PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL MOBIL SAHAT MARTUA DESA AEK GODANG

SKIRIPSI

OLEH:

IBNU IHSAN HASIBUAN
22090002

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
2026

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL MOBIL SAHAT MARTUA DESA AEK GODANG

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Bisnis (S.Bns)

OLEH:

IBNU IHSAN HASIBUAN
22090002

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
2026

HALAMAN PENGESAHAN

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL MOBIL SAHAT MARTUA DESA AEK GODANG

Skiripsi ini telah diseminarkan dan dipertahankan dihadapan
tim penguji Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana
Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan

Padangsidimpuan, April 2026

Pembingbing Utama

Nurlaila, S.Pd., MM
NUPTK. 4051769670230303

Pembingbing Pendamping

Halman Paris Ritonga, SE, MM
NUPTK. 4744771672130382

Ketua Program Studi
Kewirausahaan Program Sarjana

Nurlaila, S.Pd., MM
NUPTK. 4051769670230303

Dekan Fakultas Bisnis dan
Pendidikan Terapan

Indra Maulana, S.Pd, M.Pd
NUPTK. 4242769670130393

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yg bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ibnu Ihsan Hasibuan

NIM : 22090002

Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana

Dengan ini menyatakan bahwa skiripsi yang berjudul ” Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang” benar bebas dari Plagiat, dan apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat , maka saya akan menerima sanksi yg telah di tetapkan.

Demikian surat pernyaan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padangsidimpuan, April 2026



Ibnu Ihsan Hasibuan

IDENTITAS PENULIS

Nama : Ibnu Ihsan Hasibuan

NIM : 22090002

Tempat / Tgl Lahir : Morang, 25 Desember 2004

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Alamat : Desa Morang, Kec. Batang Onang, Kab. Padang Lawas Utara

Riwayat Pendidikan :

1. SDN Napasibonca : Lulus Tahun 2006
2. SMP N 3 Angkola Timur : Lulus Tahun 2019
3. SMK N 2 Padangsidimpuan : Lulus Tahun 2022

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul: **"Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Sahat Martua Desa Aek Godang''** sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Bisnis Program Sarjana Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan.

Oleh karena itu, diharapkan kepada para pembaca untuk dapat memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun. Sehingga kedepannya dapat di perbaiki hasi dari penelitan-penelitian lainnya. Selain itu, Terselesaikannya proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang turut serta dalam memberikan dukungan dengan secara moral dan material. Oleh karena itu, Dengan segala hormat, Penulis mengucapkan Terimakasih Kepada:

1. Bapak Dr. Anto, SKM, M.Kes, M.M selaku Rektor Universitas Aufa Royhan di kota padangsidimpuan, Yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu.
2. Bapak Indra Maulana, S.Pd, M.Pd selaku Dekan Fakultas Bisnis Dan Pendidikan Terapan, Universitas Aufa Royhan di Padangsidimpuan sekaligus Ketua Penguji.
3. Ibu Nurlaila, S.Pd, M.M selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana yang telah memberikan kemudahan birokrasi dan dukungan akademik selama masa perkuliahan dan sekaligus sebagai Pembimbing Utama.
4. Bapak Halman Paris Ritonga, SE, M.M sebgai Pembimbing Pendamping yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan, serta ilmu yang sangat luar biasa demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Riza Siregar, SE, M.M selaku Anggota Penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, serta ilmu yang sangat luar biasa demi kesempurnaan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Pegawai di lingkungan Fakultas Bisnis Dan Pendidikan Terapan, atas segala bekal ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama penulis berada di bangku perkuliahan
7. Bapak Darlin Harahap selaku pemilik ushan Bengkel Mobil Sahat Martua, yang telah memberikan izin serta kesempatan untuk melakukan penelitian ini, dan kepada semua konsumen yang telah meluangkan waktu untuk menjadi responden dalam penelitian ini..
8. Terima kasih yang tak terhingga penulis ucapkan kepada kedua orang tua penulis, Bapak Ruslan Bahri Hasibuan dan Ibu Dahniar Siregar, atas cinta, dukungan, dan doa yang tak pernah berhenti mengalir.
9. Terimakasih kepada ke enam saudara penulis, Barahim Saleh Hasibuan, Aladdin Hasibuan, Hasan Husein Hasibuan, Sulastri Hasibuan, Elfi Haryani Hasibuan, Halimah Tusaddiyah Hasibuan yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
10. Seluruh Rekan Mahasiswa Perjuangan Gelar Sarjana Bisnin Angkatan 4, terima kasih atas diskusi, tawa, dan semangat solidaritas yang membuat proses ini terasa lebih ringan.

Semoga seluruh kebaikan yang sudah di perbuat oleh mereka di berikan rahmat dan senantiasa dipermudahkan jalannya oleh Allah SWT atas kebaikan-kebaikan yang telah dilakukan dan menjadikan kebaikan tersebut menjadi sebuah amal dan pahala untuk dirinya.

Aek Godang, April 2026

Ibnu Ihsan Hasibuan

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN UNIVERSITAS
AUFA ROYHANDI KOTA PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2026

Laporan penelitian April 2026

Ibnu Ihsan Hasibuan

Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 35 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,994 yang menunjukkan hubungan sangat kuat, serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,989 atau 98,9%, yang berarti hampir seluruh variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Jasa Bengkel, Loyalitas Pelanggan

ENTREPRENEURSHIP PROGRAM OF BUSINESS AND APPLIED EDUCATION FACULTY AT AUFA ROYHAN UNIVERSITY IN PADANGSIDIMPUAN

Research Report, April 2026
Ibnu Ihsan Hasibuan

THE IMPROVING SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT SAHAT MARTUA CAR WORKSHOP AEK GODANG VILLAGE

ABSTRACT

This study aims to determine effect of service quality on customer satisfaction at Sahat Martua Car Workshop. The research method used is a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires distributed to 35 respondents. Data analysis was conducted using simple linear regression. The results of the study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a correlation coefficient (R) of 0.994, indicating a very strong relationship, and a coefficient of determination (R^2) of 0.989 or 98.9%. This means that almost all variations in customer satisfaction can be explained by service quality. Thus, the better the service quality provided, the higher the level of customer satisfaction perceived by customers.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Workshop Services, Customer Loyalty*

UNIVERSITAS AUFA ROYHAN
LEMBAGA PUSAT BAHASA

DAFTAR ISI

JUDUL ..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT ..... **iii**
IDENTITAS PENULIS ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
ABSTRAK ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Rumusan Masalah 4
1.3. Tujuan Penelitian 5
1.3.1 Tujuan Umum 5
1.3.2 Tujuan Khusus 5
1.4. Manfaat Penelitian 5
1.4.1 Manfaat Teoritis 5
1.4.2 Manfaat Praktis 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **8**
2.1. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen 8
2.1.1 Kualitas Pelayanan 8
2.1.1.1 Bukti Fisik (*Tangibles*) 9
2.1.1.2 Kendala (*Realibility*) 10
2.1.1.3 Daya Tanggap *(Responisiveness*) 10
2.1.1.4 Jaminan (*Assurance*) 11
2.1.1.5 Empati (*Empathy*) 11
2.1.2 Kepuasan Konsumen 12
2.1.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Kepuasan Konsumen 16
2.1.4 Konteks Bengkel Mobil 27
2.2. Kerangka Pikir 30
2.3. Hipotesis 33
BAB III METODE PENELITIAN **36**
3.1. Jenis dan Desain Penelitian 36
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian 37
3.2.1 Lokasi 37
3.2.2 Waktu Penelitian 37
3.3. Populasi dan Sampel 38
3.3.1 Populasi 38
3.3.2 Sampel 38
3.4. Alat Pengumpulan Data 39
3.4.1 Instrumen Penelitian 39
3.4.2 Sumber Data 43
3.5. Prosedur Pengumpulan Data 43
3.6. Defenisi Operasional 44
3.7. Rencana Analisa 46

3.7.1 Pengolahan Data 46
3.7.2 Analisa Data 48
BAB IV HASIL PENELITIAN 53
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 53
4.2. Deskripsi Responden 54
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan dan Frekuensi 56
4.3. Deskripsi Variabel 58
4.3.1. Kualitas Pelayanan 58
4.3.2. Kepuasan Konsumen 60
4.4. Uji Validitas dan Realibilitas 61
4.4.1. Uji Validitas Instrumen 61
4.5. Uji Asumsi Klasik 63
4.5.1. Uji Normalitas 63
4.5.2. Uji Heteroskedastisitas 64
4.6. Analsis Regresi Linear Sederhana 65
4.7. Uji t (Parsial) 66
4.8. Koefesien Determinasi 66
BAB V PEMBAHASAN 68
5.1. Kualitas Pelayanan 68
5.2. Kepuasan Konsumen 69
5.3. Hubungan Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen 71
5.4. Implikasi Penelitian 73
BAB VI PENUTUP 75
6.1.Kesimpulan 75
6.2. Saran 76
DAFTAR PUSTAKA 78
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 20

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....37

Tabel 3.2 Skor Skala Likert Lima Tingkat.....40

Tabel 3.3 Defenisi Operasional Variabel Penelitian 45

Tabel 4.1 Master Tabel 55

Tabel 4.2 Karaktersitik Responden.....57

Tabel 4.3 Descritive Statistics.....58

Tabel 4.4 Rata-Rata Skor Keseluruhan Kualitas Pelayanan 60

Tabel 4.5 Variabel Y Kepuasan Konsumen.....60

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X.....62

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y.....62

Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian.....63

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Sminrap 64

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser 64

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....65

Tabel 4.12 Hasil Uji T (Parsial 66

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2 67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Observasi Awal…….....3

Gambar 2.1 Kerangka Konsep 31

Gambar 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian 53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat survey pendahuluan
Lampiran 2	Surat balasan survey pendahuluan
Lampiran 3	Berita acara revisi Seminar Proposal
Lampiran 4	Surat izin penelitian
Lampiran 5	Surat balasan penelitian
Lampiran 6	Kuesioner
Lampiran 7	Master Tabel
Lampiran 8	Output SPSS
Lampiran 9	Lembar konsultasi
Lampiran 10	Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan sektor jasa di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup pesat sejalan dengan meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang mengedepankan kenyamanan, kecepatan, serta keandalan. Salah satu bidang jasa yang menunjukkan pertumbuhan signifikan adalah jasa otomotif, khususnya bengkel mobil. Bertambahnya jumlah kendaraan bermotor berimplikasi langsung pada meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa perawatan dan perbaikan kendaraan. Situasi ini menuntut bengkel mobil untuk tidak hanya menitikberatkan pada kemampuan teknis semata, tetapi juga pada peningkatan kualitas pelayanan agar mampu memenuhi harapan konsumen yang semakin beragam dan kompetitif (Kotler & Keller, 2020).

Kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting dalam usaha jasa karena pelayanan tidak bisa dilihat secara langsung dan sangat bergantung pada penilaian konsumen. Jika pelayanan diberikan dengan baik, konsisten, ramah, dan cepat tanggap, konsumen akan merasa puas dan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik dapat membuat citra usaha menurun dan kepercayaan konsumen berkurang. Oleh sebab itu, meningkatkan kualitas pelayanan merupakan langkah penting bagi pemilik bengkel mobil agar usahanya tetap berjalan dengan baik dan mampu bersaing dengan bengkel lainnya (Tjiptono, 2020).

Kepuasan konsumen dapat dijadikan sebagai tanda keberhasilan suatu pelayanan jasa. Konsumen yang merasa puas biasanya akan kembali

menggunakan jasa tersebut, tetap setia, dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, jika konsumen merasa tidak puas, hal tersebut dapat menimbulkan keluhan dan penyampaian pengalaman kurang baik kepada pihak lain, terutama melalui media sosial, yang dapat berdampak buruk pada nama baik bengkel (Lupiyoadi, 2021).

Kepuasan konsumen muncul ketika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, bahkan lebih baik dari yang diharapkan. Harapan konsumen biasanya terbentuk dari pengalaman sebelumnya, informasi dari orang sekitar, serta penjelasan atau janji pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel. Apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan tersebut, konsumen akan merasa kecewa dan hal ini dapat menurunkan kesetiaan mereka terhadap bengkel (Zeithaml, & Gremler, 2020).

Dalam bidang pemasaran jasa, kualitas pelayanan dinilai melalui lima aspek utama, yaitu keandalan dalam memberikan layanan, ketanggapan dalam melayani konsumen, jaminan dan rasa aman, perhatian serta kepedulian kepada konsumen, dan kondisi fasilitas fisik yang tersedia. Kelima aspek ini saling berkaitan dalam membentuk penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan. Jika salah satu aspek tidak terpenuhi dengan baik, maka pelayanan secara keseluruhan dapat dinilai kurang memuaskan (Parasuraman et al., 2021).

Bengkel Mobil Sahat Martua yang berada di Desa Aek Godang merupakan salah satu bengkel yang melayani jasa perawatan dan perbaikan kendaraan bagi masyarakat sekitar. Sebagai bengkel yang beroperasi di wilayah pedesaan, Bengkel Mobil Sahat Martua memiliki peran penting dalam membantu kelancaran aktivitas dan mobilitas masyarakat. Oleh karena itu, pelayanan yang

baik sangat dibutuhkan untuk menjaga kepercayaan serta kepuasan konsumen (Suryani, 2022).



Gambar 1.1 Hasil Observasi Awal

Hasil observasi awal yang dilakukan di Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan mengalami perubahan dari tahun ke tahun, namun belum menunjukkan peningkatan yang stabil. Pada tahun 2023, kualitas pelayanan tercatat sekitar 75 %**,** yang menunjukkan bahwa pelayanan masih berada pada tingkat cukup dan masih memerlukan berbagai perbaikan, terutama dalam hal ketepatan waktu pengerjaan serta ketersediaan fasilitas pendukung.

Pada tahun 2024, kualitas pelayanan mengalami peningkatan menjadi sekitar 87 %**.** Hal ini menandakan adanya usaha perbaikan pelayanan, khususnya dalam sikap ramah dan komunikasi kepada konsumen. Meskipun demikian, peningkatan tersebut belum sepenuhnya maksimal karena masih dijumpai keluhan konsumen terkait pelayanan yang kurang konsisten, terutama saat bengkel sedang ramai.

Selanjutnya, pada tahun 2025, kualitas pelayanan terjadi penurunan atau kurang stabil sekitar 80 %, yang menunjukkan adanya penurunan yang cukup negatif . Namun, capaian tersebut masih berada pada kategori baik dan belum sepenuhnya optimal. Oleh sebab itu, peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan tetap diperlukan agar kepuasan konsumen dapat ditingkatkan lebih lanjut.

Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan di Bengkel Mobil Sahat Martua mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya, masih terdapat perbedaan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan konsumen. Dengan demikian, upaya peningkatan kualitas pelayanan secara menyeluruh perlu terus dilakukan agar kepuasan konsumen dapat tercapai secara optimal.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Peningkatan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen di Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai hubungan antara pelayanan yang diberikan dengan tingkat kepuasan konsumen, sehingga dapat menjadi dasar dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan serta menjaga keberlangsungan usaha bengkel.

1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran jasa, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Melalui hasil penelitian ini, diharapkan dapat memperkaya kajian empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha bengkel

otomotif skala kecil dan menengah. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar penguatan teori pemasaran jasa serta memberikan referensi ilmiah bagi pengembangan model kualitas pelayanan yang lebih sesuai dengan kondisi usaha jasa di wilayah pedesaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak bengkel dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga mampu meningkatkan kepuasan, loyalitas, serta kepercayaan konsumen secara berkelanjutan.

2. Bagi Pelaku Usaha Bengkel Otomotif

   Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi pelaku usaha bengkel otomotif lainnya dalam menerapkan strategi peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan konsumen dan daya saing usaha.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di bidang jasa otomotif.

4. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pemahaman bagi kalangan akademisi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, khususnya pada usaha bengkel mobil di wilayah pedesaan. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan referensi dan rujukan ilmiah dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran jasa, serta digunakan sebagai sumber pembelajaran dan bahan kajian bagi mahasiswa maupun dosen dalam kegiatan akademik dan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan konsep yang sangat penting dalam manajemen pemasaran jasa karena menunjukkan kemampuan suatu usaha dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Berbeda dengan produk yang dapat dilihat dan disentuh, jasa bersifat tidak berwujud, tidak dapat disimpan, serta sangat bergantung pada interaksi langsung antara penyedia jasa dan konsumen. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan sering dijadikan tolok ukur utama dalam menilai keberhasilan suatu usaha jasa dari sudut pandang konsumen (Tjiptono, 2020).

Tjiptono (2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan layanan yang diharapkan oleh konsumen serta kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi bahkan melampaui harapan tersebut secara konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh standar internal yang ditetapkan oleh perusahaan, tetapi sangat dipengaruhi oleh penilaian konsumen terhadap pelayanan yang mereka terima. Dengan demikian, kualitas pelayanan bersifat subjektif karena dipengaruhi oleh perbedaan kebutuhan, harapan, serta pengalaman masing-masing konsumen.

Kotler dan Keller (2020) menyatakan bahwa penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan terbentuk melalui proses perbandingan antara harapan sebelum menerima pelayanan dengan pengalaman nyata setelah pelayanan diberikan. Apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai atau berada di bawah

harapan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan rendah. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan akan dinilai baik. Hal ini menegaskan bahwa kesesuaian antara harapan dan kinerja pelayanan menjadi faktor penting dalam menilai kualitas pelayanan.

Dalam usaha jasa otomotif, khususnya bengkel mobil, kualitas pelayanan tidak hanya dilihat dari hasil akhir perbaikan kendaraan, tetapi juga dari seluruh proses pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Proses tersebut mencakup cara bengkel melayani konsumen sejak awal, memberikan informasi yang jelas mengenai kondisi kendaraan, keterbukaan dalam penetapan biaya, sikap serta profesionalisme karyawan, hingga ketepatan waktu penyelesaian pekerjaan. Keseluruhan proses pelayanan tersebut akan membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan bengkel mobil (Suryani, 2022).

Untuk menilai kualitas pelayanan secara terstruktur, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengembangkan model SERVQUAL yang banyak digunakan dalam penelitian di bidang pemasaran jasa. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2020), kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi utama yang saling berhubungan, yaitu:

2.1.1.1 Bukti Fisik (*Tangibles*)

Dimensi bukti fisik berkaitan dengan seluruh aspek fisik yang dapat diamati secara langsung oleh konsumen. Bukti fisik menjadi penting karena jasa bersifat tidak berwujud, sehingga konsumen menggunakan petunjuk fisik sebagai dasar awal dalam menilai kualitas pelayanan.

Indikator bukti fisik meliputi:

1. Kondisi bangunan dan lingkungan bengkel yang bersih dan tertata rapi
2. Kelengkapan dan kelayakan peral bengkel
3. Kenyamanan ruang tunggu konsumen
4. Penampilan dan kerapian karyawan bengkel

Bukti fisik yang memadai akan menciptakan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bengkel (Handayani, 2023).

2.1.1.2 Keandalan (*Reliability*)

Keandalan mencerminkan kemampuan bengkel dalam memberikan pelayanan yang akurat, konsisten, dan sesuai dengan janji yang telah disampaikan kepada konsumen. Dimensi ini sangat penting karena berkaitan langsung dengan kepercayaan konsumen terhadap bengkel.

Indikator keandalan meliputi:

1. Ketepatan dalam mendiagnosis kerusakan kendaraan
2. Konsistensi hasil perbaikan kendaraan
3. Ketepatan waktu penyelesaian pekerjaan
4. Kesesuaian pelayanan dengan kesepakatan awal

Keandalan yang tinggi menunjukkan profesionalisme bengkel dan menjadi faktor utama dalam mempertahankan kepuasan konsumen (Lupiyoadi, 2021).

2.1.1.3 Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap berkaitan dengan kesediaan dan kecepatan karyawan bengkel dalam membantu konsumen serta merespons kebutuhan, pertanyaan,

maupun keluhan pelanggan. Pelayanan yang cepat dan responsif akan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen.

Indikator daya tanggap meliputi:

1. Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen
2. Kesigapan dalam menangani keluhan dan komplain
3. Kejelasan informasi yang diberikan kepada konsumen
4. Kesediaan karyawan membantu konsumen tanpa diminta

Pelayanan yang responsif mencerminkan orientasi bengkel terhadap kepuasan konsumen (Pratama & Lestari, 2021).

2.1.1.4 Jaminan (*Assurance*)

Dimensi jaminan berkaitan dengan kemampuan karyawan bengkel dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan konsumen melalui kompetensi, sikap profesional, dan komunikasi yang baik. Jaminan menjadi penting karena konsumen mempercayakan kondisi kendaraannya kepada bengkel.

Indikator jaminan meliputi:

1. Kompetensi dan keterampilan teknisi bengkel
2. Sikap sopan dan profesional karyawan
3. Kejelasan penjelasan mengenai perbaikan dan biaya
4. Rasa aman dan percaya konsumen terhadap pelayanan

Jaminan yang baik akan memperkuat keyakinan konsumen dan meningkatkan persepsi kualitas pelayanan (Kotler & Keller, 2020).

2.1.1.5 Empati (*Empathy*)

Empati menggambarkan perhatian personal yang diberikan bengkel kepada setiap konsumen. Pelayanan yang berlandaskan empati menunjukkan

bahwa bengkel tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kepuasan dan kebutuhan konsumen.

Indikator empati meliputi:

1. Kesediaan karyawan mendengarkan keluhan konsumen
2. Perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan
3. Sikap ramah dan bersahabat dalam melayani
4. Perlakuan yang adil tanpa membedakan konsumen

Empati yang baik akan membuat konsumen merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Suryani, 2022).

Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut saling berhubungan dan membentuk persepsi konsumen secara menyeluruh terhadap kualitas pelayanan bengkel. Apabila salah satu dimensi tidak terpenuhi dengan baik, maka kualitas pelayanan secara keseluruhan akan dinilai rendah oleh konsumen, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan (Lupiyoadi, 2021).

2.1.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran jasa karena berpengaruh langsung terhadap keberlangsungan dan perkembangan suatu usaha. Kepuasan konsumen menggambarkan penilaian keseluruhan konsumen terhadap pengalaman pelayanan yang mereka terima. Penilaian tersebut muncul setelah konsumen membandingkan antara harapan sebelum menggunakan jasa dengan pelayanan nyata yang dirasakan setelah jasa diberikan (Kotler & Keller, 2020).

Kotler dan Keller (2020) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau tidak senang yang muncul setelah konsumen membandingkan kinerja pelayanan dengan harapan mereka. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan, konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan belum mampu memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas.

Lupiyoadi (2021) menyatakan bahwa kepuasan konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara konsumen dan penyedia jasa. Konsumen yang merasa puas cenderung akan kembali menggunakan jasa, tetap setia, serta merekomendasikan bengkel kepada orang lain. Sebaliknya, konsumen yang tidak puas berpotensi menyampaikan keluhan, menyebarkan pengalaman negatif, dan berpindah ke bengkel lain, sehingga dapat berdampak pada menurunnya kinerja usaha bengkel.

Dalam konteks Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang, kepuasan konsumen tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir perbaikan kendaraan, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang dirasakan selama proses pelayanan berlangsung. Aspek-aspek tersebut meliputi sikap dan keramahan karyawan, kejelasan penjelasan mengenai kondisi kendaraan, keterbukaan dalam penyampaian biaya perbaikan, kelancaran proses pelayanan, serta ketepatan waktu penyelesaian pekerjaan. Konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan yang terbentuk dari pengalaman sebelumnya dan informasi yang diterima (Suryani, 2022).

Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara lebih objektif dan terstruktur, diperlukan indikator-indikator yang sesuai dengan karakteristik usaha

jasa bengkel mobil. Berdasarkan pendapat Kotler dan Keller (2020), kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator, antara lain tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan, kesesuaian pelayanan dengan harapan konsumen, keinginan untuk menggunakan kembali jasa bengkel, serta kesediaan konsumen untuk merekomendasikan bengkel kepada pihak lain.

a. Indikator Kepuasan Konsumen

1) Kesesuaian Pelayanan dengan Harapan

Kesesuaian pelayanan dengan harapan merupakan indikator utama dalam menilai tingkat kepuasan konsumen. Indikator ini menunjukkan sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Mobil Sahat Martua mampu memenuhi harapan konsumen yang telah terbentuk sebelumnya berdasarkan pengalaman maupun informasi yang diterima.

Indikator operasional:

1. Pelayanan Bengkel Mobil Sahat Martua sesuai dengan harapan konsumen
2. Kualitas pelayanan yang diterima tidak menimbulkan rasa kecewa
3. Pelayanan bengkel mampu memenuhi kebutuhan konsumen

Indikator ini menggambarkan perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja pelayanan yang dirasakan secara langsung (Kotler & Keller, 2020).

2) Kepuasan terhadap Proses Pelayanan

Kepuasan terhadap proses pelayanan berkaitan dengan pengalaman konsumen selama menerima pelayanan di Bengkel Mobil Sahat Martua. Proses pelayanan yang baik akan menciptakan rasa nyaman serta pengalaman positif bagi konsumen.

Indikator operasional:

1. Keramahan dan kesopanan karyawan bengkel dalam melayani konsumen
2. Kejelasan informasi yang diberikan terkait kondisi dan perbaikan kendaraan
3. Keterbukaan mengenai biaya dan proses pengerjaan
4. Kenyamanan konsumen selama menunggu pelayanan

Pelayanan yang ramah, informatif, dan transparan akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap proses pelayanan bengkel (Suryani, 2022).

3) Kepuasan terhadap Hasil Pelayanan

Kepuasan terhadap hasil pelayanan menunjukkan penilaian konsumen terhadap kualitas hasil akhir pelayanan yang diterima setelah proses perbaikan selesai.

Indikator operasional:

1. Kendaraan berfungsi dengan baik setelah diperbaiki
2. Hasil perbaikan sesuai dengan yang dijanjikan bengkel
3. Tidak adanya keluhan lanjutan setelah pelayanan selesai

Hasil pelayanan yang baik akan memperkuat rasa puas konsumen serta meningkatkan kepercayaan terhadap Bengkel Mobil Sahat Martua (Lupiyoadi, 2021).

4) Niat Menggunakan Kembali Jasa Bengkel

Niat menggunakan kembali jasa bengkel mencerminkan keinginan konsumen untuk kembali memanfaatkan layanan Bengkel Mobil Sahat

Martua sebagai bentuk kepuasan terhadap pelayanan yang telah diterima.Indikator operasional:

1. Kesediaan konsumen untuk kembali menggunakan jasa bengkel
2. Bengkel menjadi pilihan utama untuk perbaikan kendaraan
3. Niat konsumen menjalin hubungan jangka panjang dengan bengkel

Konsumen yang puas memiliki kecenderungan tinggi untuk menggunakan kembali jasa yang sama (Pratama & Lestari, 2021).

5) Kesediaan Merekomendasikan

Kesediaan merekomendasikan merupakan indikator kepuasan lanjutan yang menunjukkan tingkat kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap Bengkel Mobil Sahat Martua.Indikator operasional:

1. Kesediaan merekomendasikan bengkel kepada orang lain
2. Memberikan penilaian atau cerita positif kepada pihak lain
3. Menyarankan bengkel kepada keluarga atau teman

Kesediaan untuk merekomendasikan menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya merasa puas, tetapi memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kualitas pelayanan bengkel percaya terhadap kualitas pelayanan bengkel (Kotler & Keller, 2020).

2.1.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan merupakan unsur yang sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen, terutama dalam usaha jasa perawatan dan perbaikan kendaraan. Pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang, mutu pelayanan berperan sebagai faktor kunci dalam membentuk pandangan dan penilaian konsumen terhadap kinerja bengkel. Keterkaitan antara kualitas pelayanan dan

kepuasan konsumen dapat dipahami melalui pendekatan teori pemasaran jasa, temuan-temuan penelitian sebelumnya, serta karakteristik layanan jasa yang secara langsung memengaruhi pengalaman konsumen selama proses pelayanan berlangsung (Tjiptono, 2020).

Perbedaan penelitian ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu terletak pada lokasi dan objek kajian, yaitu Bengkel Mobil Sahat Martua yang beroperasi di wilayah pedesaan. Kondisi lingkungan tersebut memunculkan karakteristik konsumen, pola interaksi pelayanan, serta tingkat harapan konsumen yang berbeda apabila dibandingkan dengan usaha bengkel mobil yang berada di wilayah perkotaan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih kontekstual mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha bengkel mobil di daerah pedesaan (Lupiyoadi, 2021).

1. Hubungan Langsung antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

   Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen bersifat langsung dan kausal, terutama dalam konteks usaha jasa bengkel mobil. Kualitas pelayanan dipandang sebagai faktor utama yang memengaruhi bagaimana konsumen mengevaluasi pengalaman pelayanan yang diterimanya. Apabila bengkel mampu memberikan pelayanan yang tepat, ramah, profesional, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan membentuk persepsi positif yang berujung pada meningkatnya kepuasan.

   Dalam usaha jasa bengkel mobil, konsumen tidak hanya menilai hasil akhir perbaikan kendaraan, tetapi juga memperhatikan seluruh proses pelayanan, mulai dari penerimaan konsumen, penjelasan kondisi kendaraan,

transparansi biaya, hingga ketepatan waktu penyelesaian pekerjaan. Pelayanan yang berkualitas akan mengurangi keluhan, meningkatkan rasa percaya, serta menciptakan pengalaman pelayanan yang menyenangkan bagi konsumen. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan dan mendorong konsumen untuk beralih ke penyedia jasa lain (Pratama & Lestari, 2021).

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan konsumen, sedangkan penurunan kualitas pelayanan akan berdampak negatif terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Contoh (Keandalan → Kepuasan Konsumen):

Apabila bengkel mampu mendiagnosis kerusakan kendaraan secara tepat dan menyelesaikan perbaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan, maka konsumen akan merasa bahwa pelayanan yang diterima sesuai dengan harapannya. Kondisi ini akan mendorong terbentuknya kepuasan konsumen karena konsumen memperoleh pelayanan yang konsisten dan dapat dipercaya.

2. Perspektif Teoretis

Secara teoretis, hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat dijelaskan melalui teori *disconfirmation of expectations* dan konsep pemasaran jasa. Teori *disconfirmation of expectations* menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum menerima pelayanan dengan kinerja pelayanan yang dirasakan setelah pelayanan diberikan. Apabila kinerja pelayanan memenuhi

atau melampaui harapan, maka akan terjadi *positive disconfirmation* yang menghasilkan kepuasan. Sebaliknya, apabila kinerja pelayanan berada di bawah harapan, maka akan terjadi *negative disconfirmation* yang menyebabkan ketidakpuasan (Kotler & Keller, 2020).

Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan evaluasi menyeluruh konsumen terhadap keunggulan jasa dalam jangka panjang, sedangkan kepuasan konsumen merupakan respons emosional jangka pendek yang muncul setelah pengalaman pelayanan tertentu. Dalam kerangka ini, kualitas pelayanan berperan sebagai variabel penyebab (*antecedent*), sedangkan kepuasan konsumen merupakan variabel akibat (*outcome*).

Lupiyoadi (2021) menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen, yang selanjutnya berkontribusi pada terbentuknya loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan memiliki peran strategis dalam menjaga keberlangsungan usaha bengkel mobil melalui hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Contoh (*Teori Disconfirmation of Expectations*):

Seorang konsumen datang ke Bengkel Mobil Sahat Martua dengan harapan kendaraan selesai diperbaiki dalam dua hari. Apabila bengkel mampu menyelesaikan perbaikan dalam satu hari dengan hasil yang memuaskan, maka kinerja pelayanan melebihi harapan konsumen. Berdasarkan teori *disconfirmation of expectations*, kondisi tersebut akan menghasilkan kepuasan konsumen (Kotler & Keller, 2020).

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian, sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian penulis:

Tabel 2.1 Penelitian Tedahulu

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian
1	Pratama & Lestari (2021)	Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Mobil	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Konsumen (Y)	Kuantitatif	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen	Sama-sama mengkaji kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada bengkel mobil
2	Widodo & Sulistyo (2022)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Otomotif	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Konsumen (Y)	Kuantitatif	Dimensi SERVQUAL berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Mendukung penggunaan dimensi SERVQUAL
3	Putri & Rahman (2021)	Peningkatan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Jasa Bengkel	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan (Y), Loyalitas (Z)	Kuantitatif	Peningkatan kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen	Menunjukkan dampak lanjutan dari kepuasan konsumen
4	Suryani	Analisis	Kualitas	Kuantitatif	Pelayanan	Relevan

	(2022)	Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Perbaikan Kendaraan	Pelayanan (X), Kepuasan Konsumen (Y)		yang cepat, ramah, dan transparan meningkatkan kepuasan	dengan objek bengkel mobil
5	Nasution & Harahap (2020)	Peningkatan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Konsumen (Y)	Kuantitatif	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen	Menguatkan hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan

Berdasarkan berbagai penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, khususnya pada usaha jasa bengkel mobil. Semakin baik pelayanan yang diberikan, seperti pengerjaan yang tepat waktu, sikap karyawan yang ramah, penjelasan yang jelas, serta fasilitas yang memadai, maka konsumen akan merasa semakin puas dan percaya terhadap bengkel tersebut. Kepuasan ini juga mendorong konsumen untuk kembali menggunakan jasa bengkel dan merekomendasikannya kepada orang lain. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu masih banyak dilakukan pada bengkel yang berada di wilayah perkotaan atau usaha berskala besar. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang untuk mengkaji dan meningkatkan kualitas pelayanan di wilayah pedesaan, sehingga hasilnya diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih sesuai dengan kondisi lapangan serta menjadi dasar dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen secara berkelanjutan.

2. Mekanisme Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang tidak terjadi secara instan, melainkan melalui tahapan penilaian yang dilakukan oleh konsumen selama dan setelah menerima pelayanan. Konsumen akan terlebih dahulu mengamati dan merasakan bagaimana pelayanan diberikan, mulai dari ketepatan waktu, kecepatan respon, sikap dan perhatian petugas, hingga kondisi fasilitas fisik bengkel. Seluruh pengalaman tersebut membentuk gambaran atau persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan bengkel.

Setelah pelayanan diterima, konsumen secara alami membandingkan pengalaman yang dirasakannya dengan harapan yang telah terbentuk sebelumnya. Harapan ini biasanya muncul dari pengalaman terdahulu, informasi dari orang lain, maupun janji pelayanan yang disampaikan pihak bengkel. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan lebih baik dari yang diharapkan, maka konsumen cenderung merasa puas. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi, maka akan muncul rasa kecewa atau tidak puas. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang menentukan tinggi rendahnya tingkat kepuasan konsumen pada bengkel mobil.

Tjiptono dan Chandra (2020) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil dari penilaian menyeluruh terhadap pengalaman pelayanan yang dialami. Penilaian tersebut tidak hanya berfokus pada hasil akhir, seperti kondisi kendaraan setelah diperbaiki, tetapi juga mencakup seluruh proses pelayanan yang berlangsung. Dalam konteks bengkel mobil, cara petugas

melayani, kejelasan informasi yang diberikan, serta kenyamanan selama proses servis berlangsung memiliki peran yang sama pentingnya dengan hasil perbaikan kendaraan itu sendiri dalam membentuk kepuasan konsumen.

a. Proses Servis

Proses servis berperan sebagai penghubung utama antara kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen di Bengkel Mobil Sahat Martua. Proses ini dimulai sejak konsumen datang dan dilayani, dilanjutkan dengan pengecekan kondisi kendaraan, pelaksanaan perbaikan, hingga kendaraan diserahkan kembali kepada konsumen. Cara bengkel mengelola setiap tahapan tersebut akan sangat memengaruhi penilaian konsumen terhadap mutu pelayanan yang diberikan.

Pelaksanaan proses servis yang teratur, terbuka, serta mudah dipahami oleh konsumen cenderung menciptakan kesan positif terhadap bengkel. Konsumen akan merasa lebih nyaman apabila memperoleh penjelasan yang jelas mengenai jenis kerusakan, biaya yang harus dikeluarkan, serta perkiraan waktu penyelesaian. Dalam industri jasa, proses pelayanan menjadi bagian penting dari pengalaman konsumen karena terjadi secara langsung dan dirasakan selama pelayanan berlangsung (Kotler & Keller, 2020).

Sebaliknya, proses servis yang tidak teratur, kurang transparan, dan sering mengalami keterlambatan dapat menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Meskipun hasil perbaikan kendaraan tergolong baik, pengalaman pelayanan yang kurang menyenangkan tetap dapat menurunkan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan bengkel. Oleh karena itu,

pengelolaan proses servis yang efektif dan terencana menjadi salah satu kunci dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Kinerja Teknisi

Kinerja teknisi memiliki peranan yang sangat penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan bengkel mobil. Kinerja tersebut tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis dalam memperbaiki kendaraan, tetapi juga mencakup ketelitian, kecepatan kerja, serta kemampuan teknisi dalam memberikan penjelasan yang mudah dipahami oleh konsumen.

Menurut Lupiyoadi (2021), kualitas sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam pelayanan jasa. Teknisi yang memiliki keahlian dan bersikap profesional mampu memberikan hasil perbaikan yang optimal sekaligus menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan konsumen. Ketika konsumen merasa bahwa kendaraannya ditangani oleh teknisi yang kompeten, tingkat kepuasan akan meningkat karena kekhawatiran terhadap kesalahan atau risiko kerusakan dapat dikurangi.

Dalam konteks Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang, kinerja teknisi yang baik akan memperkuat citra bengkel sebagai penyedia jasa yang dapat diandalkan. Kepercayaan yang terbentuk dari kinerja teknisi tersebut pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan konsumen secara berkelanjutan.

c. Perbandingan Harapan dan Realita Pelayanan

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen juga ditentukan oleh kesesuaian antara harapan konsumen dan pelayanan yang

benar-benar diterima. Harapan konsumen biasanya terbentuk dari pengalaman servis sebelumnya, rekomendasi dari orang lain, serta informasi atau janji pelayanan yang disampaikan oleh pihak bengkel.

Teori *disconfirmation of expectations* menjelaskan bahwa konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan awal. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan berada di bawah harapan, maka konsumen cenderung merasa tidak puas (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021). Oleh sebab itu, konsistensi antara janji pelayanan dengan pelaksanaannya di lapangan menjadi hal yang sangat penting dalam menjaga kepuasan konsumen.

Contoh Mekanisme Terintegrasi

Sebagai ilustrasi, Bengkel Mobil Sahat Martua memberikan estimasi waktu servis selama dua hari dengan biaya yang telah disepakati sebelumnya. Selama proses servis berlangsung, pekerjaan dilakukan secara teratur, teknisi bekerja dengan profesional, dan pihak bengkel memberikan informasi perkembangan perbaikan kepada konsumen secara berkala. Apabila kendaraan dapat diselesaikan tepat waktu dengan hasil yang memuaskan, maka pelayanan yang diterima konsumen akan sesuai atau bahkan melebihi harapannya. Kondisi ini akan membentuk penilaian positif terhadap kualitas pelayanan bengkel dan mendorong terciptanya kepuasan konsumen (Lupiyoadi, 2021).

3. Kasus Praktis pada Bengkel Mobil

Dalam kegiatan operasional sehari-hari, keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat dilihat secara langsung pada Bengkel

Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang. Bengkel yang mampu menerapkan prosedur pelayanan secara konsisten, mulai dari saat konsumen datang, pelaksanaan servis kendaraan, hingga penyerahan kembali kendaraan, cenderung mampu menciptakan pengalaman pelayanan yang menyenangkan. Pengalaman tersebut akan membentuk penilaian konsumen terhadap mutu pelayanan bengkel, yang selanjutnya memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

a. Pelayanan Optimal

Pelayanan yang dikategorikan optimal tercermin dari cara bengkel melayani konsumen secara cepat, sopan, profesional, serta sesuai dengan komitmen yang telah disampaikan sebelumnya. Dalam menilai pelayanan, konsumen tidak hanya memperhatikan hasil akhir perbaikan kendaraan, tetapi juga memperhatikan bagaimana proses pelayanan berlangsung sejak awal hingga akhir. Pelayanan yang berjalan dengan baik akan memberikan rasa nyaman, aman, dan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap bengkel.

Penelitian Sari dan Kurniawan (2022) menunjukkan bahwa pelayanan yang mampu memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen dapat meningkatkan tingkat kepuasan, sekaligus mendorong konsumen untuk kembali menggunakan jasa bengkel dan merekomendasikannya kepada orang lain.

b. Pelayanan Kurang Optimal

Sebaliknya, pelayanan dikatakan kurang optimal apabila bengkel tidak mampu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen.

Kondisi ini dapat terlihat dari sikap petugas yang kurang ramah, proses servis yang memakan waktu lama, ketidaktepatan dalam penyelesaian pekerjaan, serta kurangnya komunikasi terkait kondisi kendaraan. Handayani (2023) menyebutkan bahwa pelayanan yang lambat dan tidak tanggap terhadap keluhan konsumen berpotensi menurunkan tingkat kepuasan serta kepercayaan konsumen, sehingga mendorong konsumen untuk mencari bengkel lain.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat menentukan dalam menciptakan kepuasan konsumen pada usaha jasa bengkel mobil.

2.1.4 Konteks Bengkel Mobil

Dalam usaha jasa bengkel mobil, khususnya pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang, kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai unsur yang saling berkaitan. Konsumen tidak hanya menilai kondisi kendaraan setelah selesai diperbaiki, tetapi juga menilai keseluruhan pengalaman pelayanan yang mereka rasakan selama proses servis berlangsung. Oleh karena itu, kualitas pelayanan bengkel tidak dapat dilepaskan dari aspek-aspek seperti kemampuan mekanik, ketersediaan fasilitas, layanan pendukung, kesesuaian harga, serta faktor lain yang mendukung kelancaran pelayanan.

a. Keahlian Mekanik

Kemampuan mekanik menjadi salah satu penentu utama dalam kualitas pelayanan bengkel mobil. Mekanik yang memiliki keahlian teknis, pengalaman kerja, serta pemahaman terhadap perkembangan teknologi

kendaraan akan lebih mampu mengidentifikasi kerusakan secara akurat dan melakukan perbaikan dengan tepat. Keahlian ini juga berdampak pada ketepatan waktu penyelesaian pekerjaan dan meminimalkan kesalahan dalam proses servis.

Apabila konsumen merasa kendaraan mereka ditangani oleh mekanik yang kompeten, maka rasa percaya terhadap bengkel akan meningkat dan pada akhirnya mendorong terciptanya kepuasan konsumen (Lupiyoadi, 2021).

b. Fasilitas Bengkel

Fasilitas bengkel mencakup ketersediaan peralatan servis, kebersihan dan kerapian area kerja, kenyamanan ruang tunggu, serta penggunaan teknologi yang mendukung proses perbaikan kendaraan. Fasilitas yang memadai akan memperlancar proses servis dan memberikan rasa aman serta kenyamanan bagi konsumen selama menunggu kendaraan diperbaiki.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2020), kondisi fisik pelayanan merupakan salah satu unsur penting dalam kualitas pelayanan jasa karena sangat memengaruhi persepsi konsumen. Fasilitas bengkel yang tertata rapi dan terawat dengan baik akan membangun citra positif bengkel di mata konsumen.

c. Layanan Tambahan

Layanan tambahan merupakan bentuk nilai lebih yang diberikan bengkel kepada konsumennya. Bentuk layanan ini dapat berupa pemeriksaan kendaraan tanpa biaya tambahan, konsultasi perawatan

kendaraan, pengingat jadwal servis, hingga layanan antar-jemput kendaraan. Keberadaan layanan tambahan dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dan memperkaya pengalaman pelayanan.

Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) menjelaskan bahwa pemberian nilai tambah dalam pelayanan jasa menjadi strategi penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Layanan tambahan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan membuat konsumen merasa lebih diperhatikan dan dihargai.

d. Harga yang Kompetitif

Harga menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan pilihan bengkel. Penetapan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan dan hasil perbaikan akan menimbulkan persepsi bahwa biaya yang dikeluarkan konsumen bersifat wajar dan adil. Apabila manfaat yang diperoleh dirasakan sebanding dengan biaya yang dibayarkan, maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Kotler dan Keller (2020) menyatakan bahwa kesesuaian antara harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya, harga yang dianggap tidak sepadan dengan pelayanan yang diterima dapat menurunkan kepuasan konsumen.

e. Faktor Pendukung Lainnya

Selain faktor utama tersebut, terdapat sejumlah faktor pendukung lain yang turut memengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang. Faktor-faktor tersebut antara lain sikap dan keramahan karyawan, kecepatan dalam memberikan

pelayanan, kejelasan serta transparansi informasi, keterbukaan biaya servis, dan kemampuan bengkel dalam menangani keluhan konsumen.

Handayani (2023) menyatakan bahwa faktor-faktor pendukung tersebut secara bersama-sama membentuk pengalaman pelayanan konsumen dan berperan penting dalam menjaga kepercayaan serta kepuasan konsumen terhadap bengkel.

2.2 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan dasar konseptual yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti secara runtut dan logis. Dalam penelitian ini, kerangka berpikir disusun untuk menggambarkan hubungan antara kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X) dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y).

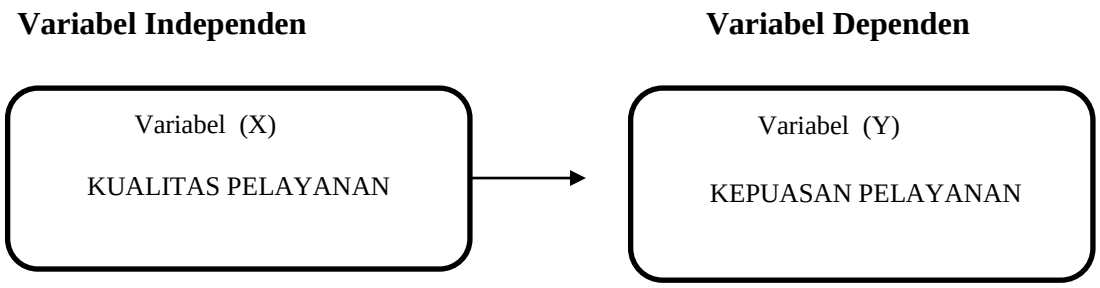
Bengkel mobil sebagai usaha jasa sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dalam menentukan pilihan bengkel, konsumen tidak hanya memperhatikan hasil akhir perbaikan kendaraan, tetapi juga menilai seluruh proses pelayanan yang dialami, seperti kemampuan mekanik, kondisi fasilitas bengkel, ketersediaan layanan tambahan, serta kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan yang diterima.

Kualitas pelayanan yang baik akan membentuk penilaian positif konsumen melalui perbandingan antara harapan awal dengan pelayanan yang benar-benar dirasakan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melampaui harapan, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik akan menimbulkan rasa tidak puas. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dipandang sebagai faktor utama yang memengaruhi kepuasan

konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang (Tjiptono & Chandra, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan bengkel mobil akan memberikan dampak positif terhadap meningkatnya kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang. Kerangka berpikir disusun untuk memperjelas alur hubungan antarvariabel sebagai dasar dalam pengujian hipotesis penelitian.

Berikut ini adalah skema Kerangka Konsep Penelitian :



Skema 2.1 Kerangka Konsep Penelitian

a. Variabel X: Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (X) merupakan variabel bebas dalam penelitian ini yang diduga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dalam konteks Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang, kualitas pelayanan dapat dimaknai sebagai kemampuan bengkel dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen selama proses perawatan dan perbaikan kendaraan berlangsung.

Kualitas pelayanan tidak hanya dinilai dari hasil akhir perbaikan kendaraan, tetapi juga dari bagaimana pelayanan diberikan sejak konsumen

datang hingga kendaraan diserahkan kembali. Untuk mengukur kualitas pelayanan tersebut, penelitian ini menggunakan beberapa indikator utama, yaitu:

1. Keahlian mekanik, yang menunjukkan kemampuan teknis mekanik dalam menganalisis kerusakan dan melakukan perbaikan kendaraan secara tepat dan akurat.
2. Fasilitas bengkel, yang mencakup kelengkapan peralatan servis, kebersihan lingkungan bengkel, serta kenyamanan ruang tunggu bagi konsumen.
3. Layanan tambahan, berupa kemudahan konsultasi servis, pemeriksaan ringan tanpa biaya, serta kelancaran komunikasi antara bengkel dan konsumen.
4. Harga yang kompetitif**,** yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan konsumen dengan kualitas pelayanan serta hasil perbaikan yang diterima.

Semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen, maka semakin positif pula penilaian dan persepsi konsumen terhadap bengkel tersebut (Tjiptono & Chandra, 2020).

b. Variabel Y: Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen (Y) merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen diartikan sebagai kondisi perasaan konsumen setelah membandingkan harapan sebelum menerima pelayanan dengan pengalaman nyata yang dirasakan setelah pelayanan servis diberikan.

Apabila kualitas pelayanan yang diterima konsumen sesuai atau bahkan melebihi harapan awal, maka konsumen akan merasakan kepuasan. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Dengan demikian, kepuasan konsumen mencerminkan tingkat keberhasilan bengkel dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen (Kotler & Keller, 2020).

c. Hubungan Variabel X dan Variabel Y

Hubungan antara kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) bersifat positif dan sebab-akibat. Artinya, setiap peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan bengkel akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen.

Dalam kerangka berpikir penelitian ini, kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen melalui proses evaluasi yang dilakukan konsumen terhadap pengalaman pelayanan yang diterimanya. Evaluasi tersebut mencakup kelancaran proses servis, kinerja mekanik, serta kesesuaian antara janji pelayanan dengan realisasi di lapangan (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021).

Oleh karena itu, kualitas pelayanan dipandang sebagai faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang.

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian yang masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui pengumpulan dan analisis data secara empiris. Perumusan hipotesis dalam penelitian ini didasarkan

pada teori pemasaran jasa, konsep kualitas pelayanan, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan.

Secara teoretis, kualitas pelayanan dianggap sebagai faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen. Teori *disconfirmation of expectations* menjelaskan bahwa kepuasan akan muncul ketika pelayanan yang dirasakan mampu memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas (Kotler & Keller, 2020).

Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan jasa dalam jangka panjang, sedangkan kepuasan konsumen merupakan respons emosional yang muncul setelah konsumen mengalami pelayanan tertentu. Dengan demikian, kualitas pelayanan berperan sebagai variabel penyebab (*antecedent*), sedangkan kepuasan konsumen merupakan variabel akibat (*outcome*).

Dalam konteks jasa bengkel mobil, kualitas pelayanan tercermin melalui keahlian mekanik, ketersediaan fasilitas bengkel, layanan tambahan, serta kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang andal, cepat, dan profesional akan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan konsumen (Tjiptono & Chandra, 2020).

Berbagai penelitian empiris juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada sektor jasa, termasuk jasa otomotif. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Lestari (2021), Rahman dan Yuliana (2022), serta Handayani (2023) membuktikan bahwa

semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan landasan teori, kerangka berpikir, serta hasil penelitian terdahulu tersebut, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

a. Hipotesis Alternatif (H1)

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang.

Hipotesis ini menyatakan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan bengkel akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen.

b. Hipotesis Nol (H0)

H0: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang.

Hipotesis nol digunakan sebagai pembanding dalam pengujian statistik untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang menekankan pada pengukuran variabel secara objektif melalui data numerik yang selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh antarvariabel secara empiris, terukur, dan sistematis. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan bersifat objektif, dapat diuji secara statistik, serta memiliki tingkat generalisasi yang memadai (Sugiyono, 2021).

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, metode asosiatif kausal digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y) pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang. Melalui metode ini, penelitian berupaya menjelaskan sejauh mana perubahan kualitas pelayanan dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen (Sugiyono, 2021).

Desain penelitian yang digunakan adalah desain survei. Desain ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Desain survei dipilih karena dinilai efektif untuk memperoleh data mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan berdasarkan pengalaman nyata mereka menggunakan jasa bengkel. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan analisis regresi

linier sederhana untuk menguji hipotesis serta mengetahui arah dan besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, metode asosiatif kausal, dan desain survei, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan empiris yang akurat dan relevan sebagai dasar pertimbangan bagi pengelola bengkel dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi

Penelitian Penelitian ini dilaksanakan di Jln. Lintas Gunung Tua Palsabolas, Simpang Morang , Desa Aek Godang Kecamatan Hulu Sihapas, Kabupaten Padang Lawas Utara di Bengkel Mobil Sahat Martua . Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa bengkel tersebut merupakan usaha jasa otomotif yang aktif beroperasi dan memiliki konsumen yang cukup beragam, sehingga relevan dengan permasalahan penelitian terkait kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember sampai Januari 2025 - 2026. Waktu tersebut mencakup tahap persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Sep 2025	Okt 2025	Nop 2025	Des 2025	Jan 2026	Feb 2026
1	Pengajuan Judul	■					
2	Pembuatan Proposal		■	■			
3	Seminar Proposal				■		
4	Pelaksanaan Penelitian				■	■	
5	Penyusunan Penelitian						■
6	Seminar Hasil						■

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang yang pernah menggunakan jasa pelayanan bengkel, baik untuk perawatan maupun perbaikan kendaraan. Populasi tersebut mencakup konsumen yang menerima pelayanan selama periode penelitian berlangsung.

Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini, karakteristik populasi ditentukan berdasarkan pengalaman konsumen dalam menerima pelayanan bengkel, sehingga mereka dianggap mampu memberikan penilaian yang objektif terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan yang dirasakan.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan konsumen yang secara kebetulan datang ke bengkel dan bersedia menjadi responden pada saat penelitian dilaksanakan (Sugiyono, 2021).

Pemilihan teknik *accidental sampling* didasarkan pada pertimbangan efisiensi dan kemudahan pelaksanaan, mengingat jumlah konsumen yang datang ke bengkel bersifat fluktuatif dan tidak dapat dipastikan jumlahnya secara tetap. Teknik ini juga dinilai sesuai untuk penelitian survei pada bidang jasa, di mana

responden dipilih berdasarkan pengalaman langsung mereka dalam menerima pelayanan.

Accidental sampling termasuk dalam sampel kategori *nonprobability*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih. Namun demikian, teknik ini tetap layak digunakan selama responden yang dipilih relevan dengan tujuan penelitian dan memiliki pengalaman langsung terhadap objek yang diteliti (Sekaran & Bougie, 2020).

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 35 responden. Jumlah tersebut dianggap telah memenuhi batas minimum penelitian kuantitatif dan memadai untuk analisis regresi linier sederhana, dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu dan kondisi lapangan tanpa mengurangi keabsahan data penelitian (Hair et al., 2021).

3.4 Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner (angket), yaitu alat pengumpulan data yang disusun secara sistematis untuk memperoleh data primer dari responden. Kuesioner digunakan untuk mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen setelah menggunakan jasa Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang (Sugiyono, 2021).

Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y). Pernyataan disajikan dalam bentuk pernyataan tertutup, sehingga responden hanya perlu memilih satu jawaban yang

paling sesuai dengan pengalaman dan persepsi mereka. Bentuk ini dipilih untuk memudahkan responden dalam menjawab serta mempermudah proses pengolahan data secara statistik (Sugiyono, 2021).

Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert lima tingkat, yang terdiri dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap pernyataan yang diberikan, dengan pemberian skor yang berbeda pada setiap alternatif jawaban sesuai tingkat persetujuan responden (Sugiyono, 2021).

Tabel 3.2 Skor Skala Likert Lima Tingkat

No	Kategori Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Penggunaan skala Likert lima tingkat memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih variatif dan mudah dianalisis secara kuantitatif untuk menggambarkan kecenderungan sikap responden secara objektif. Skala Likert digunakan karena mampu mengukur tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan secara bertahap dan memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai sikap dan persepsi responden. Selain itu, skala ini mudah dipahami oleh responden dari berbagai latar belakang pendidikan dan sangat umum digunakan dalam penelitian perilaku konsumen dan pemasaran jasa (Sekaran & Bougie, 2020).

Instrumen penelitian disusun dengan mempertimbangkan kondisi riil dan karakteristik operasional bengkel mobil, sehingga pernyataan yang diajukan

relevan dengan pengalaman nyata konsumen. Setiap butir pernyataan dirancang untuk mencerminkan aspek pelayanan yang benar-benar dialami konsumen selama proses servis kendaraan, mulai dari penerimaan awal hingga penyelesaian pelayanan.

Instrumen kualitas pelayanan (X) disusun berdasarkan model SERVQUAL**,** yang terdiri dari lima dimensi utama, yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

   Bukti fisik menggambarkan kondisi sarana dan prasarana bengkel yang dapat diamati secara langsung oleh konsumen, seperti kebersihan area bengkel, kelengkapan dan kelayakan peralatan servis, kenyamanan ruang tunggu, serta kerapian dan penampilan karyawan bengkel.

2. Keandalan (*Reliability*)

   Keandalan berkaitan dengan kemampuan bengkel dalam memberikan pelayanan yang tepat, akurat, dan konsisten sesuai dengan yang dijanjikan, termasuk ketepatan dalam mendiagnosis kerusakan kendaraan serta ketepatan waktu penyelesaian servis.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

   Daya tanggap mencerminkan kesigapan dan kecepatan karyawan bengkel dalam melayani konsumen, memberikan informasi yang jelas, serta menangani keluhan atau permintaan konsumen dengan cepat dan tepat.

4. Jaminan (*Assurance*)

   Jaminan berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, sopan santun, serta profesionalisme karyawan bengkel dalam memberikan rasa aman dan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan yang diterima.

5. Empati (Empathy)

Empati mencerminkan perhatian dan kepedulian bengkel terhadap kebutuhan konsumen secara individual, termasuk sikap ramah, kesediaan mendengarkan keluhan, serta perlakuan yang adil kepada setiap konsumen.

Kelima dimensi tersebut digunakan karena secara empiris telah terbukti mampu mengukur kualitas pelayanan jasa secara komprehensif dan relevan dengan konteks usaha bengkel otomotif (Lupiyoadi, 2021).

Instrumen kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y) disusun berdasarkan beberapa indikator utama, yaitu:

1. Kesesuaian pelayanan dengan harapan konsumen.
2. Kepuasan terhadap proses pelayanan.
3. Kepuasan terhadap hasil pelayanan.
4. Niat menggunakan kembali jasa bengkel.
5. Kesediaan merekomendasikan bengkel kepada pihak lain.

Indikator-indikator tersebut dipilih karena mampu menggambarkan kepuasan konsumen secara menyeluruh, baik dari aspek pengalaman pelayanan, hasil servis, maupun kecenderungan perilaku konsumen di masa mendatang (Pratama & Lestari, 2021).

Sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama, kuesioner terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder, yang saling melengkapi dalam mendukung analisis penelitian.

1. Data Primer

   Data primer merupakan data utama yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang yang telah menggunakan jasa pelayanan bengkel. Data primer digunakan untuk menggali persepsi, penilaian, dan pengalaman nyata konsumen terkait kualitas pelayanan serta tingkat kepuasan yang dirasakan, sehingga memiliki tingkat relevansi dan validitas yang tinggi dalam menjawab rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2021).

2. Data Sekunder

   Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan penelitian. Data sekunder diperoleh dari buku teks, jurnal ilmiah, skripsi, laporan penelitian, serta publikasi lain yang membahas kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan pemasaran jasa. Data ini digunakan untuk memperkuat landasan teori, menyusun kerangka berpikir, merumuskan hipotesis, serta mendukung pembahasan hasil penelitian.

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan secara sistematis dan terencana guna memperoleh data yang akurat, objektif, dan sesuai

dengan tujuan penelitian peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Tahapan pengumpulan data meliputi:

1. Penyusunan data responden penelitian berupa kuesioner yang disesuaikan dengan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
2. Pemberian penjelasan kepada responden mengenai tujuan penelitian, kerahasiaan data, dan tata cara pengisian kuesioner.
3. Penyebaran kuesioner kepada konsumen Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang yang telah menerima pelayanan.
4. Pengumpulan serta pemeriksaan kuesioner untuk memastikan kelengkapan dan konsistensi jawaban responden sebelum dianalisis.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel digunakan untuk menjelaskan variabel penelitian secara jelas, terukur, dan dapat diamati secara empiris. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y), yang diukur menggunakan skala Likert lima tingkat.

1. Kualitas Pelayanan (X)

   Kualitas pelayanan adalah kemampuan Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sesuai dengan harapan mereka, baik dari aspek fasilitas, proses pelayanan, maupun sikap dan kompetensi karyawan. Pengukuran kualitas pelayanan mengacu pada lima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2020).

2. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau puas yang dirasakan konsumen setelah membandingkan harapan sebelum menerima pelayanan dengan pelayanan yang diterima dari Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang. Kepuasan konsumen diukur melalui indikator kesesuaian harapan, kepuasan terhadap proses pelayanan, kepuasan terhadap hasil pelayanan, niat menggunakan kembali jasa bengkel, serta kesediaan merekomendasikan bengkel kepada pihak lain (Kotler & Keller, 2020).

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi / Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	Kemampuan Bengkel Mobil Sahat Martua dalam memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen selama proses servis kendaraan	1. Bukti fisik (kebersihan bengkel, kelengkapan peralatan, kenyamanan ruang tunggu, penampilan karyawan) 2. Keandalan (ketepatan diagnosa, ketepatan waktu, konsistensi hasil servis) 3. Daya tanggap (kecepatan pelayanan, kesigapan menangani keluhan, kejelasan informasi) 4. Jaminan (kompetensi teknisi, sikap profesional, rasa aman konsumen) 5. Empati (perhatian terhadap konsumen, sikap ramah, kemauan mendengarkan keluhan)	Likert

Kepuasan Konsumen (Y)	Tingkat perasaan puas konsumen setelah menerima pelayanan bengkel dan membandingkannya dengan harapan awal	6. Kesesuaian pelayanan dengan harapan 7. Kepuasan terhadap proses pelayanan 8. Kepuasan terhadap hasil pelayanan 9. Niat menggunakan kembali jasa bengkel 10. Kesediaan merekomendasikan bengkel	Likert

3.7 Rencana Analisis Data

Rencana analisis data merupakan tahapan penting dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengolah dan menganalisis data penelitian secara sistematis agar dapat menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden akan dianalisis dengan pendekatan statistik menggunakan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS)**.**

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu pengolahan data dan **a**nalisis data statistik**.**

3.7.1 Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan proses awal yang dilakukan setelah seluruh kuesioner terkumpul dari responden. Tujuan pengolahan data adalah untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam analisis berada dalam kondisi lengkap, konsisten, dan layak diolah secara statistik. Tahapan pengolahan data dalam penelitian ini meliputi:

1. *Editing*

   Editing merupakan tahap pemeriksaan awal terhadap kuesioner yang telah diisi oleh responden. Pada tahap ini, peneliti memeriksa kelengkapan jawaban,

kejelasan pengisian, serta konsistensi antarjawaban. Kuesioner yang tidak terisi lengkap atau mengandung jawaban yang tidak konsisten akan dipisahkan atau diperbaiki sesuai dengan ketentuan penelitian agar tidak memengaruhi keakuratan hasil analisis.

2. *Coding*

   Coding adalah proses pemberian kode numerik pada setiap alternatif jawaban responden sesuai dengan skala pengukuran yang digunakan. Dalam penelitian ini, jawaban responden pada skala Likert lima tingkat diberi kode angka mulai dari 1 sampai dengan 5, yang merepresentasikan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan dalam kuesioner. Proses coding bertujuan untuk mempermudah penginputan data ke dalam program statistik.

3. *Tabulating*

   Tabulating merupakan proses penyusunan data yang telah diberi kode ke dalam bentuk tabel. Data ditata secara sistematis sesuai dengan variabel dan indikator penelitian, sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengamatan awal, perhitungan statistik, serta interpretasi hasil analisis.

4. *Entry Data*

   Tahap selanjutnya adalah memasukkan (*entry*) data ke dalam program SPSS**.** Data yang telah melalui proses editing, coding, dan tabulating kemudian diinput ke dalam SPSS sesuai dengan format dan struktur variabel penelitian. Proses ini dilakukan secara cermat untuk menghindari kesalahan input yang dapat memengaruhi hasil analisis.

Melalui tahapan pengolahan data tersebut, diharapkan data yang digunakan dalam analisis statistik telah memenuhi syarat untuk dianalisis secara akurat dan objektif.

3.7.2 Analisis Data

Data penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis statistik dengan bantuan program SPSS. Tahapan analisis data yang dilakukan meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji kelayakan instrumen penelitian. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

Setelah data memenuhi asumsi klasik, analisis dilanjutkan dengan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui hubungan peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t (parsial), serta perhitungan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tahapan analisis data statistik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

   Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Pernyataan dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi lebih besar dari nilai r tabel pada tingkat signifikansi tertentu.

   Rumus Uji Validitas

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\left[n\sum X^2 - X)^2\right]\left[n\sum Y^2 - \sum Y)^2\right]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefesien korelasi antara skor item dan skor total
- X = Skor item pernyataan
- Y = Skor total variable
- n = Jumlah responden

Krteria Pengujian

- Jika $r_{hitung} > r_{table,}$ maka butir pernyataan dinyatakam valid
- Jika $r_{hitung} > r_{table,}$ maka butir pernyataan dinyatakam tidak valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi dan keandalan instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, yang menunjukkan bahwa instrumen mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten (Ghozali, 2021).

Rumus Uji Realibilitas:

$$\alpha = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Keterangan

α = Koefesien realibilitas

k = Jumlah item pernyataan

σ_i^2 = Varians tiap item

σ_t^2 = Varians total

Kriteria pengujian :

$\alpha = \geq 0{,}70 \rightarrow$ Instrumen reliabel

$\alpha =< 0{,}70 \rightarrow$ Instrumen tidak reliabel

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi statistik, sehingga hasil analisis dapat dipercaya. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi:

- Uji normalitas, untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal
- Uji heteroskedastisitas, untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Y = a + bX

di mana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Kualitas Pelayanan

Nilai koefisien regresi (b) menunjukkan seberapa besar perubahan kepuasan konsumen akibat perubahan kualitas pelayanan.

4. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel atau dengan melihat nilai signifikansi (Sig.).

Apabila nilai Sig. < 0,05, maka hipotesis alternatif (H1) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak.

Rumus Uji t (Parsial)

$$t = b / S_b$$

Keterangan:

t = nilai t hitung

b / β_i = koefisien regresi variabel X (kualitas pelayanan)

$SE(\beta_i)$ / S_b = standar error dari koefisien regresi

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen. Nilai R^2 menunjukkan persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Hasil dari seluruh tahapan analisis data tersebut digunakan sebagai dasar dalam pengujian hipotesis serta untuk menarik kesimpulan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang.

Rumus Koefisien Determinasi

KD = R^2 x 100%

atau

KD= r^2 x 100%

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi dalam persen

R^2 = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat dari koefisien korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian



4.1 Gambaran Umum lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bengkel Mobil Sahat Martua yang berlokasi di Jln Lintas Gunung Tua Palsabolas , Simpang Morang, Desa Aek Godang Kecamatan Hulu Sihapas Kabupaten Padang Lawas Utara**.** Bengkel ini bergerak di bidang jasa perawatan dan perbaikan kendaraan bermotor roda empat dan melayani masyarakat sekitar desa maupun wilayah sekitarnya. Bengkel Mobil Sahat Martua memberikan berbagai jenis layanan, antara lain servis rutin kendaraan, perbaikan mesin, perbaikan sistem kelistrikan, serta penggantian suku cadang kendaraan.

Sebagai bengkel yang beroperasi di wilayah pedesaan, Bengkel Mobil Sahat Martua memiliki peran penting dalam menunjang mobilitas masyarakat. Aktivitas pelayanan dilakukan setiap hari kerja dengan melibatkan teknisi dan karyawan yang bertugas melayani konsumen secara langsung. Kondisi ini menjadikan Bengkel Mobil Sahat Martua sebagai lokasi yang relevan untuk meneliti kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen**.**

Bengkel Mobil Sahat Martua juga memiliki kedekatan emosional yang baik dengan para pelanggan setianya. Mayoritas konsumennya berasal dari lingkungan sekitar yang sejak lama mempercayakan perawatan dan perbaikan kendaraan mereka di bengkel tersebut. Hubungan yang terjalin secara konsisten dan berkelanjutan ini menjadi aspek yang penting dalam mengkaji bagaimana pelanggan memandang dan menilai kualitas pelayanan yang diberikan.

Lokasi bengkel yang berada di jalur strategis lintas Gunung Tua juga berpengaruh terhadap tingginya jumlah kunjungan pelanggan, baik dari masyarakat desa setempat maupun pengguna jalan dari daerah lain yang melintas. Kondisi tersebut memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memperoleh data yang lebih beragam dan mendalam mengenai pengalaman konsumen, sehingga hasil penelitian mampu merepresentasikan gambaran kualitas pelayanan secara lebih objektif dan faktual.

4.2 Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen yang telah menggunakan jasa Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 35 orang. Data responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan guna memberikan gambaran umum karakteristik responden.

Pengelompokan tersebut dilakukan agar data yang diperoleh lebih terstruktur dan memudahkan dalam proses analisis. Melalui klasifikasi ini, peneliti dapat memahami latar belakang sosial ekonomi responden serta melihat kecenderungan karakteristik pelanggan yang dominan. Informasi tersebut juga

membantu dalam menginterpretasikan hasil penelitian secara lebih akurat dan kontekstual sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

Master Tabel 4.1 Dari Data 35 Respoden Variabel Kualitas Pelayanan X dan Kepuasan Konsumen Y

No	Nama/ Kode	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Frekuensi	Total Variabel X	Total Variabel Y
1	MHD Dirham	L	32	Wiraswasta	3x	42	34
2	Julpan Muliadi	L	28	Petani	2x	37	31
3	MHD Yakub	L	40	Wiraswasta	4x	47	38
4	Ahmad Ilson	L	35	PNS	3x	46	37
5	Sawal Hsb	L	29	Petani	2x	41	33
6	Pirman	L	22	Lainnya	1x	33	26
7	Saipul Wadi	L	38	Pegawai Swasta	2x	40	32
8	Najaruddin	L	33	Wiraswasta	3x	46	37
9	Dirman	L	36	Wiraswasta	4x	40	32
10	Mahidin Hsb	L	42	Petani	3x	46	37
11	Barahim	L	39	Wiraswasta	4x	47	38
12	Masrin	L	34	Pegawai Swasta	3x	41	33
13	Ruslan Bahri	L	48	Petani	1x	34	27
14	Hidir	L	37	PNS	2x	39	32
15	Andi	L	41	PNS	4x	46	38
16	Rudi	L	44	Wiraswasta	1x	33	30
17	Rajo Aman	L	35	Wiraswasta	4x	48	39
18	Hasbullah Srg	L	36	Petani	3x	43	34
19	Habibun Hrp	L	47	Pegawai Swasta	1x	35	28
20	Sahban	L	38	Wiraswasta	3x	40	32
21	Jaka saputra	L	50	Petani	1x	31	30
22	MHD Ikbal	L	34	Wiraswasta	5x	49	39
23	Ramdani	L	33	Pegawai Swasta	2x	38	30
24	Putra	L	39	Wiraswasta	3x	41	33
25	Muliadi Srg	L	43	PNS	4x	47	38
26	Ahmat Sayuti	L	31	Petani	2x	40	32
27	Arpan Saleh	L	46	Pegawai Swasta	3x	44	31
28	Alfian	L	30	Petani	2x	36	29
29	Siti Patimah	P	27	Pegawai Swasta	3x	44	34
30	Nur Aisyah Srg	P	30	PNS	2x	38	30
31	Yanti nasution	P	29	Wiraswasta	3x	45	35
32	Erna sari	P	26	Lainnya	2x	36	32
33	Putri Amaliyah	P	32	Lainnya	2x	41	32
34	Sopiah	P	28	Pegawai Swasta	3x	43	33
35	Royhana	P	31	LainnyaS	2x	37	30

Tabel 4.1 memperlihatkan rekapitulasi data dari 35 responden yang diteliti pada variabel X dan Y. Informasi yang disajikan mencakup identitas responden, jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, frekuensi partisipasi, serta jumlah skor masing-masing variabel. Sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki, dengan rentang usia antara 22 sampai 50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan penelitian didominasi oleh kelompok usia dewasa yang masih aktif bekerja. Dari aspek pekerjaan, responden berasal dari berbagai profesi, terutama wiraswasta dan petani, disusul PNS, pegawai swasta, dan kategori pekerjaan lainnya.

Nilai frekuensi yang tercatat bervariasi dari 1 hingga 5 kali. Responden dengan frekuensi lebih tinggi umumnya memiliki skor total variabel X dan Y yang lebih besar. Skor variabel X berada pada kisaran 31 - 49, sementara variabel Y berkisar antara 25 - 40. Secara keseluruhan, data menunjukkan kecenderungan bahwa peningkatan pada variabel X diikuti oleh peningkatan pada variabel Y, sehingga dapat diduga terdapat hubungan yang searah antara kedua variabel tersebut.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan dan Frekuensi

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, Uisa, Pekerjaan dan Frekuensi penggunaan jasa Bengkel Mobil Sahat Martua

Tabel 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin			
	Laki-laki	28	80,00
	Perempuan	7	20,00
	Total	**35**	**100,00**
Usia (Tahun)			
	20 – 29	6	17,14
	30 – 39	12	34,29
	40 – 49	10	28,57
	≥ 50	7	20,00
	Total	**35**	**100,00**
Pekerjaan			
	Wiraswasta	10	28,57
	Petani	8	22,86
	Pegawai Swasta	7	20,00
	PNS	5	14,29
	Lainnya	5	14,29
	Total	**35**	**100,00**
Frekuensi Menggunakan Jasa			
	1–2 kali	8	22,9
	3–5 kali	15	42,9
	> 5 kali	12	34,2
	Total	**35**	**100,0**

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 28 orang (80,00%), sedangkan responden perempuan sebanyak 7 orang (20,00%).

Berdasarkan usia, responden terbanyak berada pada rentang 30–39 tahun sebanyak 12 orang (34,29%), diikuti usia 40–49 tahun sebanyak 10 orang (28,57%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Bengkel Mobil Sahat Martua berada pada usia produktif.

Dilihat dari jenis pekerjaan, responden dengan pekerjaan wiraswasta merupakan kelompok terbanyak yaitu 10 orang (28,57%), diikuti petani sebanyak 8 orang (22,86%) dan pegawai swasta sebanyak 7 orang (20,00%).

Berdasarkan frekuensi penggunaan jasa, sebagian besar responden telah menggunakan jasa bengkel sebanyak 3–5 kali yaitu 15 orang (42,9%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan pelanggan yang telah memiliki pengalaman dalam menggunakan jasa Bengkel Mobil Sahat Martua, sehingga jawaban yang diberikan dalam kuesioner dapat dianggap cukup valid dalam menilai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan gambaran umum mengenai variabel penelitian yang terdiri dari Variabel X (Kualitas Pelayanan) dan Variabel Y (Kepuasan Konsumen). Deskripsi dilakukan berdasarkan total skor jawaban responden yang diperoleh melalui kuesioner dengan skala penilaian 1–5.

4.3.1 Deskripsi Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Tabel 4.3 Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Bukti Fisik (Tangibels)	35	4.03	.747
Bukti Fisik (Tangibels)	35	3.94	.591
Keandalan (Reliabelity)	35	4.20	.632
Keandalan (Reliabelity)	35	4.09	.562
Daya Tanggap (Responsiveness)	35	3.91	.658
Daya Tanggap (Responsiveness)	35	4.23	.490
Jaminan (Asurance)	35	4.03	.664
Jaminan (Asurance)	35	4.17	.453
Empati (Empathy)	35	4.03	.785

Empati (Empathy)	35	3.97	.707
Bukti_Fisik	35	6.0000	1.00000
Keandalan	35	6.2429	.81684
Daya_Tanggap	35	6.0286	.83086
Jaminan	35	6.1143	.75815
Empati	35	6.0143	.92741
Valid N (listwise)	35		

Berdasarkan Tabel 4.6 *Descriptive Statistics***,** dapat disimpulkan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan pada Bengkel Mobil Sahat Martua berada pada kategori baik hingga sangat baik**,** dengan jumlah responden sebanyak 35 orang.

Secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bukti Fisik *(Tangibles)* memiliki nilai rata-rata 4,03 dan 3,94 dengan standar deviasi 0,747 dan 0,591. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi fasilitas, kelengkapan peralatan, serta penampilan karyawan dinilai baik oleh responden, dengan tingkat variasi jawaban yang relatif kecil.
2. Keandalan *(Reliability)* memperoleh rata-rata 4,20 dan 4,09 dengan standar deviasi 0,632 dan 0,562. Nilai ini menunjukkan bahwa bengkel dinilai mampu memberikan pelayanan secara tepat, akurat, dan sesuai janji, serta cukup konsisten dalam pengerjaan servis kendaraan.
3. Daya Tanggap *(Responsiveness)* memiliki rata-rata 3,91 dan 4,23 dengan standar deviasi 0,658 dan 0,490. Ini mengindikasikan bahwa karyawan cukup cepat dan tanggap dalam melayani serta merespons kebutuhan dan keluhan konsumen.

4. Jaminan *(Assurance)* menunjukkan nilai rata-rata 4,03 dan 4,17 dengan standar deviasi 0,664 dan 0,453. Artinya, konsumen merasa yakin terhadap kompetensi teknisi, sikap profesional, serta rasa aman selama proses pelayanan.
5. Empati *(Empathy)* memiliki rata-rata 4,03 dan 3,97 dengan standar deviasi 0,785 dan 0,707. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian dan kepedulian terhadap konsumen sudah baik, meskipun masih terdapat sedikit variasi dalam persepsi responden

Tabel 4.4 Rata-Rata Skor Keseluruhan Kualitas Pelayanan

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Total_Kualitas_Pelayanan	35	19.10	31.30	25.5886	3.39219
Valid N (listwise)	35				

Secara umum, kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen menunjukkan hasil yang memuaskan dengan nilai rata-rata yang cukup tinggi. Rentang skor yang diperoleh memperlihatkan adanya variasi penilaian, namun tidak terlalu signifikan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat dikategorikan baik dan mendukung terciptanya kepuasan konsumen.

4.3.2 Deskripsi Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 35 responden, diperoleh total skor Variabel Y sebesar **1.156** dengan rata-rata sebesar **32,40** dari skor maksimum ideal 40.

Tabel 4.5 Variabel Y Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Jumlah Item	Skor Ideal	Rata-rata Skor	Persentase (%)	Kategori
1	Kesesuaian Dengan	2	10	8,0286	80,29 %	Sangat

	Harapan					Puas
2	Niat Menggunakan Kembali	2	10	8,3143	83,13 %	Sangat Puas
3	Kesediaan Merekomendasikan	2	10	8,1714	81,71 %	Sangat Puas
4	Kepuasan Hasil Pelayanan	1	5	3,8857	77,71%	Puas
5	Kepuasan Proses Pelayanan	1	5	4,0000	80,00%	Sangat Puas
	Total / Rata-rata	8	40	**32,40**	**80,57 %**	**Sangat Puas**

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berada pada kategori sangat puas dengan persentase rata-rata sebesar **80,57%** dari skor ideal. Sebagian besar indikator menunjukkan hasil sangat memuaskan, terutama pada indikator niat menggunakan kembali (83,13%), kesediaan merekomendasikan (81,71%), dan kesesuaian dengan harapan (80,29%). Indikator kepuasan proses pelayanan juga berada pada kategori sangat puas (80,00%), sedangkan kepuasan hasil pelayanan memperoleh persentase 77,71% dengan kategori puas. Secara umum, pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan konsumen dan mendorong loyalitas pelanggan.

4.4. Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilaksanakan untuk menilai kelayakan instrumen penelitian dalam mengukur variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap pernyataan yang digunakan benar-benar merepresentasikan variabel yang diteliti serta menghasilkan data yang konsisten.

4.4.1 Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel**.** Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 35 orang,

sehingga nilai r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 sebesar 0,334. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel**.**

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

n = 35
r tabel (α = 0,05) = 0,334

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1	0,934	0,334	Valid
2	X2	0,838	0,334	Valid
3	X3	0,834	0,334	Valid
4	X4	0,709	0,334	Valid
5	X5	0,882	0,334	Valid
6	X6	0,765	0,334	Valid
7	X7	0,803	0,334	Valid
8	X8	0,665	0,334	Valid
9	X9	0,834	0,334	Valid
10	X10	0,556	0,334	Valid

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

n = 35

r tabel (α = 0,05) = 0,334

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Y1	0,931	0,334	Valid
2	Y2	0,848	0,334	Valid
3	Y3	0,840	0,334	Valid
4	Y4	0,755	0,334	Valid
5	Y5	0.872	0,334	Valid
6	Y6	0,820	0,334	Valid
7	Y7	0,844	0,334	Valid
8	Y8	0,512	0,334	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, seluruh item pernyataan menunjukkan nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel (0,334)**.** Oleh karena itu, seluruh item pernyataan pada kedua

variabel tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	10	0,923	> 0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	8	0,907	> 0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel tersebut, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) yang terdiri dari 10 item pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,923, sedangkan variabel Kepuasan Konsumen (Y) yang terdiri dari 8 item memperoleh nilai 0,907. Kedua nilai tersebut lebih besar dari kriteria 0,60, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh instrumen penelitian bersifat reliabel. Hal ini berarti butir-butir pernyataan dalam kuesioner memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa data penelitian telah memenuhi ketentuan yang diperlukan dalam analisis regresi. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji normalitas dan uji heteroskedastisitas**.**

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov - Smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05**.**

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov–Smirnov)

Variabel	N	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	35	0,200	> 0,05	Normal
Kepuasan Konsumen (Y)	35	0,200	> 0,05	Normal

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen **(Y)** masing-masing memiliki nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka kedua variabel dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, data penelitian telah memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis statistik berikutnya, seperti uji regresi atau pengujian hipotesis.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian dilakukan dengan uji Glejser. Data dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi > 0,05**.**

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Variabel Independen	Sig.	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,312	> 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 4.11, nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,312 yang lebih besar dari 0,05**.** Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas**.**

Dari hasil pengujian normalitas dan heteroskedastisitas, dapat disimpulkan bahwa data penelitian telah memenuhi persyaratan asumsi klasik.

Dengan demikian, data tersebut dapat digunakan untuk analisis regresi pada tahap berikutnya.

4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui peningkatan kepuasan konsumen (Y) berdasarkan kualitas pelayanan (X)**.** Hasil analisis regresi linear sederhana disajikan dalam bentuk persamaan regresi dan tabel koefisien regresi.

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	**Koefisien Regresi (B)**	**Std. Error**	**t hitung**	**Sig.**
Konstanta (a)	-0,826	0,633	-1,305	0,201
Kualitas Pelayanan (X)	0,823	0,015	53,624	0,000

Berdasarkan Tabel 4.12, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

Y = - 0,826 + 0,823 X

Hasil uji regresi linear sederhana, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) memiliki koefisien regresi (B) sebesar 0,823 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,823 satuan.

Sementara itu, nilai konstanta sebesar - 0,826 dengan signifikansi 0,201 menunjukkan bahwa ketika kualitas pelayanan bernilai nol, kepuasan konsumen bernilai negatif, namun konstanta tersebut tidak signifikan. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.7 Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengetahui signifikansi peningkatan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara individual. Kriteria pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel atau dengan melihat nilai signifikansi.

Tabel 4.12 Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	53,624	2,034	0,000	Signifikan

Keterangan:

t tabel = 2,034 ($\alpha = 0,05$; n = 35)

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh nilai t hitung sebesar 53,624, yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel sebesar 2,034, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

4.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan (X) dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen (Y)**.** Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R *Square* (R^2)**.**

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,994	0,989	0,988

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh nilai R sebesar 0,994**,** yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen sangat kuat. Nilai R Square sebesar 0,989 mengindikasikan bahwa sebesar 98,9% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian. Sementara itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,988 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah sampel dan variabel, model tetap memiliki kemampuan penjelasan yang sangat tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki tingkat ketepatan dan kontribusi yang sangat besar dalam menjelaskan hubungan antar variabel.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan elemen fundamental dalam keberhasilan usaha jasa, karena menjadi faktor utama yang menentukan persepsi dan penilaian konsumen terhadap suatu layanan. Dalam perspektif pemasaran jasa, kualitas pelayanan tidak hanya dipandang sebagai hasil akhir, tetapi juga sebagai keseluruhan proses interaksi antara penyedia jasa dan konsumen. Tjiptono (2020) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan oleh konsumen serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan tersebut secara konsisten. Hal ini diperkuat oleh Kotler dan Keller (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan terbentuk melalui perbandingan antara harapan konsumen sebelum menerima layanan dengan kinerja pelayanan yang dirasakan setelah layanan diberikan.

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diukur menggunakan pendekatan SERVQUAL yang mencakup lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Model ini banyak digunakan dalam penelitian jasa karena mampu menggambarkan pengalaman konsumen secara komprehensif (Zeithaml, 2020). Kelima dimensi tersebut juga relevan dengan karakteristik usaha bengkel mobil, di mana konsumen tidak hanya menilai hasil perbaikan kendaraan, tetapi juga seluruh proses pelayanan yang mereka alami.

Berdasarkan hasil analisis data pada Bab IV, kualitas pelayanan di Bengkel Mobil Sahat Martua berada pada kategori sangat baik**.** Hal ini terlihat

dari rata-rata jawaban responden yang didominasi oleh kategori setuju hingga sangat setuju pada seluruh indikator yang diukur. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum pelayanan yang diberikan telah mampu memenuhi harapan konsumen. Kondisi ini mencerminkan bahwa bengkel telah berhasil menerapkan standar pelayanan yang baik, baik dari segi fasilitas fisik, ketepatan pelayanan, kecepatan respon, maupun sikap karyawan.

Jika dianalisis lebih mendalam, dimensi bukti fisik menunjukkan bahwa kondisi bengkel yang bersih, peralatan yang memadai, serta kenyamanan ruang tunggu memberikan kesan profesional kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2020) bahwa bukti fisik merupakan indikator awal yang digunakan konsumen dalam menilai kualitas jasa. Selanjutnya, dimensi keandalan menunjukkan bahwa bengkel mampu memberikan hasil perbaikan yang konsisten dan sesuai dengan harapan konsumen. Keandalan ini menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan pelanggan (Lupiyoadi, 2021).

Dimensi daya tanggap juga memperoleh penilaian tinggi, yang menunjukkan bahwa karyawan bengkel mampu merespons kebutuhan dan keluhan konsumen dengan cepat. Hal ini penting karena kecepatan pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat diperhatikan dalam usaha jasa (Pratama & Lestari, 2021). Selain itu, dimensi jaminan menunjukkan bahwa konsumen merasa aman dan percaya terhadap kemampuan teknisi serta pelayanan yang diberikan. Kepercayaan ini merupakan modal penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen (Kotler & Keller, 2020). Sementara itu, dimensi empati menunjukkan bahwa karyawan bengkel memiliki sikap ramah,

perhatian, dan mampu memahami kebutuhan konsumen secara individual, yang pada akhirnya meningkatkan kenyamanan konsumen selama proses pelayanan.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh berbagai penelitian terdahulu. Pratama dan Lestari (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan yang baik pada bengkel mobil berpengaruh positif terhadap persepsi konsumen. Widodo dan Sulistyo (2022) juga menyatakan bahwa seluruh dimensi SERVQUAL memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk kualitas pelayanan. Selain itu, Suryani (2022) menegaskan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan transparan menjadi faktor utama dalam meningkatkan penilaian kualitas pelayanan jasa otomotif.

Hasil uji regresi linear sederhana dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel serta tingkat signifikansi di bawah 0,05, sehingga hipotesis alternatif (H1) diterima. Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel penyebab (antecedent) yang secara langsung memengaruhi kepuasan konsumen.

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,994 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,989 atau 98,9% menunjukkan bahwa hampir seluruh variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 1,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil ini memperkuat penelitian Nasution dan

Harahap (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan dalam menentukan kepuasan konsumen pada sektor jasa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di Bengkel Mobil Sahat Martua tidak hanya berada pada kategori sangat baik, tetapi juga memiliki peran yang sangat dominan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan perlu terus dilakukan, baik melalui peningkatan kompetensi teknisi, perbaikan fasilitas, maupun peningkatan kualitas interaksi dengan konsumen. Upaya ini penting untuk menjaga kepercayaan konsumen, meningkatkan loyalitas, serta memperkuat daya saing bengkel di masa yang akan datang.

5.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu usaha jasa, karena mencerminkan sejauh mana pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kotler dan Keller (2020) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja pelayanan dengan harapan awal. Konsep ini diperkuat oleh teori *disconfirmation of expectations*, yang menyatakan bahwa kepuasan terjadi kinerja pelayanan sesuai atau melebihi harapan, sedangkan ketidakpuasan terjadi kinerja berada di bawah harapan.

Dalam konteks usaha bengkel mobil, kepuasan konsumen tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir perbaikan kendaraan, tetapi juga oleh keseluruhan pengalaman pelayanan yang dirasakan selama proses servis berlangsung. Hal ini mencakup aspek komunikasi, kejelasan informasi, sikap karyawan, kecepatan pelayanan, serta kenyamanan selama menunggu. Lupiyoadi (2021) menyatakan

bahwa kepuasan konsumen dalam jasa sangat dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan secara menyeluruh, bukan hanya hasil akhir.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh rata-rata skor kualitas pelayanan sebesar 40,97 dari skor maksimum 50, dengan tingkat capaian sebesar 81,94% yang termasuk dalam kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Mobil Sahat Martua telah sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu, hasil analisis juga menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berada dalam kategori baik, yang berarti sebagian besar responden merasa puas terhadap pelayanan yang diterima.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Putri dan Rahman (2021) yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan konsumen. Suryani (2022) juga menemukan bahwa kepuasan konsumen jasa bengkel dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, serta transparansi informasi dan biaya.

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini terbentuk dari beberapa aspek penting. Pertama, kesesuaian antara harapan dan pelayanan yang diterima menunjukkan bahwa bengkel mampu memberikan layanan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kedua, pengalaman selama proses pelayanan yang positif, seperti sikap ramah karyawan dan kejelasan informasi, turut meningkatkan kepuasan. Ketiga, hasil akhir perbaikan kendaraan yang baik memberikan rasa puas dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bengkel.

Selain itu, adanya kecenderungan konsumen untuk kembali menggunakan jasa bengkel menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup tinggi. Hal

ini sesuai dengan teori loyalitas pelanggan yang menyatakan bahwa konsumen yang puas akan memiliki niat untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan jasa kepada orang lain (Kotler & Keller, 2020). Penelitian Pratama dan Lestari (2021) juga menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas dan niat penggunaan ulang jasa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bengkel Mobil Sahat Martua telah mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, sehingga menghasilkan tingkat kepuasan yang baik. Namun demikian, peningkatan kualitas pelayanan tetap perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen di masa mendatang. Hal ini penting mengingat persaingan usaha jasa yang semakin ketat serta meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap kualitas pelayanan.

5.3 Hubungan Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana pada Bab IV, diperoleh persamaan regresi yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Koefisien regresi yang bernilai positif mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat searah, sehingga setiap peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan tingkat kepuasan konsumen. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua.

Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan

hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja pelayanan yang diterima. Apabila kinerja pelayanan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan, maka konsumen akan merasa puas. Dalam konteks usaha jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan karena pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir, tetapi juga proses pelayanan yang mereka alami.

Hal ini juga diperkuat oleh model SERVQUAL yang dikembangkan oleh A. Parasuraman bersama Valarie A. Zeithaml dan Leonard L. Berry yang menjelaskan bahwa dimensi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles memiliki peran penting dalam membentuk persepsi kualitas pelayanan. Apabila kelima dimensi tersebut terpenuhi dengan baik, maka persepsi pelanggan terhadap pelayanan akan positif dan berdampak langsung pada meningkatnya kepuasan.

Selain itu, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,994 menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berada pada kategori sangat kuat. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,989 atau 98,9% mengindikasikan bahwa hampir seluruh variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 1,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Tingginya nilai koefisien determinasi tersebut secara teoritis dapat dijelaskan karena dalam usaha jasa seperti bengkel, kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang secara langsung dirasakan oleh konsumen.

Secara metodologis, besarnya kontribusi tersebut juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik responden yang relatif homogen serta mayoritas merupakan pelanggan yang telah beberapa kali menggunakan jasa bengkel, sehingga

penilaian mereka terhadap kualitas pelayanan sangat berkaitan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan. Instrumen penelitian yang telah terbukti valid dan reliabel juga memperkuat konsistensi hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat dominan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan menjadi strategi utama yang harus dipertahankan dan dikembangkan guna menjaga loyalitas serta keberlangsungan usaha bengkel di masa mendatang.

5.4 Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi hasil penelitian merupakan konsekuensi logis atau dampak yang ditimbulkan dari temuan penelitian, baik secara teoritis maupun praktis. Implikasi menjelaskan bagaimana hasil penelitian dapat diterapkan dalam pengambilan keputusan, pengembangan strategi, serta perbaikan kebijakan pada objek yang diteliti. Dengan kata lain, implikasi hasil penelitian memberikan gambaran mengenai manfaat nyata dari temuan penelitian bagi pihak yang berkepentingan, khususnya dalam meningkatkan kinerja dan efektivitas pengelolaan usaha.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi prioritas utama dalam pengelolaan bengkel. Mengingat besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka upaya perbaikan fasilitas, peningkatan kompetensi teknisi, kecepatan pelayanan, serta sikap ramah dan profesional perlu terus dipertahankan dan ditingkatkan. Hal ini

sejalan dengan temuan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap terbentuknya kepuasan konsumen.

Selain berperan dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada, kualitas pelayanan yang optimal juga berpotensi meningkatkan loyalitas serta mendorong promosi dari mulut ke mulut melalui rekomendasi konsumen yang merasa puas. Kepuasan yang tinggi akan membentuk hubungan jangka panjang antara konsumen dan pihak bengkel, sehingga menciptakan keunggulan kompetitif di tengah persaingan usaha jasa otomotif.

Oleh karena itu, evaluasi dan peningkatan pelayanan secara berkelanjutan sangat diperlukan agar tingkat kepuasan konsumen tetap terjaga dan mampu mendukung perkembangan usaha bengkel secara berkesinambungan. Dengan menerapkan strategi peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten, Bengkel Mobil Sahat Martua dapat memperkuat posisinya sebagai penyedia jasa yang terpercaya dan mampu memenuhi harapan pelanggan secara optimal.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang menunjukkan kondisi yang cukup baik namun belum sepenuhnya stabil. Hal ini terlihat dari adanya fluktuasi kualitas pelayanan setiap tahun, di mana sempat mengalami peningkatan tetapi juga mengalami penurunan kembali. Pelayanan yang diberikan sudah mencakup aspek penting seperti keramahan, komunikasi, serta usaha perbaikan dari pihak bengkel, namun masih terdapat beberapa kekurangan seperti ketidakkonsistenan pelayanan saat kondisi ramai dan ketepatan waktu pengerjaan yang belum optimal. Oleh karena itu, kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan secara berkelanjutan agar dapat memenuhi harapan konsumen secara maksimal
2. Tingkat kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang dipengaruhi oleh kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan harapan konsumen. Secara umum, konsumen merasa cukup puas apabila pelayanan yang diberikan ramah, jelas, dan hasil perbaikan sesuai dengan yang diharapkan. Namun, kepuasan tersebut belum sepenuhnya optimal karena masih ditemukan adanya keluhan terkait proses pelayanan, seperti keterlambatan atau kurangnya konsistensi pelayanan. Kepuasan konsumen juga terlihat dari kecenderungan untuk kembali menggunakan jasa bengkel dan merekomendasikannya, meskipun masih diperlukan peningkatan kualitas pelayanan agar tingkat kepuasan dapat lebih maksimal.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi yang menunjukkan hubungan sangat kuat antara kedua variabel, dengan nilai korelasi yang tinggi serta kontribusi yang besar dalam menjelaskan kepuasan konsumen. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti ketepatan waktu, keramahan, dan profesionalisme, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan menurun, maka kepuasan konsumen juga akan ikut menurun.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pihak Bengkel Mobil Sahat Martua disarankan untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten, mengingat kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perhatian khusus dapat difokuskan pada ketepatan waktu pelayanan, keramahan dan profesionalisme karyawan, serta responsivitas terhadap kebutuhan dan keluhan konsumen.
2. Mengingat besarnya kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (98,9%), pihak bengkel perlu melakukan evaluasi pelayanan secara berkala serta meningkatkan kompetensi teknisi dan karyawan agar tingkat kepuasan konsumen tetap terjaga dan dapat semakin ditingkatkan.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, promosi, lokasi, atau faktor kepercayaan, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate data analysis* (8th ed.). United Kingdom: Cengage Learning.

Handayani, R. (2023). Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 15–27.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.

Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi* (4th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktik*. Salemba Empat.

Nasution, M. N., & Harahap, D. A. (2020). *Manajemen pemasaran jasa modern*. Medan: Penerbit Unimed Press.

Nasution, M. N., & Harahap, D. A. (2020). Peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen usaha jasa. *Jurnal Manajemen Strategi*, 5(1), 33–44.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2021). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.
Suryani, T. (2022). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran*. Graha Ilmu.

Pratama, R., & Lestari, D. (2021). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bengkel mobil. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 112–123.

Pratama, R., & Lestari, D. (2021). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bengkel mobil. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 112–123.

Putri, A., & Rahman, F. (2021). Peningkatan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen jasa bengkel. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(3), 201–212.

Rahman, M., & Yuliana, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 98–110.

Sari, L., & Kurniawan, H. (2022). Pelayanan optimal dalam meningkatkan kepuasan konsumen bengkel mobil. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(1), 75–86.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, T. (2022). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran jasa (Edisi terbaru)*. Yogyakarta: Andi.

Widodo, A., & Sulistyo, B. (2022). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa otomotif. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 45–56.

Zeithaml, V. A., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktik*. Jakarta: Salemba Empat.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education

UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
Berdasarkan SK Menristekdikti RI Nomor: 461/KPT/I/2019,17 Juni 2019
Jl. Raja Inal Siregar Kel. BatunaduaJulu, Kota Padangsidimpuan 22733.
Telp.(0634) 7366507 Fax. (0634) 22684
e -mail: aufa.royhan@yahoo.com http//: unar.ac.id

Nomor : 004/ FBPT/UNAR/E/PM/I/2026 Padangsidimpuan, 8 Januari 2026
Lampiran : -
Perihal : Izin Survey Pendahuluan

Kepada Yth.
Kepala Desa Aek Godang
Di

Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Kewirausahaan Program Sarjana di Universitas Aufa Royhan Di Kota Padangsidimpuan, kami mohon bantuan saudara agar kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Ibnu Ihsan Hasibuan
NPM : 22090002
Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana

Dapat diberikan Izin Survey Pendahuluan di Desa Aek Godang untuk penulisan Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil S. Martua Desa Aek Godang".

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan bantuan saudara kami ucapkan terimakasih.

Dekan

Indra Maulana, S.Pd, M.Pd
NUPTK.4242769670130393

BENGKEL MOBIL SAHAT MARTUA
Jalan Lintas Gunung Tua Aek Godang, Desa Aek Godang
No. Hp.0812-6093-4445

Nomor : 001/SM/SK/2026
Lampiran : -
Perihal : Balasan Izin Surpey Pendahuluan

Aek Godang, 10 Januari 2026
Kepada Yth :
Dekan Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Aufa Royhan Kota Padangsidimpuan
Di :
Tempat

Dengan Hormat

Menindak lanjuti surat saudara No.004/FBPT/UNAR/E/PM/I/2026 tanggal, 8 Januari 2026 Tentang permohonan izin Survey pendahuluan untuk menyelesaiakn Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana di universitas Aufa Royhan Padangsidimpuan.

Nama : Ibnu Ihsan Hasibuan
NIM : 22090002
Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana
Judul : Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang

Dengan ini memberikan izin kepada mahasiswa untuk melaksanakan izin survey pada Bengkel Mobil Sahat Martua, sesuai ketentuan yang berlaku.
Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama kami ucapkan terimakasih

Pemilik Usaha Bengkel Mobil Sahat Martua

BENGKEL S. MARTUA HRP
DARMIN HARAHAP

BERITA ACARA REVISI UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa	Ibnu Ihsan Hasibuan
NIM	22090002
Judul	Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang
Kritik dan Saran	Paraf
1. Ketua Penguji a. Perbaiki judul b. Perbaiki latar belakang c. Tambahkan teori d. Perbaiki teknik pembuatan sampel e. Tambahkan dokumentasi	
2. Anggota Penguji a. Perbaiki latar belakang masalah b. Perbaiki Penelitian terdahulu c. Tambahkan manfaat	
3. Pembimbing Utama a. Perbaiki sesuai saran ketua penguji dan anggota penguji	

Padangsidimpuan, Januari 2026

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Nurlaila, S.P., MM.
NUPTK. 4051769670230303

Pembimbing Pendamping

Halman Paris Ritonga, SE, MM
NUPTK. 4744771672130382

Ketua Penguji

Indra Maula, S.Pd, M.Pd
NUPTK. 4242769670130393

Anggota Penguji

Ahmad Riza Siregar, SE,MM
NUPTK. 9455773674130273

UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
Berdasarkan SK Menristekdikti RI Nomor: 461/KPT/I/2019,17 Juni 2019
Jl. Raja Inal Siregar Kel. BatunaduaJulu, Kota Padangsidimpuan 22733.
Telp.(0634) 7366507 Fax. (0634) 22684
e -mail: aufa.royhan@yahoo.com http//: unar.ac.id

Nomor : 94/ FBPT/UNAR/E/PM/I/2026 Padangsidimpuan, 26 Januari 2026
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Desa Aek Godang
Di

Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Kewirausahaan Program Sarjana di Universitas Aufa Royhan Di Kota Padangsidimpuan, kami mohon bantuan saudara agar kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Ibnu Ihsan Hasibuan
NPM : 22090002
Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana

Dapat diberikan Izin Penelitian di Desa Aek Godang untuk penulisan Skripsi dengan judul "Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Sahat Martua Desa Aek Godang".

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan bantuan saudara kami ucapkan terimakasih.

Dekan

Indra Maulana, S.Pd, M.Pd
NUPTK.4242769670130393

BENGKEL MOBIL SAHAT MARTUA
Jalan Lintas Gunung Tua Aek Godang, Desa Aek Godang
No. Hp.0812-6093-4445

Aek Godang, 27 Januari 2026

Nomor : 002/SM/SK/2026
Lampiran : -
Perihal : Balasan Izin Penelitian

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Aufa Royhan Kota Padangsidimpuan
Di :
Tempat

Dengan Hormat

Menindak lanjuti surat saudara No.94/FBPT/UNAR/E/PM/I/2026 tanggal, 26 Januari 2026 Tentang permohonan izin penelitian untuk menyelesaiakn Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana di universitas Aufa Royhan Padangsidimpuan.

Nama : Ibnu Ihsan Hasibuan
NIM : 22090002
Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana
Judul : Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang

Dengan ini memberikan izin kepada mahasiswa untuk melaksanakan izin Penelitian Pada Bengkel Mobil Sahat Martua, sesuai ketentuan yang berlaku.
Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama kami ucapkan terimakasih

Pemilik Usaha Bengkel Mobil Sahat Martua

BENGKEL SAHAT MARTUA HRP MAMOPAR

DARLIN HARAHAP

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN *(INFORMED CONSENT)*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa saya telah memperoleh penjelasan mengenai tujuan dan prosedur penelitian yang berjudul: **"Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang"**

Saya memahami bahwa:

1. Partisipasi saya dalam penelitian ini bersifat sukarela**.**
2. Data yang saya berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.
3. Saya berhak untuk menolak atau menghentikan pengisian kuesioner kapan saja tanpa konsekuensi apa pun.
4. Tidak ada risiko maupun kerugian yang ditimbulkan dari keikutsertaan saya sebagai responden.

Dengan ini, saya menyatakan bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner dengan jujur sesuai dengan kondisi yang saya alami.

Aek Godang, januari 2026

( )

Nama, ……

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen**.**
2. Bacalah setiap pernyataan dengan cermat.
3. Berilah tanda **(✓)** pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda.
4. Tidak ada jawaban benar atau salah. Jawablah sesuai dengan pengalaman Anda.

   Skala Penilaian:

   1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

   2 = Tidak Setuju (TS)

   3 = Netral (N)

   4 = Setuju (S)

   5 = Sangat Setuju (SS)

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Keterangan	Responden
1	Nama	
2	Jenis Kelamin	☐ Laki laki ☐ Perempuan
3	Usia	☐ < 20 tahun ☐ 20-30 Tahun ☐ 31-40 Tahun ☐ > 40 T
4	Pekerjaan	☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Wiraswasta ☐ Petani ☐ PNS ☐ Lainnya :
5	Frekuensi Menggunakan Jasa Bengkel Mobil Sahat Martua	☐ 1 Kali ☐ 2-3 Kali ☐ > 3 Kali

B. VARIABEL X – KUALITAS PELAYANAN

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Bengkel memiliki fasilitas dan peralatan yang memadai	☐	☐	☐	☐	☐
2	Lingkungan bengkel bersih dan tertata rapi	☐	☐	☐	☐	☐
3	Karyawan bengkel melayani dengan ramah dan sopan	☐	☐	☐	☐	☐
4	Teknisi bengkel memiliki kemampuan dan keahlian yang baik	☐	☐	☐	☐	☐
5	Bengkel memberikan pelayanan sesuai dengan janji	☐	☐	☐	☐	☐
6	Waktu pengerjaan servis sesuai dengan yang dijanjikan	☐	☐	☐	☐	☐
7	Karyawan bengkel cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan	☐	☐	☐	☐	☐
8	Informasi mengenai perbaikan dan biaya dijelaskan dengan jelas	☐	☐	☐	☐	☐
9	Saya merasa aman dan percaya terhadap pelayanan bengkel	☐	☐	☐	☐	☐
10	Karyawan bengkel memberikan perhatian kepada pelanggan	☐	☐	☐	☐	☐

C. VARIABEL Y – KEPUASAN KONSUMEN

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan bengkel	☐	☐	☐	☐	☐
2	Pelayanan bengkel sesuai dengan harapan saya	☐	☐	☐	☐	☐
3	Hasil perbaikan kendaraan memuaskan	☐	☐	☐	☐	☐
4	Saya merasa keputusan memilih bengkel ini sudah tepat	☐	☐	☐	☐	☐

5	Saya bersedia menggunakan kembali jasa bengkel ini	☐	☐	☐	☐	☐
6	Bengkel ini menjadi pilihan utama saya	☐	☐	☐	☐	☐
7	Saya bersedia merekomendasikan bengkel ini kepada orang lain	☐	☐	☐	☐	☐
8	Secara keseluruhan saya merasa sangat puas terhadap pelayanan bengkel ini	☐	☐	☐	☐	☐

1. KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

Tabel Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel X – Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Indikator	Nomor Pernyataan	Skala
1	Bukti Fisik (Tangibles)	Fasilitas dan peralatan bengkel	1	Likert
2	Bukti Fisik (Tangibles)	Kebersihan dan kerapian bengkel	2	Likert
3	Keandalan (Reliability)	Pelayanan sesuai janji	5	Likert
4	Keandalan (Reliability)	Ketepatan waktu pengerjaan	6	Likert
5	Daya Tanggap (Responsiveness)	Kecepatan melayani pelanggan	7	Likert
6	Daya Tanggap (Responsiveness)	Kejelasan informasi servis	8	Likert
7	Jaminan (Assurance)	Keahlian teknisi bengkel	4	Likert
8	Jaminan (Assurance)	Rasa aman dan kepercayaan	9	Likert
9	Empati (Empathy)	Sikap ramah dan sopan	3	Likert
10	Empati (Empathy)	Perhatian terhadap pelanggan	10	Likert

Variabel Y – Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Nomor Pernyataan	Skala
1	Kepuasan secara keseluruhan	1	Likert
2	Kesesuaian dengan harapan	2	Likert
3	Kepuasan terhadap hasil servis	3	Likert
4	Ketepatan keputusan memilih bengkel	4	Likert
5	Niat menggunakan kembali	5	Likert
6	Loyalitas konsumen	6	Likert
7	Kesediaan merekomendasikan	7	Likert
8	Evaluasi kepuasan total terhadap pelayanan	8	Likert

LAMPIRAN 1 TABULASI DATA DARI 35 RESPODEN
KUALITAS PELAYANAN (X) DAN KEPUASAN KONSUMEN (Y)

No	Nama/ Kode	Jk	Usia	Pekerjaan	f	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	Total X	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	Total Y
1	MHD Dirham	L	32	Wiraswasta	3x	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42	4	4	5	4	4	4	5	4	34
2	Julpan Muliadi	L	28	Petani	2x	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	37	4	4	4	4	3	4	4	4	31
3	MHD Yakub	L	40	Wiraswasta	4x	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47	5	5	5	4	5	5	5	4	38
4	Ahmad Ilson	L	35	PNS	3x	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46	5	4	5	5	4	5	4	5	37
5	Sawal Hsb	L	29	Petani	2x	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	5	4	4	4	4	33
6	Pirman	L	22	Lainnya	1x	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	33	3	3	4	3	3	4	3	3	26
7	Saipul Wadi	L	38	Pegawai Swasta	2x	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	Najaruddin	L	33	Wiraswasta	3x	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46	5	4	5	5	4	5	4	5	37
9	Dirman	L	36	Wiraswasta	4x	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	Mahidin Hsb	L	42	Petani	3x	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46	5	4	5	5	4	5	4	5	37
11	Barahim Saleh	L	39	Wiraswasta	4x	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47	5	4	5	5	5	5	5	4	38
12	Masrin	L	34	Pegawai Swasta	3x	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	4	4	4	4	4	4	4	5	33
13	Ruslan Bahri	L	48	Petani	1x	3	3	3	4	3	4	3	4	3	5	35	3	3	3	4	3	4	3	4	27
14	Hidir	L	37	PNS	2x	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	Andi	L	41	PNS	4x	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	46	5	5	5	4	5	5	5	4	38
16	Rudi hermansyah	L	44	Wiraswasta	1x	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	33	4	3	4	3	5	4	3	4	30
17	Rajo Aman	L	35	Wiraswasta	4x	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48	5	5	5	5	5	5	5	4	39
18	Hasbullah Srg	L	36	Petani	3x	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43	4	4	4	4	4	4	5	5	34
19	Habibun Hrp	L	47	Pegawai Swasta	1x	3	3	3	4	3	4	3	4	3	5	35	3	3	3	4	3	4	3	5	28
20	Sahban Juhaipi	L	38	Wiraswasta	3x	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	Jaka saputra	L	50	Petani	1x	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31	3	4	3	5	3	4	4	4	30
22	MHD Ikbal	L	34	Wiraswasta	5x	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	5	5	5	5	5	5	5	4	39
23	Ramdani	L	33	Pegawai Swasta	2x	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	4	4	4	4	4	4	3	3	30
24	Putra	L	39	Wiraswasta	3x	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	4	4	4	4	4	4	4	5	33
25	Muliadi Srg	L	43	PNS	4x	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	47	5	5	5	4	5	5	5	4	38
26	Ahmat Sayuti	L	31	Petani	2x	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	Arpan Saleh	L	46	Pegawai Swasta	3x	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	3	31
28	Alfian	L	30	Petani	2x	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	33	3	3	4	5	3	4	4	3	29
29	Siti Patimah	P	27	Pegawai Swasta	3x	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43	4	4	4	4	4	4	5	5	34
30	Nur Aisyah Srg	P	30	PNS	2x	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	4	4	4	4	4	4	3	3	30
31	Yanti nasution	P	29	Wiraswasta	3x	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	45	5	4	5	5	4	5	4	3	35
32	Erna sari	P	26	Lainnya	2x	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	34	3	5	4	4	4	4	4	4	32
33	Putri Amaliyah	P	32	Lainnya	2x	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	Sopiah	P	28	Pegawai Swasta	3x	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	5	4	4	4	33
35	Royhana	P	31	Lainnya	2x	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	37	4	4	4	4	3	4	4	3	30
						141	138	147	143	137	148	141	146	141	139	1421	144	141	148	148	141	150	143	141	1156

LAMPIRAN 2 STSISTIK

Statistics

		Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Frekuensi
N	Valid	35	35	35	35
	Missing	0	0	0	0

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	28	80.0	80.0	80.0
	Perempuan	7	20.0	20.0	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Karakteristik Berdasarkan Umur / Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22	1	2.9	2.9	2.9
	26	1	2.9	2.9	5.7
	27	1	2.9	2.9	8.6
	28	2	5.7	5.7	14.3
	29	2	5.7	5.7	20.0
	30	2	5.7	5.7	25.7
	31	2	5.7	5.7	31.4
	32	2	5.7	5.7	37.1
	33	2	5.7	5.7	42.9
	34	2	5.7	5.7	48.6
	35	2	5.7	5.7	54.3
	36	2	5.7	5.7	60.0
	37	1	2.9	2.9	62.9
	38	2	5.7	5.7	68.6
	39	2	5.7	5.7	74.3
	40	1	2.9	2.9	77.1

	41	1	2.9	2.9	80.0
	42	1	2.9	2.9	82.9
	43	1	2.9	2.9	85.7
	44	1	2.9	2.9	88.6
	46	1	2.9	2.9	91.4
	47	1	2.9	2.9	94.3
	48	1	2.9	2.9	97.1
	50	1	2.9	2.9	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Karasteristik Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	4	11.4	11.4	11.4
	PNS	5	14.3	14.3	25.7
	Pegawai Swasta	8	22.9	22.9	48.6
	Petani	8	22.9	22.9	71.4
	Wiraswasta	10	28.6	28.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Karakteristik Berdasarkan Frekuensi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5x	1	2.9	2.9	2.9
	1x	5	14.3	14.3	17.1
	4x	6	17.1	17.1	34.3
	2x	11	31.4	31.4	65.7
	3x	12	34.3	34.3	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

LAMPIRAN 3 DESCRIPTIVE STATISTICS

	N	Mean
Y1	35	4.09
Y2	35	3.94
Y3	35	4.20
Y4	35	4.11
Y5	35	3.91
Y6	35	4.26
Y7	35	4.00
Y8	35	3.89
Kesesuaian_Dengan_Harapan	35	8.0286
Kepuasan_Proses_Pelayanan	35	4.0000
Kepuasan_Hasil_Pelayanan	35	3.8857
Niat_Menggunakan_Kembali	35	8.3143
Kesediaan_Merekomendasikan	35	8.1714
Total_Y	35	32.4000
Valid N (listwise)	35	

LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X

Correlations

		Soal No.1	Soal No.2	Soal No.3	Soal No.4	Soal No.5	Soal No.6	Soal No.7	Soal No.8	Skor No.9	Skor No.10	Skot Total
Soal No.1	Pearson Correlation	1	.803**	.859**	.694**	.902**	.785**	.710**	.681**	.851**	.113	.934**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.518	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.2	Pearson Correlation	.803**	1	.739**	.546**	.894**	.655**	.829**	.367*	.637**	.137	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.030	.000	.433	.000

	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.3	Pearson Correlation	.859**	.739**	1	.529**	.749**	.797**	.687**	.698**	.699**	-.053	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.764	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.4	Pearson Correlation	.694**	.546**	.529**	1	.497**	.674**	.466**	.634**	.527**	.303	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001		.002	.000	.005	.000	.001	.077	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.5	Pearson Correlation	.902**	.894**	.749**	.497**	1	.609**	.813**	.445**	.744**	.184	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002		.000	.000	.007	.000	.289	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.6	Pearson Correlation	.785**	.655**	.797**	.674**	.609**	1	.431**	.746**	.594**	.019	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.010	.000	.000	.912	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.7	Pearson Correlation	.710**	.829**	.687**	.466**	.813**	.431**	1	.277	.676**	.315	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	.000	.010		.107	.000	.065	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.8	Pearson Correlation	.681**	.367*	.698**	.634**	.445**	.746**	.277	1	.482**	.200	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.030	.000	.000	.007	.000	.107		.003	.250	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

Skor No.9	Pearson Correlation	.851**	.637**	.699**	.527**	.744**	.594**	.676**	.482**	1	.214	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.003		.218	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Skor No.10	Pearson Correlation	.113	.137	-.053	.303	.184	.019	.315	.200	.214	1	.556
	Sig. (2-tailed)	.518	.433	.764	.077	.289	.912	.065	.250	.218		.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Skot Total	Pearson Correlation	.934**	.838**	.834**	.709**	.882**	.765**	.803**	.665**	.834**	.312	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.068	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

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

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

LAMPIRAN 5 CASE PROCESSING SUMMARY

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	35	100.0

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

LAPIRAN 6 UJI RELIBILITAS VARIABEL X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	10

LAMPIRAN 7 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y

Correlations

		Soal No.1	Soal No.2	Soal No.3	Soal No.4	Soal No.5	Soal No.6	Soal No.7	Soal No.8	Skor Total
Soal No.1	Pearson Correlation	1	.863**	.888**	.767**	.844**	.848**	.749**	.176	.931**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.312	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.2	Pearson Correlation	.863**	1	.739**	.532**	.894**	.641**	.820**	.048	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.783	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.3	Pearson Correlation	.888**	.739**	1	.575**	.749**	.846**	.703**	.047	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.790	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.4	Pearson Correlation	.767**	.532**	.575**	1	.563**	.696**	.486**	.346*	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.003	.042	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.5	Pearson Correlation	.844**	.894**	.749**	.563**	1	.687**	.798**	.093	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.595	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.6	Pearson Correlation	.848**	.641**	.846**	.696**	.687**	1	.560**	.148	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.395	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.7	Pearson Correlation	.749**	.820**	.703**	.486**	.798**	.560**	1	.254	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.000		.141	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Soal No.8	Pearson Correlation	.176	.048	.047	.346*	.093	.148	.254	1	.512
	Sig. (2-tailed)	.312	.783	.790	.042	.595	.395	.141		.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Skor Total	Pearson Correlation	.931**	.848**	.840**	.755**	.872**	.820**	.844**	.256	1

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.138	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

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

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

LAMPIRAN 8 CASE PROCESSING SUMMARY

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	35	100.0

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

LAMPIRAN 9 UJI REALIBILITAS VARIABEL Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	8

LAMPIRAN 10 HASIL UJI NORMALITAS (KOLMOGOROV-SMIRNOV) VARIABEL X

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Skor Total
N		35
Normal Parameters[a,b]	Mean	40.97
	Std. Deviation	4.805
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.069
	Negative	-.109
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

LAMPIRAN 13 HASIL ANALISI REGRESI SEDERHANA

Coefficients[a]

d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN 11 HASIL UJI NORMALITAS (KOLMOGOROV-SMIRNOV) VARIABEL Y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Y

		Skor Total
N		35
Normal Parameters[a,b]	Mean	32.89
	Std. Deviation	3.976
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.060
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN 12 HASIL UJI HETEROSKEDAS

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.897	.523		1.713	.096
	Skor Total	-.013	.013	-.176	-1.027	.312

a. Dependent Variable: ABS_RES

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.826	.633		-1.305	.201
	Kualitas Pelayanan	.823	.015	.994	53.624	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

LAMPIRAN 14 UJI T(PARSIAL)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.826	.633		-1.305	.201
	Kualitas Pelayanan	.823	.015	.994	53.624	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

LAMPIRAN 15 HASIL UJI KOEFESIEN DETERMINASI R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.994[a]	.989	.988	.430

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

CATATAN KONSULTASI SEBELUM SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

Nama : **Ibnu Ihsan Hasibuan**

NIM : **22090002**

Judul Penelitian : **Peningkatan Kepuasan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang**

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1	Rabu, 10 Oktober 2025	Nurlaila. S.Pd. MM	Pengajuan dan ACC Judul	
2	Rabu, 10 Oktober 2025	Haiman Paris Ritonga. SE..MM	Pengajuan dan ACC Judul	
3	Jumat, 19 Desember 2025	Haiman Paris Ritonga. SE..MM	. Penulisan Bab I. II. III - Tabel Penelitian Terdahulu - Daftar Pustaka	

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
4	Rabu, 24 Desember 2025	Nurlaila, S.Pd., MM	· Memperbaiki kembali isi Bab 1, II · memperbaiki penulisan · menambahkan Indicator dan Kuisoner	
5	Jumat, 02 Januari 2026	Haiman Paris Pitowa, SE., MM	· Perbaiki dan cek kembali Sitasi - Tabel Operasional - Penulisan garis miring (bahasa Inggris)	
6	Selasa, 06 Januari 2026	Nurlaila, S.Pd., MM	· Perbaiki kuisoner · Perbaiki dan cek kembali daftar isi	
7	Rabu, 07 Januari 2026	Nurlaila, S.Pd., MM	ACC proposal lanjut seminar proposal	
8				

KONSULTASI HASIL PENELITIAN (SEBELUM SEMINAR HASIL SKRIPSI)

Nama : **Ibnu Ihsan Hasibuan**

NIM : **22090002**

Judul Penelitian : **Peningkatan Kepuasan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Sahat Martua Desa Aek Godang**

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
1	Senin, 02 Februari 2026	Haiman Paris Pitonga, SE. MM	- Penulisan Sitasi bab. 1,2,3 - Perbaikan tabel - menambahkan output SPSS - menambahkan hubungan dengan Penelitian terdahulu	
2	Sabtu, 06 Februari 2026	Haiman Paris Pitonga, SE. MM	- Perbaikan isi bab V dan VI - Perbaikan Abstrak cek kembali daftar Pustaka	
3	Senin, 09 Februari 2026	Nuraisa, S.Pd. MM	- menambahkan master tabel - memperbaiki isi kesimpulan - memperbaiki dokumentasi	

No.	Hari / Tanggal	Nama Pembimbing	Kegiatan (Isi Konsultasi)	Tanda Tangan Pembimbing
4	Rabu, 11 Februari 2026	Nurlaila, S.Pd MM	- memeriksa kembali penulisan surat dan lampiran - memeriksa kembali tabel-tabel	
5	Jumat, 13 Februari 2026	Nurlaila, S.Pd MM.	ACC Skripsi lanjut Seminar Hasil	
6				
7				
8				

DOKUMENTASI PENELITIAN

Proses pengambilan data melalui kusioner mendalam dengan responden pertama



