24}{7} \\
 &= 3,42 \text{ dibulatkan menjadi } 4
 \end{aligned}$$

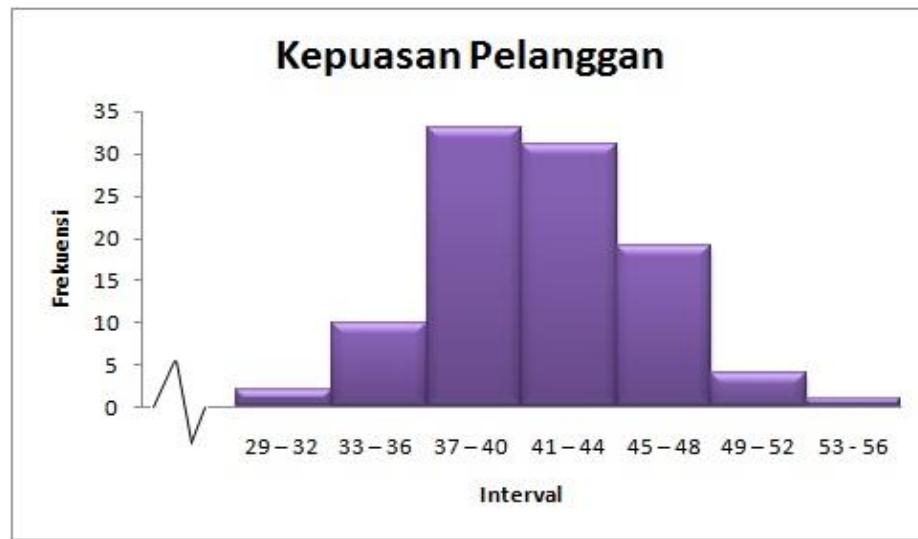
Distribusi frekuensi variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 8 berikut:

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan pelanggan

No.	Kelas Interval	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	29 – 32	2	2
2	33 – 36	10	10
3	37 – 40	33	33
4	41 – 44	31	31
5	45 – 48	19	19
6	49 – 52	4	4
7	53 – 56	1	1
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel 8 , distribusi frekuensi variabel kepuasan pelayanan terdiri dari 7 kelas interval. Setiap kelas memiliki 4 rentang skor. Kelas interval 29 – 32 sebanyak 2 orang (2%), kelas interval 33 – 36 sebanyak 10 orang (10%), kelas interval 37 – 40 sebanyak 33 orang (33%), kelas interval 41 – 44 sebanyak 31 orang (31%), kelas interval 45 – 48 sebanyak 19 orang (19%), kelas interval 49 – 52 sebanyak 4 orang (4%), dan kelas interval 53 - 56 sebanyak 1 orang (1%).

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel kepuasan pelayanan maka dapat digambarkan dalam histogram sebagai berikut:



Gambar 3. Histogram Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan

Tinggi rendahnya kepuasan pelanggan dapat diidentifikasi menggunakan nilai Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) diperoleh berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 M_i &= \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{2} (54 + 30) \\
 &= \frac{1}{2} (86) \\
 &= 43
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 SD_i &= \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{6} (54 - 30) \\
 &= \frac{1}{6} (24) \\
 &= 4
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat disusun pengkategorian kecenderungan variabel kepuasan pelanggan pada tabel 9 berikut ini.

Tabel 9. Kategori Kecenderungan Variabel Kepuasan pelanggan

No	Kategori	Rumus	Hitungan	Rentang Skor
1	Sangat tinggi	$X \geq (Mi + 1.SDi)$	$X \geq 47$	≥ 47
2	Tinggi	$Mi \leq X < (Mi + 1.SDi)$	$43 \leq X < 47$	43 – 46
3	Rendah	$(Mi - 1.SDi) \leq X < Mi$	$39 \leq X < 43$	39 – 42
4	Sangat rendah	$X < (Mi - 1.SDi)$	$X < 39$	30 – 38

Tabel 9 menunjukkan kategori kecenderungan variabel kepuasan pelanggan. Kategori kepuasan pelanggan sangat tinggi diperoleh dengan rumus skor responden lebih besar sama dengan mean ideal ditambah satu kali standar deviasi ideal ($X \geq Mi + 1.SDi$) sehingga diperoleh hitungan $X \geq 47$ dan dinyatakan dalam rentang skor ≥ 47 . Kategori kepuasan pelanggan tinggi diperoleh dengan rumus skor responden kurang dari sama dengan mean ideal sampai dengan mean ideal ditambah satu kali standar deviasi ideal ($Mi \leq X < Mi + 1.SDi$) sehingga diperoleh hitungan $43 \leq X < 47$ dan dinyatakan dalam rentang skor 43-46. Kategori kepuasan pelanggan rendah diperoleh dengan rumus skor responden kurang dari sama dengan mean ideal dikurangi satu kali standar deviasi ideal sampai dengan mean ideal ($Mi - 1.SDi \leq X < Mi$) sehingga diperoleh hitungan $39 \leq X < 43$ dan dinyatakan dalam rentang skor 39-42. Kategori kepuasan pelanggan sangat rendah diperoleh dengan rumus skor responden kurang dari mean ideal dikurangi satu kali standar deviasi ideal ($X < Mi - 1.SDi$) sehingga

diperoleh hitungan $X < 39$ dan dinyatakan dalam rentang skor 30-38.

Skor 30 diperoleh dari perhitungan skor terendah ideal.

Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh kriteria kecenderungan variabel kepuasan pelanggan yang dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini.

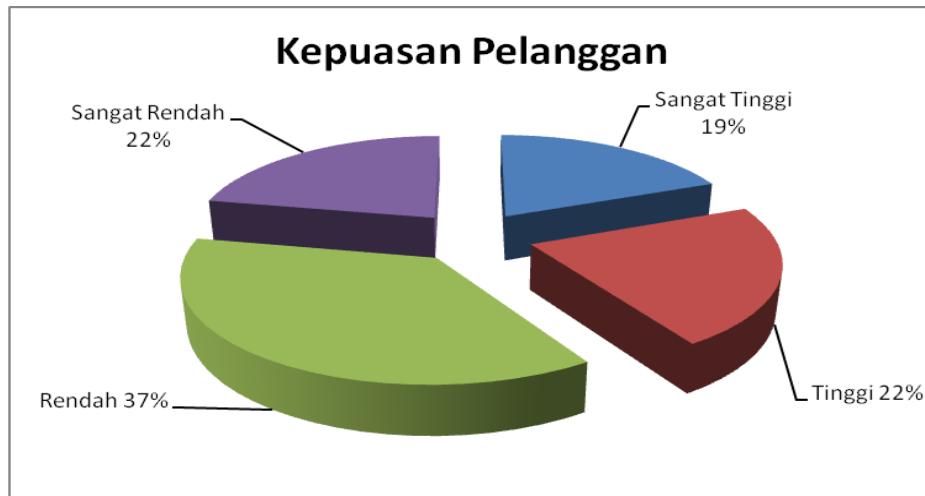
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kepuasan Pelanggan

No.	Rentang Skor	Jumlah	Persentase (%)	Kategori
1.	≥ 47	19	19	Sangat tinggi
2.	43 – 46	22	22	Tinggi
3.	39 – 42	37	37	Rendah
4.	30 – 38	22	22	Sangat rendah
	Jumlah	100	100	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 10, frekuensi kecenderungan variabel kepuasan pelanggan yang berada pada rentang skor ≥ 47 berjumlah 19 dengan frekuensi 19% masuk pada kategori sangat tinggi. Kepuasan pelanggan pada rentang skor 43-46 berjumlah 22 dengan frekuensi 22% masuk pada kategori tinggi. Kepuasan pelanggan pada rentang skor 39-42 berjumlah 37 dengan frekuensi 37% masuk kategori rendah. Kepuasan pelanggan pada rentang skor 30-38 berjumlah 22 dengan frekuensi 22% masuk kategori sangat rendah.

Kecenderungan variabel kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor disajikan dalam diagram pie (*Pie Chart*) yang dapat dilihat dalam gambar 4 sebagai berikut:



Gambar 4. *Pie Chart* Kecenderungan Kepuasan Pelanggan

Gambar 4 menunjukkan bahwa 22% dari 100 orang berada pada kategori sangat rendah, 37% dari 100 orang berada pada kategori rendah, 22% dari 100 orang berada dalam kategori tinggi, dan 19% dari 100 orang berada dalam kategori sangat tinggi. Berdasarkan data yang disajikan, variabel kepuasan pelanggan cenderung berada pada kategori rendah.

Selanjutnya, jawaban responden yang memiliki kecenderungan masalah kepuasan pelangan rendah adalah pada 14 akan diuraikan dalam tabel sehingga diketahui sebaran datanya. Data diperoleh dari pengisian angket dan akan digunakan sebagai pedoman dalam merumuskan saran penelitian.

Tabel 11. Karyawan AHASS Galur Honda Motor cekatan dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan

No.	Karyawan AHASS Galur Honda Motor cekatan dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan	Jumlah Pelanggan	Percentase (%)
1.	Selalu	2	2
2.	Sering	44	44
3.	Kadang-Kadang	51	51
4.	Tidak Pernah	3	3
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer pengisian angket

Tabel 11 menunjukkan bahwa pelanggan yang selalu mendapatkan pelayanan yang cekatan dari karyawan berjumlah 2 orang atau 2%. Pelanggan yang sering mendapatkan pelayanan yang cekatan dari karyawan berjumlah 44 orang atau 44%. Pelanggan yang kadang-kadang mendapatkan pelayanan yang cekatan dari karyawan berjumlah 51 orang atau 51%. Pelanggan yang tidak pernah mendapatkan pelayanan sesuai yang cekatan dari karyawan berjumlah 3 orang atau 3%. Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui bahwa sebagian besar pelanggan AHASS Galur Honda Motor kadang-kadang mendapatkan pelayanan yang cekatan dari karyawan.

2. Ketelitian Pelayanan

Data ketelitian pelayanan diperoleh dari lembar angket/kuesioner yang terdiri dari 12 butir pernyataan dengan menggunakan skala Likert modifikasi, terdiri dari empat alternatif jawaban. Berdasarkan 12 butir pernyataan yang ada dengan jumlah responden 100 orang, menunjukkan

bawa pada variabel ketelitian pelayanan diperoleh skor tertinggi sebesar 37 dari skor tertinggi yang mungkin dicapai sebesar $(4 \times 12) = 48$ dan skor terendah sebesar 19 dari skor terendah yang mungkin dicapai sebesar $(1 \times 12) = 12$. Hasil analisis dengan menggunakan program *SPSS Statistics 20.0 for Windows* menunjukkan Mean (M) sebesar 27,17; Median (Me) sebesar 27; Modus (Mo) sebesar 26; dan Standar Deviasi (SD) sebesar 3,726.

Menyusun distribusi frekuensi variabel kepuasan pelanggandilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan Jumlah Kelas Interval

Menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus Sturges Rule yakni jumlah kelas interval $= 1 + 3,3 \log n$, dimana n adalah jumlah responden.

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas Interval} &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 100 \\
 &= 1 + 3,3 (2) \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,6 \text{ dibulatkan menjadi } 7
 \end{aligned}$$

b. Menentukan Rentang Kelas (Range)

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Kelas} &= (\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}) \\
 &= 37 - 19 \\
 &= 18
 \end{aligned}$$

c. Menentukan Panjang Interval Kelas

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas} &= \frac{\text{rentang kelas}}{\text{jumlah kelas interval}} \\
 &= \frac{18}{7} \\
 &= 2,57143 \text{ dibulatkan menjadi } 3
 \end{aligned}$$

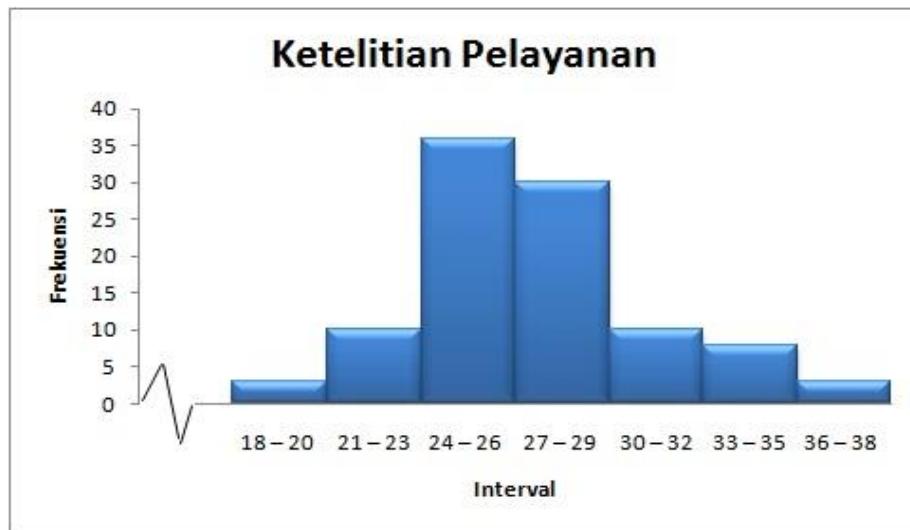
Distribusi frekuensi variabel ketelitian pelayanan dilihat pada tabel 12 berikut:

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Variabel Ketelitian Pelayanan

No.	Kelas Interval	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	18 – 20	3	3
2	21 – 23	10	10
3	24 – 26	36	36
4	27 – 29	30	30
5	30 – 32	10	10
6	33 – 35	8	8
7	36 – 38	3	3
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel 12, distribusi frekuensi variabel ketelitian pelayanan terdiri dari 7 kelas interval. Setiap kelas memiliki 3 rentang skor. Kelas interval 18-20 sebanyak 3 orang (3%), kelas interval 21-23 sebanyak 10 orang (10%), kelas interval 24-26 sebanyak 36 orang (36%), kelas interval 27-29 sebanyak 30 orang (30%), kelas interval 30-32 sebanyak 10 orang (10%), kelas interval 33-35 sebanyak 8 orang (8%), dan kelas interval 36-38 sebanyak 3 orang (3%).

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel kepuasan pelayanan maka dapat digambarkan dalam histogram sebagai berikut:



Gambar 5. Histogram Distribusi Frekuensi Ketelitian Pelayanan

Tinggi rendahnya ketelitian pelayanan dapat diidentifikasi menggunakan nilai Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) diperoleh berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

$$M_i = \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$= \frac{1}{2} (37+19)$$

$$= \frac{1}{2} (56)$$

$$= 28$$

$$SD_i = \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

$$= \frac{1}{6} (37 - 19)$$

$$= \frac{1}{6} (18)$$

$$= 3$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat disusun pengkategorian kecenderungan variabel ketelitian pelayanan pada tabel 13 berikut ini.

Tabel 13. Kategori Kecenderungan Variabel Ketelitian Pelayanan

No	Kategori	Rumus	Hitungan	Rentang Skor
1	Sangat tinggi	$X \geq (Mi + 1.SDi)$	$X \geq 31$	≥ 31
2	Tinggi	$Mi \leq X < (Mi+1.SDi)$	$28 \leq X < 31$	28 – 30
3	Rendah	$(Mi - 1.SDi) \leq X < Mi$	$25 \leq X < 28$	25 – 27
4	Sangat rendah	$X < (Mi - 1.SDi)$	$X < 25$	19 – 25

Tabel 13 menunjukkan kategori kecenderungan variabel ketelitian pelayanan. Kategori ketelitian pelayanan sangat tinggi diperoleh dengan rumus skor responden lebih besar sama dengan mean ideal ditambah satu kali standar deviasi ideal ($X \geq Mi + 1.SDi$) sehingga diperoleh hitungan $X \geq 31$ dan dinyatakan dalam rentang skor ≥ 31 . Kategori ketelitian pelayanan tinggi diperoleh dengan rumus skor responden kurang dari sama dengan mean ideal sampai dengan mean ideal ditambah satu kali standar deviasi ideal ($Mi \leq X < Mi + 1.SDi$) sehingga diperoleh hitungan $28 \leq X < 31$ dan dinyatakan dalam rentang skor 28-30. Kategori ketelitian pelayanan rendah diperoleh dengan rumus skor responden kurang dari sama dengan mean ideal dikurangi satu kali standar deviasi ideal sampai dengan mean ideal ($Mi - 1.SDi \leq X < Mi$) sehingga diperoleh hitungan $25 \leq X < 28$ dan dinyatakan dalam rentang skor 25-27. Kategori ketelitian pelayanan sangat rendah diperoleh dengan rumus skor responden kurang dari mean ideal dikurangi satu kali standar deviasi ideal ($X < Mi - 1.SDi$) sehingga diperoleh hitungan $X < 25$ dan dinyatakan dalam rentang skor 19-25. Skor 19 diperoleh dari perhitungan skor terendah.

Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh kriteria kecenderungan variabel kepuasan pelanggan yang dapat dilihat pada tabel 14 berikut ini.

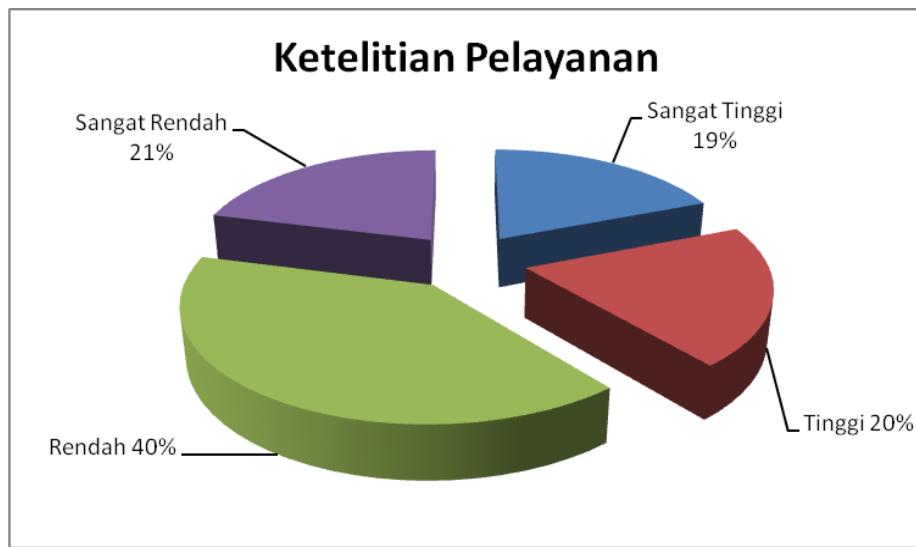
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kepuasan Pelanggan

No.	Rentang Skor	Jumlah	Persentase (%)	Kategori
1.	≥ 31	19	19	Sangat tinggi
2.	28 – 30	20	20	Tinggi
3.	25 – 27	40	40	Rendah
4.	19 – 25	21	21	Sangat rendah
	Jumlah	100	100	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 14, frekuensi kecenderungan variabel ketelitian pelayanan yang berada pada rentang skor ≥ 31 berjumlah 19 dengan frekuensi 19% masuk pada kategori sangat tinggi. Ketelitian pelayanan pada rentang skor 28-30 berjumlah 20 dengan frekuensi 20% masuk pada kategori tinggi. Ketelitian pelayanan pada rentang skor 25-27 berjumlah 40 dengan frekuensi 40% masuk kategori rendah. Ketelitian pelayanan pada rentang skor 19-25 berjumlah 21 dengan frekuensi 21% masuk kategori sangat rendah.

Kecenderungan variabel ketelitian pelayanan AHASS Galur Honda Motor disajikan dalam diagram pie (*Pie Chart*) yang dapat dilihat dalam gambar 6 sebagai berikut:



Gambar 6. *Pie Chart* Kecenderungan Ketelitian Pelayanan

Gambar 4 menunjukkan bahwa 21% dari 100 orang berada pada kategori sangat rendah, 40% dari 100 orang berada pada kategori rendah, 20% dari 100 orang berada dalam kategori tinggi, dan 19% dari 100 orang berada dalam kategori sangat tinggi. Berdasarkan data yang disajikan, variabel ketelitian cenderung berada pada kategori rendah.

Selanjutnya, jawaban responden yang memiliki kecenderungan masalah ketelitian pelayanan rendah adalah pada angket nomor 6 dan 7 akan diuraikan dalam tabel sehingga diketahui sebaran datanya. Data diperoleh dari pengisian angket dan akan digunakan sebagai pedoman dalam merumuskan saran penelitian.

Tabel 15. Mekanik AHASS teliti dalam membaca keluhan dari pelanggan

No.	Mekanik AHASS teliti dalam membaca keluhan dari pelanggan	Jumlah Pelanggan	Persentase (%)
1.	Selalu	0	0
2.	Sering	19	19
3.	Kadang-Kadang	37	37
4.	Tidak Pernah	44	44
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer pengisian angket

Tabel 15 menunjukkan bahwa pelanggan yang selalu mengetahui mekanik AHASS teliti dalam membaca keluhan dari pelanggan berjumlah 0 orang atau 0%. Pelanggan yang sering mengetahui mekanik AHASS teliti dalam membaca keluhan dari pelanggan berjumlah 19 orang atau 19%. Pelanggan yang kadang-kadang mengetahui mekanik AHASS teliti dalam membaca keluhan dari pelanggan berjumlah 37 orang atau 37%. Pelanggan yang tidak pernah mengetahui mekanik AHASS teliti dalam membaca keluhan dari pelanggan berjumlah 44 orang atau 44%. Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui bahwa sebagian besar pelanggan AHASS Galur Honda Motor tidak pernah mengetahui mekanik AHASS teliti dalam membaca keluhan dari pelanggan.

Tabel 16. Mekanik AHASS menginformasikan kerusakan lain diluar keluhan yang disampaikan pelanggan

No.	Mekanik AHASS menginformasikan kerusakan lain diluar keluhan yang disampaikan pelanggan	Jumlah Pelanggan	Persentase (%)
1.	Selalu	0	0
2.	Sering	27	27
3.	Kadang-Kadang	36	36
4.	Tidak Pernah	37	37
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer pengisian angket

Tabel 16 menunjukkan bahwa pelanggan yang selalu mengetahui mekanik AHASS menginformasikan kerusakan lain diluar keluhan yang disampaikan pelanggan berjumlah 0 orang atau 0%. Pelanggan yang sering mengetahui mekanik AHASS teliti menginformasikan kerusakan lain diluar keluhan yang disampaikan pelanggan berjumlah 27 orang atau 27%. Pelanggan yang kadang-kadang mengetahui mekanik AHASS teliti dalam menginformasikan kerusakan lain diluar keluhan yang disampaikan pelanggan berjumlah 36 orang atau 36%. Pelanggan yang tidak pernah mengetahui mekanik AHASS teliti dalam menginformasikan kerusakan lain diluar keluhan yang disampaikan pelanggan berjumlah 37 orang atau 37%. Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui bahwa sebagian besar pelanggan AHASS Galur Honda Motor tidak pernah mengetahui menginformasikan kerusakan lain diluar keluhan yang disampaikan pelanggan.

3. Kecepatan Pelayanan

Data kecepatan pelayanan diperoleh dari lembar angket/kuesioner yang terdiri dari 13 butir pernyataan dengan menggunakan skala Likert modifikasi, terdiri dari empat alternatif jawaban. Berdasarkan 13 butir pernyataan yang ada dengan jumlah responden 100 orang, menunjukkan bahwa pada variabel kecepatan pelayanan diperoleh skor tertinggi sebesar

41 dari skor tertinggi yang mungkin dicapai sebesar $(4 \times 13) = 52$ dan skor terendah sebesar 24 dari skor terendah yang mungkin dicapai sebesar $(1 \times 13) = 13$. Hasil analisis dengan menggunakan program *SPSS Statistics 20.0 for Windows* menunjukkan Mean (M) sebesar 31,59; Median (Me) sebesar 31,00; Modus (Mo) sebesar 31; dan Standar Deviasi (SD) sebesar 3,025.

Menyusun distribusi frekuensi variabel kecepatan pelayanan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan Jumlah Kelas Interval

Menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus Sturges Rule yakni jumlah kelas interval = $1 + 3,3 \log n$, dimana n adalah jumlah responden.

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas Interval} &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 100 \\
 &= 1 + 3,3 (2) \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,6 \text{ dibulatkan menjadi } 7
 \end{aligned}$$

b. Menentukan Rentang Kelas (Range)

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Kelas} &= (\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}) \\
 &= 41 - 24 \\
 &= 18
 \end{aligned}$$

c. Menentukan Panjang Interval Kelas

$$\text{Panjang Kelas} = \frac{\text{rentang kelas}}{\text{jumlah kelas interval}}$$

$$= \frac{18}{7}$$

= 2,571428571 dibulatkan menjadi 3

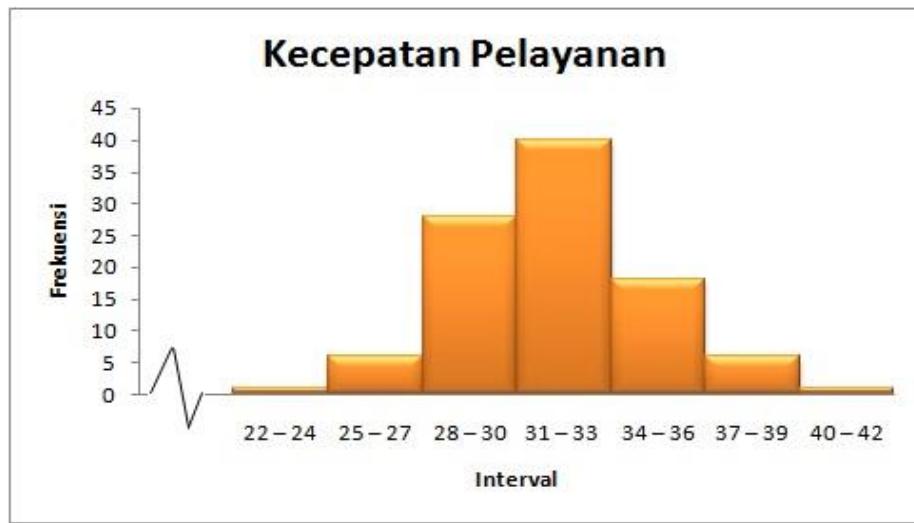
Distribusi frekuensi variabel kecepatan pelayanan dapat dilihat pada tabel 17 berikut:

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Variabel Kecepatan Pelayanan

No.	Kelas Interval	Frekuensi (f)	Percentase (%)
1	22 – 24	1	1
2	25 – 27	6	6
3	28 – 30	28	28
4	31 – 33	40	40
5	34 – 36	18	18
6	37 – 39	6	6
7	40 – 42	1	1
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel 17, distribusi frekuensi variabel kecepatan pelayanan terdiri dari 7 kelas interval. Setiap kelas memiliki 3 rentang skor. Kelas 22-24 interval sebanyak 1 orang (1%), kelas interval 25-27 sebanyak 6 orang (6%), kelas interval 28-30 sebanyak 28 orang (28%), kelas interval 31-33 sebanyak 40 orang (40%), kelas interval 34-36 sebanyak 18 orang (18%), kelas interval 37-39 sebanyak 6 orang (6%), dan kelas interval 40-42 sebanyak 24 orang (1%).

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel kecepatan pelayanan maka dapat digambarkan dalam histogram sebagai berikut:



Gambar 7. Histogram Distribusi Frekuensi Kecepatan Pelayanan

Tinggi rendahnya ketelitian pelayanan dapat diidentifikasi menggunakan nilai Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) diperoleh berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 M_i &= \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{2} (41 + 24) \\
 &= \frac{1}{2} (65) \\
 &= 32,5
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 SD_i &= \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{6} (41 - 24) \\
 &= \frac{1}{6} (17) \\
 &= 2,833 \text{ dibulatkan menjadi } 3
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat disusun pengkategorian kecenderungan variabel kecepatan pelayanan pada tabel 18 berikut ini.

Tabel 18. Kategori Kecenderungan Variabel Ketelitian Pelayanan

No	Kategori	Rumus	Hitungan	Rentang Skor
1	Sangat tinggi	$X \geq (Mi + 1.SDi)$	$X \geq 35$	≥ 35
2	Tinggi	$Mi \leq X < (Mi+1.SDi)$	$32 \leq X < 35$	32 – 34
3	Rendah	$(Mi - 1.SDi) \leq X < Mi$	$29 \leq X < 32$	29 – 31
4	Sangat rendah	$X < (Mi - 1.SDi)$	$X < 29$	14 – 28

Tabel 18 menunjukkan kategori kecenderungan variabel ketelitian pelayanan. Kategori kecepatan pelayanan sangat tinggi diperoleh dengan rumus skor responden lebih besar sama dengan mean ideal ditambah satu kali standar deviasi ideal ($X \geq Mi + 1.SDi$) sehingga diperoleh hitungan $X \geq 35$ dan dinyatakan dalam rentang skor ≥ 35 . Kategori kecepatan pelayanan tinggi diperoleh dengan rumus skor responden kurang dari sama dengan mean ideal sampai dengan mean ideal ditambah satu kali standar deviasi ideal ($Mi \leq X < Mi+1.SDi$) sehingga diperoleh hitungan $32 \leq X < 35$ dan dinyatakan dalam rentang skor 32-34. Kategori kecepatan pelayanan rendah diperoleh dengan rumus skor responden kurang dari sama dengan mean ideal dikurangi satu kali standar deviasi ideal sampai dengan mean ideal ($Mi-1.SDi \leq X < Mi$) sehingga diperoleh hitungan $29 \leq X < 32$ dan dinyatakan dalam rentang skor 29-31. Kategori kecepatan pelayanan sangat rendah diperoleh dengan rumus skor responden kurang dari mean ideal dikurangi satu kali standar deviasi ideal ($X < Mi-1.SDi$)

sehingga diperoleh hitungan $X < 29$ dan dinyatakan dalam rentang skor 14-28. Skor 30 diperoleh dari perhitungan skor terendah ideal.

Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh kriteria kecenderungan variabel kecepatan pelayanan yang dapat dilihat pada tabel 19 berikut ini.

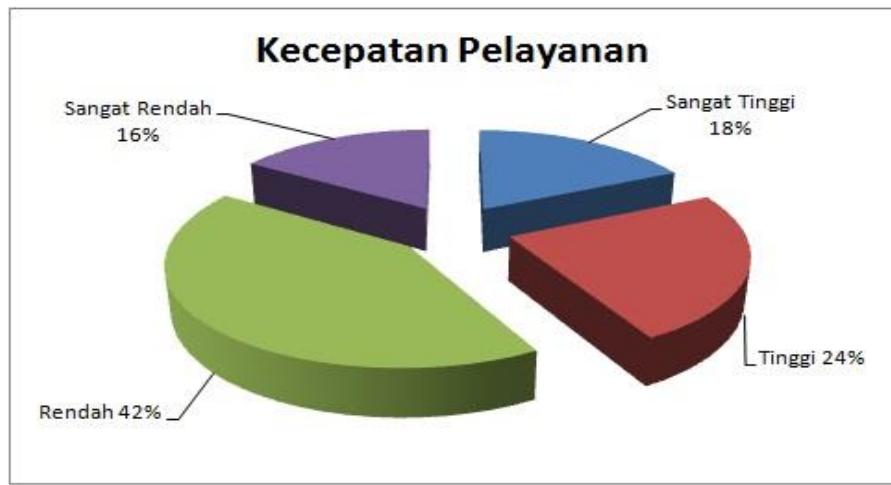
Tabel 19. Distribusi Frekuensi Kecenderungan Kecepatan Pelayanan

No.	Rentang Skor	Jumlah	Persentase (%)	Kategori
1.	≥ 35	18	18	Sangat tinggi
2.	32 – 34	24	24	Tinggi
3.	29 – 31	42	42	Rendah
4.	14 – 28	16	16	Sangat rendah
	Jumlah	100	100 %	

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 19, frekuensi kecenderungan variabel kecepatan pelayanan yang berada pada rentang skor ≥ 35 berjumlah 18 dengan frekuensi 18% masuk pada kategori sangat tinggi. Kecepatan pelayanan pada rentang skor 32-34 berjumlah 24 dengan frekuensi 24% masuk pada kategori tinggi. Kecepatan pelayanan pada rentang skor 29-32 berjumlah 42 dengan frekuensi 42% masuk kategori rendah. Ketelitian pelayanan pada rentang skor 14-28 berjumlah 16 dengan frekuensi 16% masuk kategori sangat rendah.

Kecenderungan variabel kecepatan pelayanan AHASS Galur Honda Motor disajikan dalam diagram pie (*Pie Chart*) yang dapat dilihat dalam gambar 8 sebagai berikut:



Gambar 8. *Pie Chart* Kecenderungan Ketelitian Pelayanan

Gambar 4 menunjukkan bahwa 16% dari 100 orang berada pada kategori sangat rendah, 42% dari 100 siswa berada pada kategori rendah, 24% dari 100 orang berada dalam kategori tinggi, dan 18% dari 100 orang berada dalam kategori sangat tinggi. Berdasarkan data yang disajikan, variabel kecepatan cenderung berada pada kategori rendah.

Selanjutnya, jawaban responden yang memiliki kecenderungan masalah kepuasan pelangan rendah adalah pada angket nomor 6 dan 7 akan diuraikan dalam tabel sehingga diketahui sebaran datanya. Data diperoleh dari pengisian angket dan akan digunakan sebagai pedoman dalam merumuskan saran penelitian.

Tabel 20. Mekanik AHASS cepat dalam mencocokkan keluhan kerusakan dari pelanggan dengan keadaan nyata kendaraan

No.	Mekanik AHASS cepat dalam mencocokkan keluhan kerusakan dari pelanggan dengan keadaan nyata kendaraan	Jumlah Pelanggan	Percentase (%)
1.	Selalu	0	0
2.	Sering	26	26
3.	Kadang-Kadang	43	43
4.	Tidak Pernah	31	31
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer pengisian angket

Tabel 20 menunjukkan bahwa pelanggan yang selalu mengetahui mekanik AHASS cepat dalam mencocokkan keluhan kerusakan dari pelanggan dengan keadaan nyata kendaraan berjumlah 0 orang atau 0%. Pelanggan yang sering mengetahui mekanik AHASS cepat dalam mencocokkan keluhan kerusakan dari pelanggan dengan keadaan nyata kendaraan berjumlah 26 orang atau 26%. Pelanggan yang kadang-kadang mengetahui mekanik AHASS cepat dalam mencocokkan keluhan kerusakan dari pelanggan dengan keadaan nyata kendaraan berjumlah 43 orang atau 43%. Pelanggan yang tidak pernah mengetahui mekanik AHASS cepat dalam mencocokkan keluhan kerusakan dari pelanggan dengan keadaan nyata kendaraan berjumlah 31 orang atau 31%. Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui bahwa sebagian besar pelanggan AHASS Galur Honda Motor kadang-kadang mekanik AHASS Galur Honda Motor cepat dalam mencocokkan keluhan kerusakan dari pelanggan dengan keadaan nyata kendaraan.

Tabel 21. Mekanik AHASS cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang *service* ringan

No.	Mekanik AHASS cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang <i>service</i> ringan	Jumlah Pelanggan	Percentase (%)
1.	Selalu	0	0
2.	Sering	15	15
3.	Kadang-Kadang	37	37
4.	Tidak Pernah	48	48
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer pengisian angket

Tabel 21 menunjukkan bahwa pelanggan yang selalu mengetahui mekanik AHASS cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang *service* ringan berjumlah 0 orang atau 0%. Pelanggan yang sering mengetahui mekanik AHASS cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang *service* ringan berjumlah 15 orang atau 15%. Pelanggan yang kadang-kadang mengetahui mekanik AHASS cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang *service* ringan berjumlah 37 orang atau 37%. Pelanggan yang tidak pernah mengetahui mekanik AHASS cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang *service* ringan berjumlah 48 orang atau 48%. Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui bahwa sebagian besar pelanggan AHASS Galur Honda Motor tidak pernah mengetahui bahwa mekanik AHASS Galur Honda Motor cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang *service* ringan.

C. Pengujian Prasyarat Analisis

1. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui linear atau tidaknya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji linearitas dapat diketahui dengan menggunakan uji F. Antara variabel bebas dengan variabel terikat dikatakan linear jika harga $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5%. Hasil uji linearitas dengan bantuan program SPSS Statistics 20.0 for Windows menunjukkan bahwa harga koefisien $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ untuk variabel X_1 dengan Y adalah $1,636 \leq 1,73$ sedangkan untuk variabel X_2 dengan Y adalah $1,427 \leq 1,72$.

Berdasarkan hasil tersebut maka hubungan masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat menunjukkan hasil yang linear, sehingga analisis regresi linear dapat dilanjutkan. Lebih jelasnya hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 22. Ringkasan Hasil Uji Linieritas

No.	Variabel		Df	F_{hitung}	F_{tabel}	Kesimpulan
	Bebas	Terikat				
1	X_1	Y	17 : 81	1,636	1,73	Linear
2	X_2	Y	13 : 85	1,427	1,72	Linear

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil uji linearitas data ketelitian pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan bahwa koefisien F_{hitung} sebesar 1,636 lebih kecil dari F_{tabel} sebesar 1,73. Dengan demikian data ketelitian pelayanan (X_1) mempunyai hubungan yang linear dengan kepuasan pelanggan (Y).

Hasil uji linearitas data kecepatan pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) menunjukkan bahwa koefisien F_{hitung} sebesar 1,427 lebih kecil dari F_{tabel} sebesar 1,72. Dengan demikian data kecepatan pelayanan (X_2) mempunyai hubungan yang linear dengan kepuasan pelanggan (Y).

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis korelasi berganda. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel bebas dalam model regresi. Asumsi multikolinearitas menyatakan bahwa variabel bebas harus terbebas dari korelasi yang tinggi antar variabel bebas. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu sehingga model regresi yang diperoleh tidak valid.

Hasil uji multikolinearitas yang dilakukan dengan bantuan program SPSS Statistics 20.0 for Windows diketahui bahwa hasil $r_{X_1X_2} = 0,510$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena interkorelasi antar variabel bebas kurang dari 0,600. Dengan demikian analisis regresi ganda dapat dilanjutkan. Hasil uji multikolinearitas secara ringkas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 23. Ringkasan Hasil multikolinearitas

Variabel	X_1	X_2	Kesimpulan
X_1	1	0,557	Tidak terjadi multikolinearitas
X_2	0,557	1	

Sumber: Data Primer yang diolah

D. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana dengan satu prediktor untuk menguji hipotesis pertama dan kedua. Sedangkan untuk menguji hipotesis ketiga digunakan teknik analisis regresi ganda dengan dua prediktor. Kedua teknik analisis ini menggunakan bantuan program SPSS Statistics 20.0 for Windows. Hasil yang diperoleh dari kedua analisis tersebut menguraikan pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu ketelitian pelayanan (X_1) dan kecepatan pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang disajikan pada tabel berikut:

1. Uji Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor. Pengujian hipotesis pertama menggunakan analisis regresi sederhana yang diperoleh dengan perhitungan program SPSS Statistics 20.0 for Windows. Hasil uji hipotesis pertama dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 24. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana ($X_1 - Y$)

Variabel	Harga r			Harga t		Koef.	Konst.	Kesimpulan
	r_{hitung}	r_{tabel}	r^2	t_{hitung}	t_{tabel}			
$X_1 - Y$	0,641	0,1966	.478	9.469	1.984	.802	19.546	Positif dan signifikan

Sumber: Data Primer yang diolah

a. Koefisien Korelasi (r)

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan bantuan program *SPSS Statistics 20.0 for Windows*, menunjukkan bahwa koefisien

korelasi antara X_1 terhadap Y ($rx1y$) sebesar 0,641, karena koefisien korelasi $rx1y$ tersebut bernilai positif, maka ketelitian pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi ketelitian pelayanan maka kepuasan pelanggan juga semakin tinggi.

b. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi ($x1y$) sebesar 0,478 berarti ketelitian pelayanan mampu mempengaruhi perubahan kepuasan pelanggan sebesar 47,8% . Hal ini menunjukkan masih ada 52,2% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain ketelitian pelayanan.

c. Pengujian Signifikansi dengan Uji t

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi ketelitian pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 9.469, jika dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,984 pada taraf signifikansi 5% maka t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Persamaan Garis Regresi

Besarnya harga koefisien ketelitian pelayanan (X_1) sebesar 0,802 dan bilangan konstanta sebesar 19,546. Berdasarkan angka-

angka tersebut, maka dapat disusun persamaan garis regresi satu prediktor sebagai berikut:

$$Y = 0,802 X_1 + 19,546$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien X_1 sebesar 0,802 artinya apabila ketelitian pelayanan (X_1) meningkat 1 poin maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,802.

Berdasarkan perhitungan diketahui r_{hitung} sebesar 0,641 lebih besar dari r_{tabel} 0,1966 sehingga hipotesis pertama diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor.

2. Uji Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikansi kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor. Pengujian hipotesis kedua menggunakan analisis regresi sederhana yang diperoleh dengan perhitungan program *SPSS Statistics 20.0 for Windows*. Hasil uji hipotesis kedua dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 25. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana ($X_2 - Y$)

Variabel	Harga r			Harga t		Koef.	Konst.	Kesimpulan
	r_{hitung}	r_{tabel}	r^2	t_{hitung}	t_{tabel}			
$X_2 - Y$	0,694	0,1966	.482	9.548	1.984	.992	10.003	Positif dan signifikan

Sumber: Data Primer yang diolah

a. Koefisien Korelasi (r)

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS Statistics 20.0 for Windows, menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara X1 terhadap Y ($rx1y$) sebesar 0,694, karena koefisien korelasi $rx2y$ tersebut bernilai positif, maka kecepatan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi nilai kecepatan pelayanan maka kepuasan pelanggan juga semakin tinggi.

b. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi ($x2y$) sebesar 0,482 berarti ketelitian pelayanan mampu mempengaruhi perubahan kepuasan pelanggan sebesar 48,2%. Hal ini menunjukkan masih ada 51,8% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain kecepatan pelayanan.

c. Pengujian Signifikansi dengan Uji t

Pengujian signifikansi bertujuan untuk mengetahui signifikansi kecepatan pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 9,548, jika dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,984 pada taraf signifikansi 5% maka t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Persamaan Garis Regresi

Besarnya harga koefisien kecepatan pelayanan (X2) sebesar 0,992 dan bilangan konstanta sebesar 10,003. Berdasarkan angka angka tersebut, maka dapat disusun persamaan garis regresi satu prediktor sebagai berikut:

$$Y = 0,992 X_1 + 10,003$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien X2 sebesar 0,992 artinya apabila kecepatan pelayanan (X2) meningkat 1 poin maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,992.

Berdasarkan perhitungan diketahui r_{hitung} sebesar 0,694 lebih besar dari r_{tabel} 0,1966 sehingga hipotesis kedua diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor.

3. Uji Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga bahwa ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor. Menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi ganda. Ringkasan hasil analisis regresi ganda dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 26. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Ganda

Variabel	Koef.	Konst.	Harga R dan R ²		Harga F		Kesimpulan
			R	R ²	F _{hitung}	F _{tabel}	
X1	0,548	12,594	0,719	0,517	51,897	1,73	Positif dan signifikan
X2	0,421						

Sumber: Data Primer yang diolah

a. Koefisien Korelasi (R)

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan bantuan program *SPSS Statistics 20.0 for Windows*, menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara X1 dan X2 terhadap Y ($R_{Y(1,2)}$) sebesar 0,719, karena koefisien korelasi $R_{Y(1,2)}$ tersebut bernilai positif, maka ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa jika terdapat peningkatan ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

b. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi ($y(1,2)$) sebesar 0,517, berarti bahwa ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan mampu mempengaruhi 51,7% perubahan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan masih ada 48,3% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan.

c. Pengujian Signifikansi dengan Uji F

Selanjutnya, untuk mengetahui signifikansi pengaruh digunakan uji F. Setelah dilakukan uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 51,897 lebih besar dari F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,73 maka F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor.

d. Persamaan Garis Regresi

Besarnya harga koefisien ketelitian pelayanan (X1) adalah sebesar 0,421 dan kecepatan pelayanan (X2) sebesar 0,548. Berdasarkan angka-angka tersebut, maka dapat disusun persamaan garis regresi dua prediktor sebagai berikut:

$$Y = 0,421 X1 + 0,548 X2 + 12,594$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa jika:

- 1) Nilai koefisien X1 sebesar 0,421 artinya apabila ketelitian pelayanan (X1) meningkat 1 poin, nilai kecepatan pelayanan (X2) tetap maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,421 poin.
- 2) Nilai koefisien X2 sebesar 0,548 artinya apabila kecepatan pelayanan (X2) meningkat 1 poin, nilai ketelitian pelayanan (X1)

tetap maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,548 poin.

Berdasarkan perhitungan maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor.

e. Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE)

Sumbangan relatif dan sumbangan efektif dilakukan untuk mengetahui besar sumbangan relatif dan sumbangan efektif masing-masing variabel bebas. Bahan-bahan perhitungan tersebut diperoleh dari hasil analisis regresi ganda. Berdasarkan perhitungan Sumbangan Relatif (SR) yang dilakukan, ketelitian pelayanan (X1) memberikan sumbangan relatif sebesar 61,48% dan kecepatan pelayanan (X2) memberikan sumbangan relatif sebesar 38,52%. Sedangkan sumbangan efektif ketelitian pelayanan (X1) sebesar 31,78% dan kecepatan pelayanan (X2) sebesar 19,92%. Jumlah total sumbangan efektif adalah 51,70% yang berarti bahwa secara bersama-sama ketelitian pelayanan (X1) dan kecepatan pelayanan (X2) memberikan sumbangan efektif terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 51,70%. Sedangkan 48,30% diberikan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Besar Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE) dapat dilihat pada tabel 27 berikut ini:

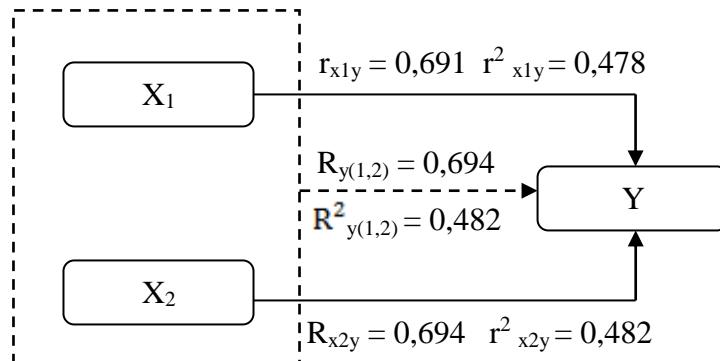
Tabel 27. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

No	Nama Variabel	Sumbangan	
		Relatif	Efektif
1.	Ketelitian Pelayanan	61,48 %	31,78 %
2.	Kecepatan Pelayanan	38,52 %	19,92 %
	Total	100 %	51,70 %

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, menunjukkan keadaan bahwa pelanggan kurang memiliki kepuasan. Pernyataan ini ditunjukkan dengan data kecenderungan variabel kepuasan pelanggan yang menunjukkan bahwa 40% berada pada kategori rendah dan 21% berada pada kategori sangat rendah. Keadaan ini terjadi karena ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan yang kurang baik. Pembahasan berikut akan menjelaskan besaran pengaruh ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor.

Hasil penelitian mengenai pengaruh ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 9. Ringkasan Hasil Penelitian

Keterangan:

- X1 : Variabel Ketelitian pelayanan (X1)
- X2 : Variabel Kecepatan pelayanan (X2)
- Y : Variabel Kepuasan pelanggan (Y)
- : Pengaruh Ketelitian pelayanan (X1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)
- : Pengaruh Kecepatan pelayanan (X2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)
- : Pengaruh Ketelitian pelayanan (X1) dan Kecepatan pelayanan (X2) secara bersama terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

1. Ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara ketelitian pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil analisis dengan menggunakan regresi sederhana diperoleh harga koefisien korelasi (r_{x1y}) sebesar 0,641 dan harga koefisien determinasi ($x1y$) sebesar 0,478. Setelah dilakukan uji t diperoleh harga t_{hitung} sebesar 9,469 dan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yang berarti pengaruh ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah

signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketelitian pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Besarnya sumbangan ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan analisis regresi sederhana yang ditemukan sumbangan efektif sebesar 31,78% dan sumbangan relatif sebesar 61,48%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi ketelitian pelayanan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan siswa. Sebaliknya, semakin rendah ketelitian pelayanan, maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

Hasil pengisian angket responden yang menunjukkan kecenderungan rendah adalah pada butir soal nomor 3 dan 7. Hasil pengisian butir angket untuk nomor 3 dan 7 menunjukkan bahwa responden berpendapat bahwa 44% mekanik AHASS Galur Honda Motor tidak teliti dalam membaca keluhan dari pelanggan serta 37% mekanik AHASS Galur Honda Motor tidak pernah menginformasikan kerusakan lain di luar kerusakan yang disampaikan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ketelitian mekanik AHASS Galur Honda Motor masih rendah yang kemudian membuat responden/pelanggan merasakan pelayanan yang diberikan belum memuaskan.

Berdasarkan paparan di atas, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor maka perlu ditingkatkan pula ketelitian pelayanan dalam hal ini meningkatkan ketelitian pelayanan yang diberikan

terutama oleh mekanik guna meningkatkan kepuasan pelanggan yang datang. Peningkatan ini perlu dilakukan karena ketelitian pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat Suryadi Prawirosentono bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah ketelitian pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau lembaga.

Terbuktinya hipotesis pertama yaitu pengaruh ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor memberikan informasi bahwa 47,8% ketelitian pelayanan dari AHASS Galur Honda Motor mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin tinggi ketelitian pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang akan dimiliki pelanggan. Usaha yang perlu diperhatikan dalam menjaga ketelitian pelayanan adalah mengoptimalkan kejelian dalam mengerjakan suatu pekerjaan terutama dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan, serta mengusahakan untuk mengulang pekerjaan demi mendapatkan hasil yang memuaskan.

2. Apa pengaruh positif dan signifikan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis dengan menggunakan regresi sederhana diperoleh harga koefisien

korelasi (r_{x2y}) sebesar 0,649 dan harga koefisien determinasi ($x2y$) sebesar 0,482. Setelah dilakukan uji t diperoleh harga t_{hitung} sebesar 9,548 dan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yang berarti pengaruh kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kecepatan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Besarnya sumbangan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan analisis regresi sederhana yang ditemukan sumbangan efektif sebesar 19,92% dan sumbangan relatif sebesar 38,52%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik kecepatan pelayanan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya, semakin rendah kecepatan pelayanan, maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

Hasil kecenderungan variabel kecepatan pelayanan menunjukkan pada kategori rendah, karena masih terdapat pelanggan yang berada pada kategori rendah bahkan sangat rendah, yang apabila dijumlahkan skornya lebih besar dari kategori tinggi. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil pengisian angket yang dilakukan oleh responden/pelanggan AHASS Galur Honda Motor. Hasil pengisian angket responden yang menunjukkan kecenderungan rendah adalah pada butir soal nomor 6 dan 7. Hasil pengisian butir angket untuk nomor 6 dan 7 menunjukkan responden

berpendapat bahwa 43% mekanik AHASS Galur Honda Motor kadang-kadang cepat dalam mencocokkan keluhan kerusakan dari pelanggan dengan keadaan nyata kendaraan serta 48% mekanik AHASS Galur Honda Motor tidak pernah cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang *service* ringan. Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan mekanik AHASS Galur Honda Motor dalam mengerjakan pekerjaannya atau memberikan pelayanan kepada pelanggan masih rendah yang kemudian membuat pelanggan merasakan pelayanan yang diberikan belum memuaskan.

Berdasarkan pendapat dari Wilson Bangun yang menyatakan bahwa salah satu yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kecepatan pelayanan. Penelitian yang dilakukan juga menguatkan bahwa kecepatan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kecepatan pelayanan tinggi/kondusif, maka kepuasan pelanggan yang dicapai menjadi optimal. Terbuktinya hipotesis kedua ini memberikan informasi bahwa sebanyak 48,2% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kecepatan pelayanan. Hal-hal yang perlu diperhatikan agar dapat menciptakan kecepatan pelayanan yang kondusif adalah sikap cekatan dari masing-masing mekanik maupun pegawai lain dalam melakukan pekerjaan atau memberikan pelayanan kepada pelanggan.

3. Ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kondisi siswa dan lingkungan belajar secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis dengan menggunakan regresi ganda diperoleh harga koefisien korelasi $R_y(1,2)$ sebesar 0,719 dan harga koefisien determinasi $y(1,2)$ sebesar 0,517. Setelah dilakukan uji F diperoleh harga F_{hitung} sebesar 51,897 dan F_{tabel} sebesar 1,73. Hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Besarnya sumbangan ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan hasil analisis regresi ganda, besarnya sumbangan efektif sebesar 51,70%, sedangkan 48,30% berasal dari variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Terbukti hipotesis ketiga ini dapat memberikan informasi bahwa ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya AHASS Galur Honda Motor. Ketelitian pelayanan yang baik yang diberikan oleh mekanik dan pegawai AHASS Galur Honda Motor akan berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan. Kecepatan pelayanan dari mekanik dan pegawai AHASS Galur Honda Motor dalam memberikan pelayanan yang tinggi dan baik dapat memberikan manfaat bagi AHASS Galur Honda Motor dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Jadi, apabila AHASS Galur Honda Motor memiliki ketelitian dan kecepatan pelayanan yang baik, maka kepuasan pelanggan akan dapat meningkat secara optimal.

Terbuktinya ketiga hipotesis tersebut dapat memberikan informasi bahwa ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor. Oleh sebab itu, ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama harus diperhatikan oleh AHASS Galur Honda Motor untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik tingkat ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan yang dimiliki oleh AHASS Galur Honda Motor, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor yang akan diterima.

F. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya meneliti dua faktor yaitu ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan dari sekian banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga dalam penelitian ini hanya bisa memberikan informasi seberapa besar kedua faktor tersebut berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini tidak bisa diketahui secara rinci.

2. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini hanya digali menggunakan angket untuk pelanggan sehingga data yang diperoleh hanya sebatas kehendak pelanggan.
3. Meskipun terdapat asumsi bahwa dengan digunakan angket/kuesioner sebagai teknik pengumpulan data maka responden diharapkan akan memberikan jawaban sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya, namun kenyataannya hal tersebut sulit untuk dikontrol. Hal tersebut dikarenakan kebanyakan jawaban yang diberikan oleh pelanggan hanya disesuaikan pada kondisi selama pengisian angket/kuesioner saja.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor yaitu sebesar 47,8%. Adanya pengaruh ditunjukkan dengan harga koefisien korelasi ($rx1y$) sebesar 0,641 dan harga koefisien determinasi ($x1y$) sebesar 0,478. Setelah dilakukan uji t diperoleh harga t_{hitung} sebesar 9,469 dan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,984. Sumbangan efektif ketelitian pelayanan (SE) sebesar 31,78%. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yang berarti pengaruh ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Jadi, semakin tinggi ketelitian pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dirasakan pelanggan. Berdasarkan distribusi frekuensi kecenderungan variabel ketelitian pelayanan, ditunjukkan bahwa ketelitian pelayanan yang dimiliki oleh AHASS Galur Honda Motor masuk dalam kategori rendah.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor yaitu sebesar 48,2%. Adanya pengaruh ditunjukkan dengan harga koefisien korelasi ($rx2y$)

sebesar 0,649 dan harga koefisien determinasi (x_2y) sebesar 0,482. Setelah dilakukan uji t diperoleh harga t_{hitung} sebesar 9,548 dan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% sebesar 1,984. Sumbangan efektif (SE) kecepatan pelayanan sebesar 19,92%. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yang berarti pengaruh kecepatan pelayanan terhadap kecepatan adalah signifikan. Jadi, semakin baik kecepatan pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang akan dirasakan. Berdasarkan distribusi frekuensi kecenderungan variabel kecepatan pelayanan, ditunjukkan bahwa kecepatan pelayanan yang dimiliki oleh AHASS Galur Honda Motor masuk dalam kategori rendah.

3. Ada pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor. Adanya pengaruh ditunjukkan dengan harga koefisien korelasi $ry(1,2)$ sebesar 0,719 dan harga koefisien determinasi $y(1,2)$ sebesar 0,517. Setelah dilakukan uji F diperoleh harga F_{hitung} sebesar 51,897 dan F_{tabel} sebesar 1,73. Hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan ketelitian pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh ketelitian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 47,8% dan pengaruh kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 48,2%, sedangkan sumbangan efektif ketelitian

pelayanan dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan sebesar 51,70%. Jadi, semakin tinggi ketelitian pelayanan dan semakin baik kecepatan pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan temuan pada hasil pembahasan dan penelitian maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelanggan
 - a. Pelanggan hendaknya lebih berani dalam mengemukakan pendapatnya mengenai pelayanan yang telah diterimanya dengan cara menyampaikan keluhan tentang pelayanan yang diberikan setiap kali setelah selesai melakukan *service*.
 - b. Pelanggan hendaknya lebih kritis dalam menerima pelayanan agar pelangan dapat mendapatkan pelayanan yang terbaik dari AHASS Galur Honda Motor.
2. Bagi AHASS Galur Honda Motor
 - a. AHASS Galur Honda Motor diharapkan mampu meningkatkan ketelitian pelayanan terutama untuk mekanik setiap kali mengerjakan *service* kendaraan dari pelanggan agar pelangan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh AHASS Galur Honda Motor

- b. AHASS Galur Honda Motor diharapkan pula dapat meningkatkan kecepatan pelayanan, terutama untuk bagian mekanik dalam mengerjakan *service* kendaraan pelanggan agar pelanggan dapat merasakan puas atas pelayanan yang diberikan oleh AHASS Galur Honda Motor.
- c. AHASS Galur Honda Motor hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan seperti dengan mengadakan survey berkala untuk mengetahui tingkat ketelitian dan kecepatan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- d. Segenap karyawan AHASS Galur Honda Motor diharapkan dapat meningkatkan kualitas diri agar pelayanan yang diberikan mendapatkan hasil yang memuaskan bagi pelanggan.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini memberikan informasi bahwa faktor ketelitian dan kecepatan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor. Sumbangan Efektif yang diberikan sebesar 51,70%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh dua variabel yaitu ketelitian dan kecepatan pelayanan namun masih banyak dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu dimungkinkan bagi peneliti lain melakukan penelitian tentang variabel-variabel lain yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya (2010). Kualitas Pelayanan. Diakses dari <http://adityayed.blogspot.in/2010/10/kualitas-pelayanan.html> pada 9 Desember 2015 pukul 09.30 WIB
- Ahmad Batinggi dan Badu Ahmad. 2013. *Manajemen Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Andi Offset
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Djemari Mardapi. (2008). *Teknik Penyusunan Instrumen Tes dan Non Tes*. Yogyakarta: Mitra Cendekia Press.
- Definisi prestasi kerja pegawai. Diakses dari <http://2frameit.blogspot.in/2011/12/definisi-prestasi-kerja-pegawai.html> pada 12 Desember 2015 pukul 12.30 WIB
- Eko Prasojo. 2006. *Kinerja Pelayanan Publik*. Jakarta: Yappika
- Fajar Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset
- _____. 2012. *Pemasaran Strategik* . Yogyakarta: Andi Offset
- Husein Umar. 2007. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- _____. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers
- Hygid Starini. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi di Toko Besi Basuki Jaya Yogyakarta). *Skripsi*: UNY
- Imam Ghazali . 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Edisi ketiga. Semarang: Penerbit UNDIP

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses dari <http://www.kbbi.web.id/cepat.html> pada 7 Desember 2015 pukul 11.00 WIB

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses dari <http://www.kbbi.web.id/teliti.html> pada 8 Desember 2015 pukul 11.00 WIB

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat

_____ and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ketigabelas*. Jakarta: Erlangga

Marihot Manulang. 2002. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press

Muhammad Chairun Natsir. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sistem Pelayanan Satu Pintu (Studi Kasus Sistem Perizinan di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Magelang). *Skripsi*: UNY

Nasution M.N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu : Total Quality Management*. Bogor: Gralia Indonesia

Nina Rahmayanty. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Nurul Zuriah. 2006. *Metodelogi Penelitian Sosial Dan Pendidikan : Teori – Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara

Pengertian pelanggan. Diakses dari www.semuadad.blogspot.in/2014/05/pengertian-pelanggan.html pada tanggal 18 Juni 2015 pukul 11.50 WIB

Pengertian dan contoh teliti. Diakses dari <http://kisahimuslim.blogspot.in/2015/09/pengertian-dan-contoh-teliti.html> pada 12 Desember 2015 pukul 12.00 WIB

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

_____ dan A Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

- Ratminto dan Anik Septi Winarsih. 2007. *Manajemen Pelayanan : Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sampara Lukman. 2004. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: LAN
- Sudjana. (2005). *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV ALFABETA
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV ALFABETA
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Susatyo Herlambang. 2010. *Public Relation and Customer Servis pedoman untuk : sukses melayani, memasarkan, dan menjual*. Yogyakarta: Gosyen Publishing
- Sutrisno Hadi. 2004. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Suwatno dan Donni Juni Priansa. 2011. *Managemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: CV ALFABETA
- Suyadi Prawirosentono. 2008. *Managemen Sumber Daya Manusia Kebijakan Kinerja Karyawan Kiat Membangun Organisasi Kompetitif Era Perdagangan Bebas Dunia Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE
- Tamrin Abdullah dan Franscis Tantri. 2013. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindopersada
- Wilson Bangun. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga

LAMPIRAN

LAMPIRAN

UJI COBA INSTRUMEN PENELITIAN

1. SURAT PENGANTAR
2. ANGKET UJI COBA
3. HASIL UJI COBA
4. UJI VALIDITAS INSTRUMEN
5. UJI HIPOTESIS INSTRUMEN

SURAT PENGANTAR

Galur, 29 Januari 2016

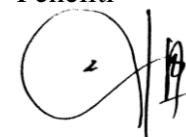
Kepada Yth.
Bapak / Ibu Pelanggan
AHASS 1431 Shinta Motor
Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) di Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta, saya mohon bantuan Bapak / Ibu pelanggan AHASS 1431 Shinta Motor untuk mengisi kuesioner di bawah ini. Kuesioner ini berhubungan dengan ketelitian pelayanan, kecepatan pelayanan, dan kepuasan pelanggan AHASS 1431 Shinta Motor. Informasi yang Bapak/Ibu berikan kepada saya hanya diperlukan untuk uji coba instrumen penelitian semata. Hasil uji coba instrumen penelitian ini merupakan umpan balik yang sangat bermanfaat dalam rangka menguji validitas dan reliabilitas butir-butir soal yang akan digunakan untuk penelitian. Oleh karena itu saya memohon dengan sangat kepada Bapak/Ibu untuk memberikan data yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya dan dijamin kerahasiaannya. Demikianlah, atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu saya ucapan terima kasih.

Hormat saya,

Peneliti



Ririn Kurniawati

NIM. 11402241039

ANGKET PENELITIAN

I. PETUNJUK

1. Sebelum Anda memberikan jawaban terhadap beberapa pernyataan di bawah ini, tuliskan identitas Anda pada tempat yang telah disediakan.
2. Berikan tanda ceklist (✓) pada kotak jawab yang sudah disediakan sesuai dengan keadaan yang Anda alami.
3. Jawablah pernyataan berikut dengan apa adanya

II. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan
Alamat :

III. KETERANGAN PENGISIAN

SL : Selalu
SR : Sering
KD : Kadang-kadang
TP : Tidak Pernah

Pernyataan Ketelitian Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban			
		SL	SR	KD	TP
1	AHASS 1431 Shinta Motor menjadi tujuan pertama <i>service</i> berkala				
2	Setiap kali datang untuk <i>service</i> , bagian administrasi memberikan sapaan yang baik				
3	Bagian administrasi teliti dalam mencatat setiap keluhan pelanggan				
4	Bagian administrasi mengulang keluhan dari pelanggan setiap kali mendaftar				
5	Bagian administrasi menginformasikan kerusakan baru kepada pelanggan				
6	Bagian administrasi teliti dalam menginformasikan besaran biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan				
7	Mekanik AHASS teliti dalam membaca keluhan dari pelanggan				
8	Mekanik AHASS meneliti kesesuaian daftar keluhan pelanggan dengan kerusakan kendaraan				
9	Mekanik AHASS menginformasikan kerusakan lain diluar keluhan yang disampaikan pelanggan				
10	Mekanik AHASS teliti dalam mengerjakan kendaraan pelanggan				
11	Mekanik AHASS teliti ketika mengecek ulang kendaraan yang telah diperbaiki				
12	Mekanik mengembalikan kendaraan kepada bagian administrasi setelah memastikan kendaraan pelanggan telah selesai diperbaiki				
13	Karyawan bagian pencucian AHASS teliti dalam memeriksa barang yang ada di bagasi motor sebelum dicuci				
14	Karyawan bagian pencucian AHASS mempersiapkan peralatan dengan baik				
15	Karyawan bagian pencucian 1431 Shinta Motor Motor teliti dalam membersihkan kendaraan pelanggan				
16	Karyawan bagian pencucian 1431 Shinta Motor memberikan hasil yang memuaskan untuk kendaraan pelanggan yang dicuci				

Pernyataan Tentang Kecepatan Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban			
		SL	SR	KD	TP
1	Pegawai administrasi AHASS cepat dalam mencatat setiap keluhan pelanggan				
2	Pegawai administrasi AHASS cepat dalam menanggapi keluhan yang datang dari pelanggan				
3	Pegawai administrasi AHASS cekatan dalam menginformasikan kembali keluhan dari pelanggan				
4	Pegawai administrasi AHASS cekatan membantu mekanik dalam menginformasikan kondisi kendaraan pelanggan				
5	Pegawai administrasi AHASS cekatan dalam menginformasikan besaran biaya yang harus dikeluarkan oleh pelanggan				
6	Mekanik AHASS cepat dalam membaca keluhan kerusakan dari kendaraan pelanggan				
7	Mekanik AHASS cepat dalam mencocokkan keluhan kerusakan dari pelanggan dengan keadaan nyata kendaraan				
8	Mekanik AHASS cekatan dalam menginformasikan kerusakan lain di luar kerusakan yang dikeluhkan pelanggan				
9	Mekanik AHASS cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang <i>service</i> ringan				
10	Mekanik AHASS cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang <i>service</i> berat				
11	Mekanik AHASS cepat dalam memeriksa kembali kendaraan pelanggan yang <i>service</i> ringan				
12	Mekanik AHASS cepat dalam memeriksa kembali kendaraan pelanggan yang <i>service</i> berat				
13	Mekanik AHASS cekatan mengembalikan kendaraan yang telah selesai <i>service</i> kepada bagian administrasi				
14	Karyawan bagian pencucian AHASS cekatan dalam memeriksa bagasi kendaraan yang dicuci				
15	Karyawan bagian pencucian AHASS cekatan dalam mempersiapkan peralatan untuk mencuci kendaraan pelanggan				
16	Karyawan bagian pencucian AHASS cekatan dalam mencuci kendaraan pelanggan				
17	Karyawan bagian pencucian AHASS memerlukan waktu yang relatif cepat untuk sekali mencuci kendaraanya				

Pernyataan Tentang Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Jawaban			
		SL	SR	KD	TP
1	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan AHASS 1431 Shinta Motor				
2	Pelayanan yang diberikan AHASS 1431 Shinta Motor sesuai dengan prinsip pelayanan yang semestinya				
3	Pelayanan yang diberikan AHASS 1431 Shinta Motor sesuai dengan keinginan pelanggan				
4	Pelayanan yang diberikan AHASS 1431 Shinta Motormelebihi harapan pelanggan				
5	Pelayanan yang diberikan AHASS 1431 Shinta Motor sesuai dengan permintaan pelanggan				
6	Pelayanan AHASS 1431 Shinta Motor sudah ditetapkan dan diberikan sesuai jadwal pelayanan				
7	AHASS 1431 Shinta Motor menyediakan fasilitas-fasilitas pelayanan memadai sehingga tercipta pelayanan yang memuaskan				
8	Karyawan AHASS 1431 Shinta Motor memberikan perhatian yang cukup kepada pelanggan				
9	Kinerja pelayanan dari AHASS 1431 Shinta Motoryang diterima oleh pelanggan sangat baik				
10	Karyawan AHASS 1431 Shinta Motor ramah kepada pelanggan yang datang				
11	Karyawan AHASS 1431 Shinta Motor mampu memberikan informasi yang diperlukan pelanggan dengan cepat				
12	Kinerja pelayanan di AHASS 1431 Shinta Motor secara keseluruhan sangat baik				
13	Karyawan di AHASS 1431 Shinta Motor memiliki pengetahuan yang luas tentang <i>sparepart</i> atau onderdil lain yang dibutuhkan oleh pelanggan				
14	Kinerja pelayanan dari AHASS 1431 Shinta Motor mengutamakan kepuasan pelanggan yang datang untuk <i>service</i>				
15	Karyawan AHASS 1431 Shinta Motor cekatan dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan				

TERIMA KASIH ©

SKOR HASIL UJI COBA ANGKET KETELITIAN PELAYANAN

No. Resp.	Nomor Butir Angket																Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	4	4	4	3	2	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2	56
2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	60
3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	3	3	3	50
4	2	4	4	2	2	2	2	3	2	4	4	4	4	3	2	2	46
5	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	46
6	2	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	2	2	51
7	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
8	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	56
9	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
10	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	60
11	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	59
12	4	4	3	3	1	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	54
13	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	57
14	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	48
15	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	50
16	4	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	49
17	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	57
18	2	3	4	2	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	53
19	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	59

No. Resp.	Nomor Butir Angket															Skor Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
20	3	3	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	52
21	3	2	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	46
22	2	1	1	1	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	40
23	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	59
24	4	4	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	49
25	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	59
26	4	4	4	4	2	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	57
27	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	51
28	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	62
29	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
30	4	4	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	57
Σ	102	106	100	87	83	100	107	113	102	106	106	111	102	103	101	98	1627

SKOR HASIL UJI COBA ANGKET KECEPATAN PELAYANAN

No. Resp.	Nomor Butir Angket																	Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	4	3	4	3	3	4	4	1	2	2	3	3	3	3	4	3	4	53
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	66
3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	48
4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	2	4	3	2	3	2	47
5	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	4	3	3	2	3	2	3	46
6	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	2	2	1	52
7	4	4	4	1	4	4	3	1	4	4	4	4	4	3	3	4	3	58
8	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	60
9	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	57
10	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	58
11	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	63
12	4	3	4	2	4	4	4	2	3	4	4	3	4	3	3	2	2	55
13	4	4	4	1	3	4	4	3	3	4	3	4	2	2	4	4	4	57
14	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	54
15	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	2	49
16	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	58
17	3	4	4	2	4	4	4	1	3	3	4	3	4	4	3	3	3	56
18	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	61

No. Resp.	Nomor Butir Angket																	Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
19	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	2	3	4	4	61
20	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3	4	2	4	4	4	56
21	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	49
22	1	2	1	1	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	41
23	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
24	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	44
25	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	3	1	3	3	4	4	58
26	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	3	2	3	4	4	2	2	54
27	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	57
28	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2	4	4	4	61
29	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	64
30	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	4	4	4	61
Σ	109	102	108	75	103	107	108	81	105	95	104	99	99	89	96	97	91	1668

SKOR HASIL UJI COBA ANGKET KEPUASAN PELANGGAN

No. Resp.	Nomor Butir Angket															Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	2	4	3	2	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	47
2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	52
3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	42
4	2	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	42
5	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	42
6	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	51
7	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	55
8	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	52
9	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	55
10	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	54
11	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	52
12	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	52
13	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	57
14	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	46
15	4	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	48
16	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	53
17	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	55
18	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	52
19	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	4	53

No. Resp.	Nomor Butir Angket															Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
20	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	54
21	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	49
22	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	40
23	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	58
24	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	50
25	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	50
26	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
27	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	52
28	2	3	2	3	2	2	3	1	2	2	2	3	2	1	4	34
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	59
30	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	53
Σ	101	106	105	90	101	102	100	101	103	93	102	100	102	106	106	1518

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KETELITIAN PELAYANAN

Correlations

		Skor_total	rtablel	Keterangan
Butir_1	Pearson Correlation	.670**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_2	Pearson Correlation	.728**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_3	Pearson Correlation	.590**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.001		
	N	30		
Butir_4	Pearson Correlation	.711**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_5	Pearson Correlation	.203*	0.361	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	.203		
	N	30		
Butir_6	Pearson Correlation	.484**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.007		
	N	30		
Butir_7	Pearson Correlation	.388*	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.034		
	N	30		
Butir_8	Pearson Correlation	.355	0.361	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	.054		
	N	30		
Butir_9	Pearson Correlation	.411*	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.024		
	N	30		
Butir_10	Pearson Correlation	.357	0.361	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	.053		
	N	30		
Butir_11	Pearson Correlation	.485**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.007		

	N	30		
Butir_12	Pearson Correlation	.157	0.361	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	.408		
	N	30		
Butir_13	Pearson Correlation	.443 **	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.013		
	N	30		
Butir_14	Pearson Correlation	.701 **	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_15	Pearson Correlation	.680 **	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_16	Pearson Correlation	.516 **	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.004		
	N	30		

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI REABILITAS VARIABEL KETELITIAN PELAYANAN

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	16

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KECEPATAN PELAYANAN

Correlations

		Skor_Total	r _{tabel}	Keterangan
Butir_1	Pearson Correlation	.594**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.001		
	N	30		
Butir_2	Pearson Correlation	.632**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_3	Pearson Correlation	.755**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_4	Pearson Correlation	.280**	0.361	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	.134		
	N	30		
Butir_5	Pearson Correlation	.535**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.002		
	N	30		
Butir_6	Pearson Correlation	.573**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.001		
	N	30		
Butir_7	Pearson Correlation	.594**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.001		
	N	30		
Butir_8	Pearson Correlation	.238*	0.361	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	.206		
	N	30		
Butir_9	Pearson Correlation	.497**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.005		
	N	30		
Butir_10	Pearson Correlation	.564**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.001		
	N	30		
Butir_11	Pearson Correlation	.588**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.001		

	N	30	
Butir_12	Pearson Correlation	.473*	0.361
	Sig. (2-tailed)	.08	
	N	30	
Butir_13	Pearson Correlation	.314*	0.361
	Sig. (2-tailed)	.091	
	N	30	
Butir_14	Pearson Correlation	.119**	0.361
	Sig. (2-tailed)	.532	
	N	30	
Butir_15	Pearson Correlation	.736**	0.361
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	
Butir_16	Pearson Correlation	.688**	0.361
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	
Butir_17	Pearson Correlation	.709**	0.361
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI REABILITAS VARIABEL KECEPATAN PELAYANAN

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	17

HASIL UJI VALIDITAS KEPUASAN PELANGGAN

Correlations

		Skor_total	r _{tabel}	Keterangan
Butir_1	Pearson Correlation	.659**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_2	Pearson Correlation	.639**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_3	Pearson Correlation	.671**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_4	Pearson Correlation	.598**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.001		
	N	30		
Butir_5	Pearson Correlation	.698**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_6	Pearson Correlation	.627**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_7	Pearson Correlation	.514	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.004		
	N	30		
Butir_8	Pearson Correlation	.716**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.004		
	N	30		
Butir_9	Pearson Correlation	.649**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_10	Pearson Correlation	.214**	0.361	Tidak Valid
	Sig. (2-tailed)	.256		
	N	30		
Butir_11	Pearson Correlation	.627**	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		

	N	30		
Butir_12	Pearson Correlation	.514 **	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.004		
	N	30		
Butir_13	Pearson Correlation	.668 **	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_14	Pearson Correlation	.634 **	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	30		
Butir_15	Pearson Correlation	.461 *	0.361	Valid
	Sig. (2-tailed)	.010		
	N	30		

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI REABILITAS VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	15

LAMPIRAN 2

DATA HASIL PENELITIAN

1. Surat Pengantar Penelitian untuk Pelanggan
2. Angket Penelitian
3. Hasil Penelitian
4. Tabulasi Data Pelanggan
5. Penghitungan Kecenderungan Variabel
6. Distribusi Frekuensi
7. Hasil Uji Prasyarat Analisis
8. Hasil Uji Hipotesis
9. Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif

SURAT PENGANTAR

Galur, 29 Januari 2016

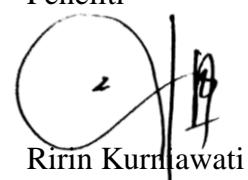
Kepada Yth.
Bapak / Ibu Pelanggan
AHASS Galur Honda Motor
Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) di Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta, saya mohon bantuan Bapak / Ibu pelanggan AHASS Galur Honda Motor untuk mengisi kuesioner di bawah ini. Kuesioner ini berhubungan dengan ketelitian pelayanan, kecepatan pelayanan, dan kepuasan pelanggan AHASS Galur Honda Motor . Informasi yang Bapak/Ibu berikan kepada saya hanya diperlukan untuk uji coba instrumen penelitian semata. Hasil uji coba instrumen penelitian ini merupakan umpan balik yang sangat bermanfaat dalam rangka menguji validitas dan reliabilitas butir-butir soal yang akan digunakan untuk penelitian. Oleh karena itu saya memohon dengan sangat kepada Bapak/Ibu untuk memberikan data yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya dan dijamin kerahasiaannya. Demikianlah, atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Peneliti



Ririn Kurniawati

NIM. 11402241039

ANGKET PENELITIAN

I. PETUNJUK

1. Sebelum Anda memberikan jawaban terhadap beberapa pernyataan di bawah ini, tuliskan identitas Anda pada tempat yang telah disediakan.
2. Berikan tanda ceklist (✓) pada kotak jawab yang sudah disediakan sesuai dengan keadaan yang Anda alami.
3. Jawablah pernyataan berikut dengan apa adanya

II. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan
Alamat :

III. KETERANGAN PENGISIAN

SL : Selalu
SR : Sering
KD : Kadang-kadang
TP : Tidak Pernah

Pernyataan Ketelitian Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban			
		SL	SR	KD	TP
1	AHASS Galur Honda Motor menjadi tujuan pertama <i>service</i> berkala				
2	Setiap kali datang untuk <i>service</i> , bagian administrasi memberikan sapaan yang baik				
3	Bagian administrasi teliti dalam mencatat setiap keluhan pelanggan				
4	Bagian administrasi mengulang keluhan dari pelanggan setiap kali mendaftar				
5	Bagian administrasi teliti dalam menginformasikan besaran biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan				
6	Mekanik AHASS teliti dalam membaca keluhan dari pelanggan				
7	Mekanik AHASS menginformasikan kerusakan lain diluar keluhan yang disampaikan pelanggan				
8	Mekanik AHASS teliti ketika mengecek ulang kendaraan yang telah diperbaiki				
9	Karyawan bagian pencucian AHASS teliti dalam memeriksa barang yang ada di bagasi motor sebelum dicuci				
10	Karyawan bagian pencucian AHASS mempersiapkan peralatan dengan baik				
11	Karyawan bagian pencucian AHASS Galur Honda Motor teliti dalam membersihkan kendaraan pelanggan				
12	Karyawan bagian pencucian AHASS Galur Honda Motor memberikan hasil yang memuaskan untuk kendaraan pelanggan yang dicuci				

Pernyataan Tentang Kecepatan Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban			
		SL	SR	KD	TP
1	Pegawai administrasi AHASS cepat dalam mencatat setiap keluhan pelanggan				
2	Pegawai administrasi AHASS cepat dalam menanggapi keluhan yang datang dari pelanggan				
3	Pegawai administrasi AHASS cekatan dalam menginformasikan kembali keluhan dari pelanggan				
4	Pegawai administrasi AHASS cekatan dalam menginformasikan besaran biaya yang harus dikeluarkan oleh pelanggan				
5	Mekanik AHASS cepat dalam membaca keluhan kerusakan dari kendaraan pelanggan				
6	Mekanik AHASS cepat dalam mencocokkan keluhan kerusakan dari pelanggan dengan keadaan nyata kendaraan				
7	Mekanik AHASS cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang <i>service</i> ringan				
8	Mekanik AHASS cekatan dalam mengerjakan kendaraan yang <i>service</i> berat				
9	Mekanik AHASS cepat dalam memeriksa kembali kendaraan pelanggan yang <i>service</i> ringan				
10	Mekanik AHASS cepat dalam memeriksa kembali kendaraan pelanggan yang <i>service</i> berat				
11	Karyawan bagian pencucian AHASS cekatan dalam mempersiapkan peralatan untuk mencuci kendaraan pelanggan				
12	Karyawan bagian pencucian AHASS cekatan dalam mencuci kendaraan pelanggan				
13	Karyawan bagian pencucian AHASS memerlukan waktu yang relatif cepat untuk sekali mencuci kendaraanya				

Pernyataan Tentang Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Jawaban			
		SL	SR	KD	TP
1	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan AHASS Galur Honda Motor				
2	Pelayanan yang diberikan AHASS Galur Honda Motor sesuai dengan prinsip pelayanan yang semestinya				
3	Pelayanan yang diberikan AHASS Galur Honda Motor sesuai dengan keinginan pelanggan				
4	Pelayanan yang diberikan AHASS Galur Honda Motor melebihi harapan pelanggan				
5	Pelayanan yang diberikan AHASS Galur Honda Motor sesuai dengan permintaan pelanggan				
6	Pelayanan AHASS Galur Honda Motor sudah ditetapkan dan diberikan sesuai jadwal pelayanan				
7	AHASS Galur Honda Motor menyediakan fasilitas-fasilitas pelayanan memadai sehingga tercipta pelayanan yang memuaskan				
8	Karyawan AHASS 1431 Shinta Motormemberikan perhatian yang cukup kepada pelanggan				
9	Kinerja pelayanan dari AHASS Galur Honda Motor yang diterima oleh pelanggan sangat baik				
10	Karyawan AHASS Galur Honda Motor mampu memberikan informasi yang diperlukan pelanggan dengan cepat				
11	Kinerja pelayanan di AHASS Galur Honda Motor secara keseluruhan sangat baik				
12	Karyawan di AHASS Galur Honda Motor memiliki pengetahuan yang luas tentang <i>sparepart</i> atau onderdil lain yang dibutuhkan oleh pelanggan				
13	Kinerja pelayanan dari AHASS Galur Honda Motor mengutamakan kepuasan pelanggan yang datang untuk <i>service</i>				
14	Karyawan AHASS Galur Honda Motor cekatan dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan				

TERIMA KASIH ☺

INSTRUMEN PENELITIAN KETELITIAN PELAYANAN

NO	Nomor Butir Soal												Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	3	4	3	2	1	2	1	1	2	2	2	27
2	2	3	3	2	2	1	3	3	3	2	2	2	28
3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	3	1	1	28
4	3	3	2	2	1	2	1	2	3	3	3	3	28
5	2	2	2	3	3	2	2	1	2	3	2	1	25
6	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	34
7	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	3	3	23
8	4	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	2	33
9	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	24
10	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
11	4	3	3	3	2	2	2	4	2	4	4	2	35
12	3	2	3	2	2	1	3	3	2	1	2	1	25
13	4	3	2	1	1	2	2	3	3	3	2	2	28
14	3	3	2	1	3	1	2	3	2	1	2	1	24
15	3	3	2	2	2	1	1	3	3	2	1	2	25
16	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	26
17	3	3	3	2	2	2	1	1	2	3	3	3	28
18	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	1	2	26
19	3	3	4	4	1	1	2	3	3	1	3	3	31

NO	Nomor Butir Soal												Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
20	3	3	2	2	3	3	1	2	1	2	2	2	26
21	2	3	3	3	2	2	1	1	3	1	3	3	27
22	3	2	3	2	1	1	3	2	2	1	2	2	24
23	4	3	3	2	2	1	2	1	3	3	3	3	30
24	3	2	3	3	3	1	1	1	3	3	2	1	26
25	2	3	2	3	3	1	1	2	2	2	2	2	25
26	2	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	23
27	2	4	3	4	2	2	3	2	3	3	3	2	33
28	3	2	3	2	3	2	1	2	2	1	2	3	26
29	3	2	3	3	1	2	2	1	2	3	2	1	25
30	1	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	1	20
31	3	3	3	1	2	1	2	1	3	3	3	1	26
32	2	3	1	3	1	1	2	2	2	2	3	1	23
33	3	3	2	2	3	2	1	1	2	3	1	2	25
34	4	3	3	3	2	1	1	2	3	3	2	1	28
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
36	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	31
37	3	2	3	2	2	1	3	1	2	2	1	3	25
38	2	3	3	2	3	1	1	3	3	2	2	2	27
39	3	3	2	1	1	2	1	2	3	3	2	1	24
40	1	3	3	1	2	2	3	3	2	2	3	3	28
41	3	4	3	1	1	3	1	3	2	3	2	3	29

NO	Nomor Butir Soal												Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
42	4	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	37
43	2	3	2	3	3	2	3	1	3	4	2	3	31
44	1	3	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	22
45	3	2	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	29
46	2	3	3	3	2	2	2	1	2	1	3	3	27
47	2	3	1	1	3	1	2	2	1	1	2	2	21
48	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	32
49	2	3	2	3	3	2	1	3	3	2	2	1	27
50	3	3	2	2	1	1	3	1	2	2	3	3	26
51	4	3	4	4	3	3	3	1	1	3	4	3	36
52	2	4	3	2	1	2	2	2	3	4	3	3	31
53	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	32
54	2	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	26
55	3	3	3	1	2	1	1	1	2	2	2	2	23
56	4	3	3	3	2	3	1	3	2	2	1	2	29
57	3	2	3	3	2	1	1	2	2	2	3	3	27
58	2	3	3	1	3	3	3	3	3	1	2	2	29
59	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	33
60	1	3	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	22
61	3	4	4	2	3	2	1	2	3	3	2	2	31
62	2	3	3	1	1	3	1	3	3	2	2	1	25
63	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	22

NO	Nomor Butir Soal												Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
64	2	3	2	3	1	1	2	3	3	3	2	2	27
65	2	3	3	3	1	3	1	2	3	2	3	3	29
66	3	3	3	2	1	2	1	2	2	3	2	3	27
67	3	3	2	3	2	1	1	1	2	2	3	3	26
68	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	32
69	3	3	3	2	2	1	1	2	2	3	3	2	27
70	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
71	2	3	2	3	2	1	2	3	3	3	3	2	29
72	2	3	2	3	1	1	2	3	3	2	2	1	25
73	2	3	3	4	2	2	1	2	2	2	2	1	26
74	2	3	3	3	1	2	1	1	3	3	2	2	26
75	3	3	3	2	1	1	2	2	2	2	3	3	27
76	2	3	3	1	2	1	3	2	1	2	3	1	24
77	3	2	3	3	3	2	2	1	1	2	2	1	25
78	4	3	3	3	2	2	1	1	3	3	2	1	28
79	2	2	3	3	3	1	1	1	2	2	3	2	25
80	2	3	3	2	3	1	1	2	3	2	2	2	26
81	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	19
82	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	29
83	2	1	3	3	1	1	3	2	2	2	3	3	26
84	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	20
85	3	3	3	3	1	2	3	1	3	2	3	2	29

NO	Nomor Butir Soal												Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
86	2	3	3	1	2	2	1	2	1	3	4	3	27
87	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	34
88	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	22
89	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	3	25
90	3	2	3	3	1	1	3	2	3	2	2	3	28
91	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	1	1	25
92	2	2	1	2	3	1	2	1	3	3	2	2	24
93	3	2	3	1	3	1	2	1	2	2	3	3	26
94	1	2	3	3	1	1	3	3	2	3	2	3	27
95	3	3	2	3	1	2	1	2	1	3	3	2	26
96	2	3	3	2	2	3	3	3	3	1	1	2	28
97	3	3	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3	30
98	2	3	2	2	1	1	3	3	1	2	2	2	24
99	2	3	1	2	3	2	1	1	2	3	2	1	23
100	2	3	2	3	1	3	2	3	1	2	1	1	24
Σ	257	278	260	232	202	175	190	210	227	234	235	217	2717

INSTRUMEN PENELITIAN KECEPATAN PELAYANAN

NO	Nomor Butir Soal													Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	2	3	2	3	3	2	1	2	3	2	3	2	3	31
2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	34
3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2	4	2	35
4	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	37
5	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	31
6	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	37
7	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	3	2	28
8	4	3	3	2	3	3	1	4	3	3	2	3	2	36
9	3	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	3	2	28
10	4	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	3	3	35
11	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	41
12	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	31
13	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	2	3	3	33
14	2	3	2	2	3	1	2	3	2	2	1	3	3	29
15	3	2	3	3	2	1	1	2	3	3	2	3	3	31
16	3	3	2	3	1	2	1	3	3	3	3	2	3	32
17	4	3	3	3	3	2	1	1	2	3	3	2	3	33
18	4	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	31
19	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	34

NO	Nomor Butir Soal													Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
20	3	3	3	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	30
21	2	3	3	3	2	2	1	1	3	2	3	3	3	31
22	3	2	3	2	2	1	2	2	1	2	3	3	2	28
23	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	33
24	4	3	3	2	3	1	1	2	3	3	2	2	2	31
25	3	3	2	3	3	1	1	3	3	2	2	2	2	30
26	2	3	2	2	1	3	1	2	1	2	3	3	3	28
27	4	4	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	1	37
28	3	2	2	3	3	2	1	2	3	2	3	2	3	31
29	3	2	2	3	3	2	1	1	3	3	3	2	2	30
30	2	3	3	2	2	1	1	2	1	3	3	2	2	27
31	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	2	2	31
32	2	3	3	2	2	2	2	1	1	3	3	3	3	30
33	3	3	3	2	2	2	1	1	2	3	2	3	3	30
34	4	3	2	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	34
35	4	3	4	3	3	2	1	1	2	3	3	3	3	35
36	3	4	4	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	37
37	3	2	3	3	2	1	3	1	2	2	3	2	3	30
38	4	2	3	2	3	3	1	2	3	2	3	3	2	33
39	4	3	3	2	1	2	2	1	1	2	3	2	2	28
40	4	3	3	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	34
41	4	3	3	3	1	3	1	2	2	3	3	2	3	33

NO	Nomor Butir Soal													Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
42	4	3	3	3	2	2	1	3	3	2	2	3	3	34
43	3	3	2	3	3	2	2	1	3	3	3	3	2	33
44	3	3	3	1	2	3	2	2	1	2	2	3	2	29
45	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	3	2	3	33
46	2	3	3	3	3	2	1	1	2	3	3	2	2	30
47	3	3	2	2	3	2	2	2	1	1	3	2	2	28
48	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	4	2	35
49	3	3	2	2	1	2	1	2	3	3	2	3	3	30
50	4	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	3	31
51	4	3	4	3	3	3	3	1	1	3	3	2	2	35
52	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	36
53	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	35
54	2	3	3	3	3	1	1	2	2	2	3	2	3	30
55	3	3	3	1	2	2	1	1	2	3	3	2	2	28
56	3	3	2	3	3	2	1	1	2	2	3	3	2	30
57	3	2	3	3	3	1	1	2	3	3	3	2	2	31
58	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	33
59	3	4	4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	4	38
60	1	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	26
61	3	4	4	1	3	2	1	4	3	3	2	3	3	36
62	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	1	3	2	31
63	2	2	2	1	1	3	2	1	2	2	2	3	3	26

NO	Nomor Butir Soal													Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
64	3	3	2	3	1	1	2	2	3	3	2	3	3	31
65	2	3	3	2	1	3	1	3	3	2	3	3	3	32
66	3	2	3	1	1	2	1	3	3	3	3	3	2	30
67	3	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	2	31
68	4	3	3	1	2	3	1	2	2	3	3	4	4	35
69	2	3	3	3	2	1	1	3	3	3	2	3	2	31
70	4	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	35
71	4	3	4	2	2	1	2	3	1	2	2	4	4	34
72	2	4	4	3	2	1	2	3	3	3	1	2	2	32
73	3	3	3	1	2	2	1	2	2	3	3	2	2	29
74	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	30
75	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	3	3	3	31
76	2	3	3	3	2	1	1	2	1	2	2	2	2	26
77	3	2	3	3	3	2	2	1	1	2	2	3	4	31
78	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	32
79	3	2	3	3	3	1	1	3	2	2	2	3	3	31
80	3	2	3	2	3	1	1	3	3	2	2	2	3	30
81	3	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	26
82	3	3	2	2	3	3	2	1	2	3	3	3	3	33
83	3	2	3	3	1	1	2	2	2	3	3	3	3	31
84	3	3	3	3	1	2	1	3	2	3	3	2	2	31
85	4	4	3	2	1	2	3	1	3	2	2	4	3	34

NO	Nomor Butir Soal													Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
86	4	3	3	3	2	2	1	2	1	3	3	2	2	31
87	4	3	4	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	37
88	3	3	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	24
89	2	3	4	2	3	3	1	3	2	2	2	2	2	31
90	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	33
91	3	2	3	3	2	1	1	3	2	2	3	2	2	29
92	2	3	3	3	3	1	2	1	3	3	2	2	3	31
93	3	2	3	2	2	1	3	3	2	3	3	2	1	30
94	3	2	3	2	1	1	3	3	2	3	3	3	3	32
95	3	3	2	3	3	2	1	3	1	3	2	2	2	30
96	3	2	3	3	2	1	1	3	3	2	3	3	4	33
97	3	3	2	3	3	3	2	1	2	2	2	4	3	33
98	3	2	3	2	1	1	2	3	2	2	3	2	2	28
99	2	3	2	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3	27
100	3	2	3	3	1	3	2	3	1	2	2	2	1	28
Σ	300	287	279	246	227	195	167	209	225	252	255	262	255	3159

INSTRUMEN PENELITIAN KEPUASAN PELANGGAN

NO	Nomor Butir Soal														Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	2	40
2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	46
5	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	39
6	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	46
7	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	30
8	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	47
9	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	51
10	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	48
11	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	49
12	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	37
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
14	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	37
15	3	2	3	2	3	3	3	3	2	4	4	3	2	3	40
16	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	40
17	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	45
18	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
19	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2	45

NO	Nomor Butir Soal														Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
20	4	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	39
21	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	40
22	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	37
23	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
24	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	41
25	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	38
26	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	36
27	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	47
28	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	40
29	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	41
30	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	38
31	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	36
32	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	41
33	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	40
34	3	3	4	3	2	3	4	3	4	2	3	3	3	2	42
35	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	47
36	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	54
37	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	41
38	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	40
39	4	3	2	1	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	36
40	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	46
41	3	4	2	4	4	3	3	2	3	4	3	2	4	2	43

NO	Nomor Butir Soal														Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
42	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	42	
43	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	45
44	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	36
45	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	42
46	4	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	2	41
47	4	4	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	1	36
48	4	4	2	3	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	47
49	3	4	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	39
50	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	41
51	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
52	3	4	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	2	43
53	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	52
54	4	3	2	2	2	3	3	3	2	3	4	4	3	2	40
55	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	37
56	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	38
57	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	41
58	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	2	42
59	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	46
60	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	39
61	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	41
62	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	40
63	2	2	3	3	3	1	1	2	3	3	3	2	2	3	33

NO	Nomor Butir Soal														Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
86	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	39
87	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	46
88	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	35
89	4	4	1	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	1	41
90	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	45
91	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	40
92	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	41
93	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	41
94	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	38
95	3	4	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	41
96	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	43
97	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	42
98	2	3	2	3	3	1	1	2	2	3	3	2	2	2	31
99	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	2	3	2	35
100	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	39
Σ	339	314	261	296	295	284	285	288	285	307	306	317	305	252	4134

TABULASI DATA RESPONDEN

No. Responden	Ketelitian Pelayanan (X1)	Kecepatan Pelayanan (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
1	27	31	40
2	28	34	44
3	28	35	42
4	28	37	46
5	25	31	39
6	34	37	46
7	23	28	30
8	33	36	47
9	24	28	51
10	34	35	48
11	35	41	49
12	25	31	37
13	28	33	42
14	24	29	37
15	25	31	40
16	26	32	40
17	28	33	45
18	26	31	41
19	31	34	45
20	26	30	39
21	27	31	40
22	24	28	37
23	30	33	43
24	26	31	41
25	25	30	38
26	23	28	36
27	33	37	47
28	26	31	40
29	25	30	41
30	20	27	38
31	26	31	36
32	23	30	41
33	25	30	40
34	28	34	42
35	36	35	47
36	31	37	54
37	25	30	41
38	27	33	40

No. Responden	Ketelitian Pelayanan (X1)	Kecepatan Pelayanan (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
39	24	28	36
40	28	34	46
41	29	33	43
42	37	34	42
43	31	33	45
44	22	29	36
45	29	33	42
46	27	30	41
47	21	28	36
48	32	35	47
49	27	30	39
50	26	31	41
51	36	35	46
52	31	36	43
53	32	35	52
54	26	30	40
55	23	28	37
56	29	30	38
57	27	31	41
58	29	33	42
59	33	38	46
60	22	26	39
61	31	36	41
62	25	31	40
63	22	26	33
64	27	31	38
65	29	32	45
66	27	30	39
67	26	31	40
68	32	35	48
69	27	31	41
70	35	35	47
71	29	34	48
72	25	32	38
73	26	29	40
74	26	30	39
75	27	31	42
76	24	26	50
77	25	31	40
78	28	32	43
79	25	31	34

No. Responden	Ketelitian Pelayanan (X1)	Kecepatan Pelayanan (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
80	26	30	43
81	19	26	36
82	29	33	42
83	26	31	39
84	20	31	40
85	29	34	43
86	27	31	39
87	34	37	46
88	22	24	35
89	25	31	41
90	28	33	45
91	25	29	40
92	24	31	41
93	26	30	41
94	27	32	38
95	26	30	41
96	28	33	43
97	30	33	42
98	24	28	31
99	23	27	35
100	24	28	39
Σ	2717	3159	4134

PERHITUNGAN KECENDERUNGAN VARIABEL PENELITIAN

1. Variabel Kepuasan Pelanggan

Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 M_i &= \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{2} (54+30) \\
 &= \frac{1}{2} (84) \\
 &= 42
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 SD_i &= \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{6} (54 - 30) \\
 &= \frac{1}{6} (24) \\
 &= 4
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Kelompok sangat tinggi} &= X \geq (M_i + 1.SD_i) \\
 &= X \geq (42+4) \\
 &= X \geq 46
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Kelompok tinggi} &= M_i \leq X < (M_i + 1.SD_i) \\
 &= 42 \leq X < (42+4) \\
 &= 42 \leq X < 46
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Kelompok rendah} &= (M_i - 1.SD_i) \leq X < M_i \\
 &= (42 - 4) \leq X < 42 \\
 &= 38 \leq X < 42
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Kelompok sangat rendah} &= X < (M_i - 1.SD_i) \\
 &= X < (42 - 4) \\
 &= X < 38
 \end{aligned}$$

2. Variabel Ketelitian Pelayanan

Mean ideal (Mi) dan Standar Deviasi ideal (SDi) diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Mi &= \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{2} (37 + 19) \\
 &= \frac{1}{2} (56) \\
 &= 28
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 SDi &= \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}) \\
 &= \frac{1}{6} (37 - 19) \\
 &= \frac{1}{6} (18) \\
 &= 3
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Kelompok sangat tinggi} &= X \geq (Mi + 1.SDi) \\
 &= X \geq (28 + 3) \\
 &= X \geq 31
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Kelompok tinggi} &= Mi \leq X < (Mi + 1.SDi) \\
 &= 28 \leq X < (28 + 3) \\
 &= 28 \leq X < 31
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Kelompok rendah} &= (Mi - 1.SDi) \leq X < Mi \\
 &= (28 - 3) \leq X < 28 \\
 &= 25 \leq X < 28
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Kelompok sangat rendah} &= X < (Mi - 1.SDi) \\
 &= X < (28 - 3) \\
 &= X < 25
 \end{aligned}$$

3. Variabel Kecepatan Pelayanan

Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} M_i &= \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah}) \\ &= \frac{1}{2} (41 + 24) \\ &= \frac{1}{2} (65) \\ &= 32,5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} SD_i &= \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}) \\ &= \frac{1}{6} (41 - 24) \\ &= \frac{1}{6} (17) \\ &= 2,83 \text{ dibulatkan menjadi } 3 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kelompok sangat tinggi} &= X \geq (M_i + 1.SD_i) \\ &= X \geq (32,5 + 3) \\ &= X \geq 35,5 \text{ dibulatkan menjadi} \\ &= X \geq 35 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kelompok tinggi} &= M_i \leq X < (M_i + 1.SD_i) \\ &= 32,5 \leq X < (32,5 + 3) \\ &= 32,5 \leq X < 35,5 \text{ dibulatkan menjadi} \\ &= 32 \leq X < 35 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kelompok rendah} &= (M_i - 1.SD_i) \leq X < M_i \\ &= (32,5 - 3) \leq X < 32,5 \\ &= 29,5 \leq X < 32,5 \text{ dibulatkan menjadi} \\ &= 29 \leq X < 32 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kelompok sangat rendah} &= X < (M_i - 1.SD_i) \\ &= X < 32,5 - 3) \\ &= X < 29,5 \text{ dibulatkan menjadi} \\ &= X < 29 \end{aligned}$$

HASIL DISTRIBUSI FREKUENSI

Statistics

	Kepuasan_Pelanggan	Ketelitian_Pelayanan	Kecepatan_Pelayanan
N Valid	100	100	100
Missing	1	1	1
Mean	41.34	27.17	31.59
Std. Error of Mean	.432	.373	.303
Median	41.00	27.00	31.00
Mode	40 ^a	26	31
Std. Deviation	4.323	3.726	3.025
Variance	18.691	13.880	9.153
Range	24	18	17
Minimum	30	19	24
Maximum	54	37	41
Sum	4134	2717	3159

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

Kepuasan_Pelanggan					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
30	1	1.0	1.0	1.0	
31	1	1.0	1.0	2.0	
33	1	1.0	1.0	3.0	
34	1	1.0	1.0	4.0	
35	2	2.0	2.0	6.0	
36	6	6.0	6.0	12.0	
37	4	4.0	4.0	16.0	
38	6	6.0	6.0	22.0	
39	9	9.0	9.0	31.0	
40	14	14.0	14.0	45.0	
41	14	14.0	14.0	59.0	
42	9	9.0	9.0	68.0	
Valid					
43	7	7.0	7.0	75.0	
44	1	1.0	1.0	76.0	
45	5	5.0	5.0	81.0	
46	6	6.0	6.0	87.0	
47	5	5.0	5.0	92.0	
48	3	3.0	3.0	95.0	
49	1	1.0	1.0	96.0	
50	1	1.0	1.0	97.0	
51	1	1.0	1.0	98.0	
52	1	1.0	1.0	99.0	
54	1	1.0	1.0	100.0	
Total	100	100.0	100.0		

Ketelitian_Pelayanan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	1	1.0	1.0
	20	2	2.0	2.0
	21	1	1.0	1.0
	22	4	4.0	4.0
	23	5	5.0	5.0
	24	8	8.0	8.0
	25	13	13.0	13.0
	26	15	15.0	15.0
	27	12	12.0	12.0
	28	10	10.0	10.0
	29	8	8.0	8.0
	30	2	2.0	2.0
	31	5	5.0	5.0
	32	3	3.0	3.0
	33	3	3.0	3.0
	34	3	3.0	3.0
	35	2	2.0	2.0
	36	2	2.0	2.0
	37	1	1.0	1.0
Total		100	100.0	100.0

Kecepatan Pelayanan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24	1	1.0	1.0	1.0
	26	4	4.0	4.0	5.0
	27	2	2.0	2.0	7.0
	28	9	9.0	9.0	16.0
	29	4	4.0	4.0	20.0
	30	15	15.0	15.0	35.0
	31	23	23.0	23.0	58.0
	32	5	5.0	5.0	63.0
	33	12	12.0	12.0	75.0
	34	7	7.0	7.0	82.0
	35	8	8.0	8.0	90.0
	36	3	3.0	3.0	93.0
	37	5	5.0	5.0	98.0
	38	1	1.0	1.0	99.0
	41	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

HASIL UJI LINEARITAS X_1^*Y

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_	Between (Combined)	1131.089	18	62.838	7.076	.000
Pelanggan	Groups Linearity	884.128	1	884.128	99.554	.000
*						
Ketelitian_	Deviation from	246.962	17	14.527	1.636	.074
Pelayanan	Linearity					
	Within Groups	719.351	81	8.881		
	Total	1850.440	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan_Pelanggan *	.691	.478	.782	
Ketelitian_Pelayanan				.611

HASIL UJI LINEARITAS X_2^*Y

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_	Between (Combined)	1063.542	14	75.967	8.206	.000
Pelanggan *	n Linearity	891.748	1	891.748	96.326	.000
Kecepatan_	Groups					
Pelayanan	Deviation from	171.793	13	13.215	1.427	.164
	Linearity					
	Within Groups	786.898	85	9.258		
	Total	1850.440	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan_Pelanggan *	.694	.482	.758	
Kecepatan_Pelayanan				.575

HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Correlations

		Ketelitian_Pelayanan	Kecepatan_Pelayanan
Ketelitian_Pelayanan	Pearson Correlation		.557** .000 100
	Sig. (2-tailed)		
	N		100
Kecepatan_Pelayanan	Pearson Correlation		1 100
	Sig. (2-tailed)		.000
	N		100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HASIL UJI HIPOTESIS PERTAMA ($X_1 - Y$)

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Ketelitian_Pelayanan ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.691 ^a	.478	.472	3.140	2.022

a. Predictors: (Constant), Ketelitian_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	884.128	1	884.128	89.665	.000 ^a
	Residual	966.312	98	9.860		
	Total	1850.440	99			

a. Predictors: (Constant), Ketelitian_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant) 19.546	2.323		8.415	.000
	Ketelitian_Pelayanan .802	.085	.691	9.469	.000

a. Dependent Variable:

Kepuasan_Pelanggan

HASIL UJI HIPOTESIS KEDUA ($X_2 - Y$)

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kecepatan_Pelayanan ^a		.Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.694 ^a	.482	.477	3.128	2.005

a. Predictors: (Constant), Kecepatan_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

ANOVA^b

Model	Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	Residual				
1	891.748	958.692	1	891.748	91.157	.000 ^a
		Total	98	9.783		
			99			

a. Predictors: (Constant), Kecepatan_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant) 10.003	3.297		3.034	.003
	Kecepatan_Pelayanan .992	.104	.694	9.548	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

HASIL UJI HIPOTESIS KETIGA (X_1 dan X_2 * Y)

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Ketelitian_Pelayanan, Kecepatan_Pelayanan ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.719 ^a	.517	.507	3.036	2.031

a. Predictors: (Constant), Ketelitian_Pelayanan, Kecepatan_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	956.527	2	478.263	51.897	.000 ^a
	Residual	893.913	97	9.216		
	Total	1850.440	99			

a. Predictors: (Constant), Ketelitian_Pelayanan, Kecepatan_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.594	3.346		.000
	Kecepatan_Pelayanan	.548	.195	.383	.006
	Ketelitian_Pelayanan	.421	.159	.363	.009

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

SUMBANGAN RELATIR (SR) DAN SUMBANGAN EFEKTIF (SE)

No.	X1	X2	Y	X1*Y	X2*Y
1	27	31	40	1080	1240
2	28	34	44	1232	1496
3	28	35	42	1176	1470
4	28	37	46	1288	1702
5	25	31	39	975	1209
6	34	37	46	1564	1702
7	23	28	30	690	840
8	33	36	47	1551	1692
9	24	28	51	1224	1428
10	34	35	48	1632	1680
11	35	41	49	1715	2009
12	25	31	37	925	1147
13	28	33	42	1176	1386
14	24	29	37	888	1073
15	25	31	40	1000	1240
16	26	32	40	1040	1280
17	28	33	45	1260	1485
18	26	31	41	1066	1271
19	31	34	45	1395	1530
20	26	30	39	1014	1170
21	27	31	40	1080	1240
22	24	28	37	888	1036
23	30	33	43	1290	1419
24	26	31	41	1066	1271
25	25	30	38	950	1140
26	23	28	36	828	1008
27	33	37	47	1551	1739
28	26	31	40	1040	1240
29	25	30	41	1025	1230
30	20	27	38	760	1026
31	26	31	36	936	1116
32	23	30	41	943	1230
33	25	30	40	1000	1200
34	28	34	42	1176	1428
35	36	35	47	1692	1645
36	31	37	54	1674	1998
37	25	30	41	1025	1230
38	27	33	40	1080	1320
39	24	28	36	864	1008
40	28	34	46	1288	1564

No.	X1	X2	Y	X1*Y	X2*Y
41	29	33	43	1247	1419
42	37	34	42	1554	1428
43	31	33	45	1395	1485
44	22	29	36	792	1044
45	29	33	42	1218	1386
46	27	30	41	1107	1230
47	21	28	36	756	1008
48	32	35	47	1504	1645
49	27	30	39	1053	1170
50	26	31	41	1066	1271
51	36	35	46	1656	1610
52	31	36	43	1333	1548
53	32	35	52	1664	1820
54	26	30	40	1040	1200
55	23	28	37	851	1036
56	29	30	38	1102	1140
57	27	31	41	1107	1271
58	29	33	42	1218	1386
59	33	38	46	1518	1748
60	22	26	39	858	1014
61	31	36	41	1271	1476
62	25	31	40	1000	1240
63	22	26	33	726	858
64	27	31	38	1026	1178
65	29	32	45	1305	1440
66	27	30	39	1053	1170
67	26	31	40	1040	1240
68	32	35	48	1536	1680
69	27	31	41	1107	1271
70	35	35	47	1645	1645
71	29	34	48	1392	1632
72	25	32	38	950	1216
73	26	29	40	1040	1160
74	26	30	39	1014	1170
75	27	31	42	1134	1302
76	24	26	50	1200	1300
77	25	31	40	1000	1240
78	28	32	43	1204	1376
79	25	31	34	850	1054
80	26	30	43	1118	1290
81	19	26	36	684	936
82	29	33	42	1218	1386
83	26	31	39	1014	1209

No.	X1	X2	Y	X1*Y	X2*Y
84	20	31	40	800	1240
85	29	34	43	1247	1462
86	27	31	39	1053	1209
87	34	37	46	1564	1702
88	22	24	35	770	840
89	25	31	41	1025	1271
90	28	33	45	1260	1485
91	25	29	40	1000	1160
92	24	31	41	984	1271
93	26	30	41	1066	1230
94	27	32	38	1026	1216
95	26	30	41	1066	1230
96	28	33	43	1204	1419
97	30	33	42	1260	1386
98	24	28	31	744	868
99	23	27	35	805	945
100	24	28	39	936	1092
Σ	2717	3159	4134	113423	131492

Diketahui:

$$\begin{array}{lll}
 \Sigma x_1 = 2717 & \Sigma x_1 y = 113423 & a_1 = 0,548 \\
 \Sigma x_2 = 3159 & \Sigma x_2 y = 131492 & a_2 = 0,421 \\
 \Sigma Y = 4134 & r^2 = 0,517 &
 \end{array}$$

$$\begin{aligned}
 1. \sum x_1 y &= \frac{\sum x_1 y - (\sum X_1)(\sum Y)}{N} \\
 &= \frac{113423 - (2717)(3159)}{100} \\
 &= 113423 - 112320,8 \\
 &= 1102,22 \\
 2. \sum x_2 y &= \frac{\sum x_2 y - (\sum X_2)(\sum Y)}{N} \\
 &= \frac{131492 - (3159)(4134)}{100} \\
 &= 131492 - 130593,1 \\
 &= 898,94 \\
 3. JK_{REG} &= a_1 x_1 y + a_2 x_2 y \\
 &= 0,548 (1102,22) + 0,421 (898,94) \\
 &= 604,0166 + 378,4537 \\
 &= 982,4703
 \end{aligned}$$

Sumbangan Relatif dalam persen (SR%) tiap prediktor adalah:

$$\begin{aligned}
 SR\ X1 &= \frac{a \sum x_1 y}{JK_{REG}} \times 100\% \\
 &= \frac{604,0166}{982,4703} \times 100\% \\
 &= \mathbf{61,48\%} \\
 SR\ X2 &= \frac{a \sum x_2 y}{JK_{REG}} \times 100\% \\
 &= \frac{378,4537}{982,4703} \times 100\% \\
 &= \mathbf{38,52\%}
 \end{aligned}$$

Sumbangan Efektif dalam persen (SE%) tiap prediktor adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{SE X1} &= \text{SR\%} \times r^2 \\
 &= 61,48\% \times \mathbf{0,517} \\
 &= \mathbf{31,78\%} \\
 \text{SE X2} &= \text{SR\%} \times r^2 \\
 &= 38,52\% \times \mathbf{0,517} \\
 &= \mathbf{19,92\%}
 \end{aligned}$$

HASIL SUMBANGAN RELATIF DAN EFEKTIF

No	Nama Variabel	Sumbangan	
		Relatif	Efektif
1.	Ketelitian Pelayanan	61,48 %	31,78 %
2.	Kecepatan Pelayanan	38,52 %	19,92 %
	Total	100 %	51,70 %

LAMPIRAN 3
TABEL STATISTIKA

1. TABEL F STATISTIKA
2. TABEL R STATISTIKA
3. TABEL T STATISTIKA

Table of F-statistics P=0.05

df2 \\df1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	22	24	26	28	30	35	40	45	50	60	70	80	100	200	500	1000	>1000	df1/ df2	
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70	8.69	8.68	8.67	8.67	8.66	8.65	8.64	8.63	8.62	8.60	8.59	8.59	8.58	8.57	8.57	8.56	8.55	8.54	8.53	8.53	8.54	3		
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86	5.84	5.83	5.82	5.81	5.80	5.79	5.77	5.76	5.75	5.75	5.73	5.72	5.71	5.70	5.69	5.68	5.67	5.66	5.65	5.64	5.63	5.63	4	
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62	4.60	4.59	4.58	4.57	4.56	4.54	4.53	4.52	4.50	4.50	4.48	4.46	4.45	4.44	4.43	4.42	4.41	4.39	4.37	4.37	4.36	5		
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94	3.92	3.91	3.90	3.88	3.87	3.86	3.84	3.83	3.82	3.81	3.79	3.77	3.76	3.75	3.74	3.73	3.72	3.71	3.69	3.68	3.67	6		
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51	3.49	3.48	3.47	3.46	3.44	3.43	3.41	3.40	3.39	3.38	3.38	3.34	3.33	3.32	3.30	3.29	3.29	3.27	3.25	3.24	3.23	3.23	7	
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22	3.20	3.19	3.17	3.16	3.15	3.13	3.12	3.10	3.09	3.08	3.06	3.04	3.03	3.02	3.01	2.99	2.99	2.97	2.95	2.94	2.93	2.93	8	
9	5.12	4.26	3.88	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01	2.99	2.97	2.96	2.95	2.94	2.92	2.90	2.89	2.87	2.86	2.84	2.83	2.81	2.80	2.79	2.78	2.77	2.76	2.73	2.72	2.71	9		
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85	2.83	2.81	2.80	2.79	2.77	2.75	2.74	2.72	2.71	2.70	2.68	2.66	2.65	2.64	2.62	2.61	2.60	2.59	2.56	2.55	2.54	10		
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72	2.70	2.69	2.67	2.66	2.65	2.63	2.61	2.59	2.58	2.57	2.55	2.53	2.52	2.51	2.49	2.48	2.47	2.46	2.43	2.42	2.41	2.41	11	
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.81	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62	2.60	2.58	2.57	2.56	2.54	2.52	2.51	2.49	2.48	2.47	2.44	2.43	2.41	2.40	2.38	2.37	2.36	2.35	2.32	2.31	2.30	2.30	12	
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53	2.51	2.51	2.50	2.48	2.47	2.46	2.44	2.42	2.41	2.39	2.38	2.36	2.34	2.33	2.31	2.30	2.28	2.27	2.26	2.23	2.22	2.21	2.21	13
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46	2.44	2.43	2.41	2.40	2.39	2.37	2.35	2.33	2.32	2.31	2.28	2.27	2.25	2.24	2.22	2.21	2.20	2.19	2.16	2.14	2.13	14		
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40	2.38	2.37	2.35	2.34	2.33	2.31	2.29	2.27	2.26	2.25	2.22	2.20	2.19	2.18	2.16	2.15	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.07	15	
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35	2.33	2.32	2.30	2.29	2.28	2.25	2.24	2.22	2.21	2.19	2.17	2.15	2.14	2.12	2.11	2.10	2.09	2.08	2.07	2.04	2.02	2.02	2.01	16
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31	2.29	2.27	2.26	2.24	2.23	2.21	2.19	2.17	2.16	2.15	2.12	2.10	2.09	2.08	2.06	2.05	2.03	2.02	1.99	1.97	1.97	1.96	17	
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27	2.25	2.23	2.22	2.20	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.11	2.08	2.06	2.05	2.04	2.02	2.00	1.99	1.98	1.95	1.93	1.92	1.92	18	
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23	2.21	2.20	2.18	2.17	2.16	2.13	2.11	2.10	2.08	2.07	2.05	2.03	2.01	2.00	1.98	1.97	1.96	1.94	1.91	1.89	1.88	1.86	1.85	19
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.23	2.20	2.18	2.17	2.15	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05	2.04	2.01	1.99	1.98	1.97	1.95	1.93	1.92	1.91	1.88	1.86	1.85	20		
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15	2.13	2.11	2.10	2.08	2.07	2.05	2.03	2.01	2.00	1.98	1.96	1.94	1.92	1.91	1.89	1.88	1.86	1.85	1.82	1.80	1.77	1.75	1.74	22
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11	2.09	2.07	2.05	2.04	2.03	2.00	1.98	1.97	1.95	1.94	1.91	1.89	1.88	1.86	1.84	1.83	1.82	1.80	1.77	1.75	1.74	1.73	24	
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07	2.05	2.03	2.02	2.00	1.99	1.97	1.95	1.93	1.91	1.89	1.87	1.85	1.84	1.82	1.80	1.79	1.78	1.76	1.73	1.71	1.70	1.69	26	
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97	1.96	1.93	1.91	1.89	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77	1.75	1.74	1.73	1.69	1.67	1.66	1.66	28		
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01	1.99	1.96	1.94	1.92	1.91	1.89	1.88	1.87	1.85	1.84	1.81	1.79	1.77	1.76	1.74	1.72	1.71	1.70	1.66	1.64	1.63	1.62	30	
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.08	2.04	2.01	1.99	1.96	1.94	1.92	1.91	1.89	1.88	1.85	1.83	1.82	1.80	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65	1.63	1.60	1.57	1.57	1.56	35	
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92	1.90	1.89	1.87	1.85	1.84	1.81	1.79	1.77	1.76	1.74	1.72	1.69	1.67	1.66	1.64	1.62	1.61	1.59	1.55	1.53	1.52	1.51	40	
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89	1.87	1.86	1.84	1.82	1.81	1.78	1.76	1.74	1.73	1.71	1.68	1.66	1.64	1.63	1.61	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52	1.49	1.47	45	
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58	1.56	1.54	1.52	1.48	1.46	1.44	1.43	50	
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84	1.82	1.80	1.78	1.76	1.75	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65	1.62	1.59	1.57	1.56	1.55	1.52	1.50	1.48	1.44	1.41	1.40	1.39	60	
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.74	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62	1.59	1.57	1.55	1.53	1.50	1.49	1.47	1.45	1.40	1.37	1.36	70		
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.72	1.																			

DF = n-2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126

DF = n-2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678

DF = n-2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

TABEL T STATISTIKA

df	0.10	0.05	0.02	0.01
1	6.314	12.706	31.821	63.657
2	2.920	4.303	6.965	9.925
3	2.353	3.182	4.541	5.841
4	2.132	2.776	3.747	4.604
5	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.691	2.032	2.441	2.728

df	0.10	0.05	0.02	0.01
35	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.673	2.003	2.395	2.667
57	1.672	2.002	2.394	2.665
58	1.672	2.002	2.392	2.663
59	1.671	2.001	2.391	2.662
60	1.671	2.000	2.390	2.660
61	1.670	2.000	2.389	2.659
62	1.670	1.999	2.388	2.657
63	1.669	1.998	2.387	2.656
64	1.669	1.998	2.386	2.655
65	1.669	1.997	2.385	2.654
66	1.668	1.997	2.384	2.652
67	1.668	1.996	2.383	2.651
68	1.668	1.995	2.382	2.650
69	1.667	1.995	2.382	2.649
70	1.667	1.994	2.381	2.648

df	0.10	0.05	0.02	0.01
71	1.667	1.994	2.380	2.647
72	1.666	1.993	2.379	2.646
73	1.666	1.993	2.379	2.645
74	1.666	1.993	2.378	2.644
75	1.665	1.992	2.377	2.643
76	1.665	1.992	2.376	2.642
77	1.665	1.991	2.376	2.641
78	1.665	1.991	2.375	2.640
79	1.664	1.990	2.374	2.640
80	1.664	1.990	2.374	2.639
81	1.664	1.990	2.373	2.638
82	1.664	1.989	2.373	2.637
83	1.663	1.989	2.372	2.636
84	1.663	1.989	2.372	2.636
85	1.663	1.988	2.371	2.635
86	1.663	1.988	2.370	2.634
87	1.663	1.988	2.370	2.634
88	1.662	1.987	2.369	2.633
89	1.662	1.987	2.369	2.632
90	1.662	1.987	2.368	2.632
91	1.662	1.986	2.368	2.631
92	1.662	1.986	2.368	2.630
93	1.661	1.986	2.367	2.630
94	1.661	1.986	2.367	2.629
95	1.661	1.985	2.366	2.629
96	1.661	1.985	2.366	2.628
97	1.661	1.985	2.365	2.627
98	1.661	1.984	2.365	2.627
99	1.660	1.984	2.365	2.626
100	1.660	1.984	2.364	2.626
10000	1.645	1.960	2.327	2.576

LAMPIRAN 4
DOKUMENTASI
PENELITIAN DAN SURAT-
SURAT PENELITIAN



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Karangmalang Yogyakarta, 55281, Telp. (0274) 586168 Ext. 583 Fax. (0274) 554902

Website : <http://www.fe.uny.ac.id> | e-mail : fe@uny.ac.id

Nomor: 39 /UN34.18/LT/2016

08 Januari 2016

Hal : Permohonan Izin Uji Coba Instrumen Penelitian

**Yth. Pimpinan AHASS 1431 Shinta Motor
Jalan Brigjend Katamso, Wates, Kulon Progo
D. I. Y O G Y A K A R T A**

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bpk/Ibu, bahwa mahasiswa dari Jurusan Pendidikan Administrasi/Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud mencari data penelitian untuk keperluan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, adapun mahasiswa tersebut adalah :

Nama : Ririn Kurniawati
 NIP : 11402241039
 Jurusan/Prodi : Pendidikan Administrasi Perkantoran
 Maksud/Tujuan : Izin Uji Coba Instrumen Penelitian di AHASS 1431 Shinta Motor
 Judul : "Pengaruh Ketelitian dan Kecepatan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan
 Penelitian AHASS Galur Honda Motor"

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bpk/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya. Demikian atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



PROF. SAKIKINO, Ph.D.
NIP. 19691404 199403 1 002

Tembusan :

1. Mahasiswa yang bersangkutan;
2. Arsip Jurusan
3. Arsip Fakultas



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Karangmalang Yogyakarta, 55281, Telp. (0274) 586168 Ext. 523 Fax. (0274) 554902

Website : <http://www.fe.uny.ac.id> | e-mail : fe.uny.ac.id

Nomor: 38 /UN34.18/LT/2016

07 Januari 2016

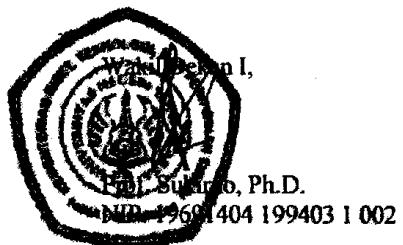
Hal : Permohonan Izin Penelitian

**Yth. Pimpinan PT Astra International Tbk.
 Jalan Magelang Km. 7,2 Sinduadi, Mlati, Sleman
 D. I. Y O G Y A K A R T A**

Kami sampaikan dengan hormat kepada Bpk/Ibu, bahwa mahasiswa dari Jurusan Pendidikan Administrasi/Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud mencari data penelitian untuk keperluan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, adapun mahasiswa tersebut adalah :

Nama : Ririn Kurniawati
 NIP : 11402241039
 Jurusan/Prodi : Pendidikan Administrasi Perkantoran
 Maksud/Tujuan : Izin Penelitian
 Judul : "Pengaruh Ketelitian dan Kecepatan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Penelitian AHASS Galur Honda Motor"

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bpk/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya. Demikian atas izin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Tembusan :
 1. Mahasiswa yang bersangkutan;
 2. Arsip Jurusan
 3. Arsip Fakultas


PT Astra International Tbk - Honda

Kantor Wilayah Yogyakarta
 Jl. Magelang Km. 7,2, Kel. Sinduadi, Kec. Mlati
 Sleman 55285, Indonesia
 Telp. (0274) 888551 / Fax. (0274) 868071
 Astra Motor Customer Care Centre 0800-11 ASTRA (27872)

Yogyakarta, 28 Januari 2016

No : LMC.SERV/YOG/017/I/2016

Kepada Yth.
Pemilik/PIC AHASS
AHASS Galur Honda Motor
Up. Bp. Heri Prihawani Wismaputra
 Di
 Tempat

Perihal : Surat Ijin Penelitian untuk Keperluan Penyelesaian Tugas Akhir Skripsi

Dengan hormat,

Sehubungan dengan adanya surat permohonan No. : 38/UN34.18/LT/2016 perihal : Permohonan Ijin Penelitian untuk keperluan Penyelesaian Tugas Akhir Skripsi :

Nama	: Ririn Kurniawati
NIM	: 11402241039
Jurusan/Prodi	: Pendidikan Administrasi Perkantoran Fak. Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
Maksud/Tujuan	: Ijin Penelitian
Judul	: Pengaruh Ketelitian dan Kecepatan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan AHASS Galur Honda Motor
Waktu	: Februari 2016

Untuk itu mohon dapat diberikan ijin dalam melakukan penelitian tersebut.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapan terima kasih.

Hormat kami,
TECHNICAL SERVICE REGION

PT. Astra International Tbk - Honda
Cabang Yogyakarta

MICHAEL ZUMANTO
 Head

Cc : SE Area

Branch Office:

Yogyakarta (0274) 888551, Magelang (0293) 913754, Malang (0374) 514490, Bandung (0274) 447230, Godean (0274) 822883, Kalibung (0274) 849660,
 Purworejo (0281) 894222, Purwokerto (0281) 822590, Cicendo (0282) 521070, Majaleng (0280) 7107287, Purwodjo (0278) 823477, Kebumen (0287) 381263, Wongorejo (0288) 324655