

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket atau kuisisioner yang di tunjukkan kepada *customer* perusahaan AHASS Bina Motor Rejotangan Kabupaten Tulungagung. Peneliti melakukan pengolahan data terhadap hasil dari jawaban responden atas kuisisioner atau angket yang disebarkan kepada *customer* AHASS Bina Motor Rejotangan dan melakukan pengolahan data menggunakan SPSS 16.0. Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linier berganda secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, standar operasional prosedur perusahaan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh kepada kepuasan konsumen AHASS Bina Motor Rejotangan Kabupaten Tulungagung. Maka tujuan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan mengenai uji T (parsial) dan uji F (simultan).

#### **A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada AHASS Bina Motor Rejotangan.**

Hipotesis pertama menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan diterima. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,296 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Nilai koefisien regresi adalah positif, artinya

semakin tinggi kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen untuk menggunakan ulang jasa dari AHASS Bina Motor Rejotangan. Hubungan positif pada variabel kualitas pelayanan diakibatkan oleh peningkatan mutu pelayanan sendiri yang bertujuan untuk terpenuhinya hasrat kepuasan atau keinginan dari konsumen sebagai imbal balik atas pelayanan yang diberikan perusahaan secara optimal.

Kualitas pelayanan yang didasarkan kepada beberapa indikator yang diantaranya berkaitan dengan *Tangible* (bukti langsung), *Reability* (Keandalan), *Respoonsiveness* (ketanggapan), *Information* (informasi) dan *empaty* (empati), memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen didasarkan pada beberapa faktor diantaranya, tahap pengenalan masalah/kebutuhan, tahap pencarian informasi, tahap evaluasi alternative, tahap pilihan (keputusan pembelian), tahap perilaku purna pembelian. Untuk perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan lebih besar dari nilai  $\alpha$ . Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen untuk menggunakan ulang jasa AHASS Bina Motor Rejotangan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen untuk menggunakan ulang jasa AHASS Bina Motor Rejotangan yang artinya jika semakin tinggi kualitas pelayanan, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas data, data yang diuji dari variabel kualitas pelayanan ini valid dan reliabel. Bahwa instrument

variabel kualitas pelayanan ini reliabel kerana data yang diperoleh lebih besar dari 0,60 atau lebih besar dari standar ketentuan reliabel data. Sedangkan pada uji validitas bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid karena data yang diperoleh lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  yaitu 0,195 atau lebih besar dari standar ketentuan validitas data. Selain itu dilihat dari uji normalitas dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan menghasilkan data yang normal dengan nilai yang lebih besar dari signifikansinya yaitu 0,05.

Penelitian ini sejalan dengan teori Andiyani<sup>69</sup> dan juga teori yang dipaparkan oleh Lili<sup>70</sup>, Andriyani menyatakan kualitas pelayanan dijadikan tolak ukur konsumen untuk pembelian ulang barang atau jasa dari sebuah perusahaan dan Lili menyatakan kualitas pelayanan yang baik serta terpenuhi karakteristiknya akan menjadikan pelanggan loyal dan terpenuhinya kepuasannya. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nico Pratama<sup>71</sup> yang menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan Kepuasan konsumen. Jadi, kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu dari perusahaan dan akan memenuhi harapan konsumen terhadap barang atau jasa sehingga konsumen mau untuk membeli ulang atas barang atau jasa yang diproduksi perusahaan.

---

<sup>69</sup> Andriyani Kusumawati, "*Perilaku Konsumen dan...*", Hal 28

<sup>70</sup> Lili Suryati, "*Manajemen Pemasaran Sesuatu...*", Hal. 96

<sup>71</sup> Nico Pratama Onasie, "Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bintang Lima Pekanbaru", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2, No. 1, 2015, Hal. 8

## **B. Pengaruh Standar Operasional Prosedur Perusahaan Terhadap Kepuasan konsumen Pada AHASS Bina Motor Rejotangan.**

Hipotesis kedua menyatakan standar operasional prosedur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan ditolak. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,090 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,384 > 0,05$ . Nilai koefisien regresi adalah negatif, artinya semakin tinggi standar operasional prosedur perusahaan tidak akan mempengaruhi kepuasan konsumen untuk menggunakan ulang jasa dari AHASS Bina Motor Rejotangan. Hubungan negatif pada variabel standar operasional prosedur perusahaan diakibatkan oleh tidak seimbangnya standar operasional prosedur perusahaan dengan kemampuan ataupun pengaplikasian standar tersebut dengan kerja yang dilakukan oleh karyawan sehingga menyebabkan banyak kesalahan yang dilakukan karyawan.

Standar operasional prosedur perusahaan yang didasarkan kepada beberapa indikator seperti *technology* (teknologi), *regulatiton* (peraturan), *working time* (waktu kerja) dan *neatness working* (kerapian dalam bekerja), memiliki pengaruh yang negatif terhadap kepuasan konsumen didasarkan kepada beberapa faktor seperti kurang berjalannya standar operasional, tingginya standar operasional prosedur perusahaan dan kurang terkontrolnya kegiatan kerja karyawan oleh manajer perusahaan. Untuk perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh bahwa nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai  $\alpha$ . Hal ini berarti semakin tinggi standar operasional prosedur perusahaan tidak

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen untuk menggunakan ulang jasa AHASS Bina Motor Rejotangan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, standar operasional prosedur perusahaan berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen untuk menggunakan ulang jasa AHASS Bina Motor Rejotangan yang artinya jika semakin tinggi standar operasional prosedur perusahaan, maka kepuasan konsumen akan semakin rendah. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas data, data yang diuji dari variabel standar operasional prosedur perusahaan ini valid dan reliabel. Bahwa instrument variabel standar operasional prosedur perusahaan ini reliabel kerana data yang diperoleh lebih besar dari 0,60 atau lebih besar dari standar ketentuan reliabel data. Sedangkan pada uji validitas bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid karena data yang diperoleh lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,195 atau lebih besar dari standar ketentuan validitas data. Selain itu dilihat dari uji normalitas dapat dikatakan bahwa variabel standar operasional prosedur perusahaan menghasilkan data yang normal dengan nilai yang lebih besar dari signifikansinya yaitu 0,05.

Penelitian ini tidak sejalan dengan teori Budirahardjo<sup>72</sup> dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tiara<sup>73</sup>, Budirahardjo yang menyatakan bahwa standar operasional merupakan panduan atau langkah-langkah pelayanan guna terciptanya kepuasan pelanggan untuk menggunakan ulang produk atau jasa dan

---

<sup>72</sup> M. Budirahardjo, "*Panduan praktis...*", Hal. 23

<sup>73</sup> Tiara Citra Mukti, "Pengaruh Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 1, 2017, Hal. 14.

Tiara dalam penelitiannya menyatakan standar operasional prosedur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang produk atau jasa. Tetapi penelitian ini sejalan dengan penelitian Aliffah<sup>74</sup> dan penelitian oleh Anisatul Auliya dan Nursumasiana<sup>75</sup> yang keduanya menyatakan bahwa standar operasional prosedur tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan produk atau jasa. Jadi, standar operasional prosedur perusahaan yang terus ditingkatkan tidak akan meningkatkan dan memenuhi harapan dari konsumen terhadap barang atau jasa sehingga konsumen mau untuk membeli ulang atas barang atau jasa yang diproduksi perusahaan.

### **C. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada AHASS Bina Motor Rejotangan.**

Hipotesis ketiga menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan diterima. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,273 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$ . Nilai koefisien regresi adalah positif, artinya semakin tinggi harga akan mempengaruhi kepuasan konsumen untuk menggunakan ulang jasa dari AHASS Bina Motor Rejotangan. Hubungan positif pada variabel harga

---

<sup>74</sup> Aliffah Kusumaningrum, "Pengaruh SIM, SOP dan Jaringan Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Lion Mentari Airlines)", *Jurnal Sekertari dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1, 2019, Hal. 5

<sup>75</sup> Anisatul Auliya dan Nursumasiana, "Pengaruh Penerapan Standard Operating Procedure Terhadap Kepuasan Pelanggan The Brezze Café Gunung Sahari Jakarta", *Jurnal Pesona*, Vol. 7, No. 1, 2014, Hal. 6

diakibatkan oleh kesesuaian penentuan dari harga yang sebanding dengan manfaat yang dirasakan konsumen sehingga konsumen mau kembali untuk menggunakan jasa perusahaan AHASS Bina Motor Rejotangan.

Harga yang didasarkan kepada beberapa indikator yang diantaranya berkaitan dengan *benefit* (manfaat), *result* (hasil), *work process* (proses kerja), *Product quality* (kualitas produk) dan *marketing* (pemasaran), memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen didasarkan pada beberapa faktor diantaranya hasil dari proses kerja sesuai dengan kebutuhan pelanggan, produk *sparepart* mempunyai kualitas setara dengan harga yang diberikan dan pemasaran yang baik seperti pemberian diskon. Untuk perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan nilai signifikan lebih besar dari nilai  $\alpha$ . Hal ini berarti semakin tinggi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen untuk menggunakan ulang jasa AHASS Bina Motor Rejotangan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen untuk menggunakan ulang jasa AHASS Bina Motor Rejotangan yang artinya jika semakin tinggi harga, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas data, data yang diuji dari variabel harga ini valid dan reliabel. Bahwa instrument variabel harga ini reliabel karena data yang diperoleh lebih besar dari 0,60 atau lebih besar dari standar ketentuan reliabel data. Sedangkan pada uji validitas bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid karena data yang diperoleh lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu

0,195 atau lebih besar dari standar ketentuan validitas data. Selain itu dilihat dari uji normalitas dapat dikatakan bahwa variabel harga menghasilkan data yang normal dengan nilai yang lebih besar dari signifikansinya yaitu 0,05.

Penelitian ini sejalan dengan teori Thomas, Dkk<sup>76</sup> dan juga sejalan dengan Penelitian sebelumnya oleh Dita<sup>77</sup>, Thomas menyatakan bahwa harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang penting dan turut mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli barang atau jasa pada saat ini ataupun selanjutnya dan Dita dalam penelitiannya menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Arini, Dkk.<sup>78</sup> dan penelitian oleh Nico Pratama<sup>79</sup> yang kedua penelitian tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen. Jadi, harga yang terus ditingkatkan akan meningkatkan dan memenuhi harapan dari kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa sehingga konsumen mau untuk membeli ulang atas barang atau jasa yang diproduksi perusahaan.

---

<sup>76</sup> Thomas S. Kaihatu, Dkk., “*Manajemen...*”, Hal 31

<sup>77</sup> Dita Amanah, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan”, *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, 2010, Hal. 72-74.

<sup>78</sup> Arini Isfahila, dkk, “Pengaruh Harga, Desain serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”, *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 8, No. 2, Hal. 211.

<sup>79</sup> Nico Pratama Onasie, “Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bintang Lima Pekanbaru”, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2, No. 1, 2015, Hal. 8



#### **D. Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada AHASS Bina Motor Rejotangan.**

Hipotesis keempat menyatakan kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan diterima. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,242 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$ . Nilai koefisien regresi adalah positif, artinya semakin tinggi kinerja karyawan akan mempengaruhi kepuasan konsumen untuk menggunakan ulang jasa dari AHASS Bina Motor Rejotangan. Hubungan positif pada variabel kinerja karyawan diakibatkan oleh optimalnya kinerja karyawan dan sesuainya pekerjaan karyawan dengan harapan dari konsumen untuk melakukan perbaikan pada perusahaan, sehingga konsumen mau kembali untuk menggunakan jasa perusahaan AHASS Bina Motor Rejotangan.

Kinerja karyawan yang didasarkan kepada beberapa indikator yang diantaranya *work optimality* (optimalitas kerja), *work ethic* (etos kerja), *work ability* (kemampuan kerja), *skill* (skil) dan *motivation* (motivasi kerja) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen didasarkan pada beberapa faktor diantaranya berasal dari kinerja yang baik dari setiap karyawan, pengaplikasian ilmu yang dimiliki karyawan secara baik dan motivasi terus menerus yang dilakukan oleh pemilik perusahaan sehingga karyawan menjadi lebih semangat dalam bekerja. Untuk perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh bahwa nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel dan nilai signifikan lebih besar dari

nilai  $\alpha$ . Hal ini berarti semakin tinggi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen untuk menggunakan ulang jasa AHASS Bina Motor Rejotangan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap harapan kembali konsumen untuk menggunakan ulang jasa AHASS Bina Motor Rejotangan yang artinya jika semakin tinggi kinerja karyawan, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas data, data yang diuji dari variabel kinerja karyawan ini valid dan reliabel. Bahwa instrument variabel kinerja karyawan ini reliabel karena data yang diperoleh lebih besar dari 0,60 atau lebih besar dari standar ketentuan reliabel data. Sedangkan pada uji validitas bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid karena data yang diperoleh lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  yaitu 0,195 atau lebih besar dari standar ketentuan validitas data. Selain itu dilihat dari uji normalitas dapat dikatakan bahwa variabel kinerja karyawan menghasilkan data yang normal dengan nilai yang lebih besar dari signifikansinya yaitu 0,05.

Penelitian ini sejalan dengan teori Bachrudin<sup>80</sup> dan juga sejalan dengan teori Amiruddin<sup>81</sup>. Bachrudin menyatakan bahwa kepuasan pelanggan untuk menggunakan produk kembali diakibatkan oleh pelayanan pegawai yang baik dan sepenuh hati, sedangkan Amiruddin menyatakan bahwa peningkatan kinerja karyawan mempengaruhi keputusan pembelian ulang pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Ferry yang menyatakan bahwa

---

<sup>80</sup> Bachrudin Syaroni, "*Kinerja Pelayanan Publik...*", Hal. 49

<sup>81</sup> Amiruddin, "*Pengaruh Etos Kerja...*", Hal. 51

kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu masyarakat.<sup>82</sup> Dan juga sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Edi<sup>83</sup> yang menyatakan bahwa kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan keberhasilan suatu usaha. Jadi, kinerja karyawan yang terus ditingkatkan akan meningkatkan dan memenuhi harapan dari kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa sehingga konsumen mau untuk membeli ulang atas barang atau jasa yang diproduksi perusahaan.

**E. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Standar Operasional Prosedur Perusahaan, Harga dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada AHASS Bina Motor Rejotangan**

Hipotesis kelima menyatakan kualitas pelayanan, standar operasional prosedur perusahaan, harga dan kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan diterima. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,336 atau lebih besar dari 0,05. Artinya secara simultan kualitas pelayanan, standar operasional prosedur perusahaan, harga dan kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Bina Motor Rejotangan. Hubungan signifikansi

---

<sup>82</sup> Ferry Siswandhi, “Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Kerinci Terhadap kepuasan Masyarakat”, *Jurnal Benefita*, Vol. 1, No. 3, Hal. 177.

<sup>83</sup> Edi Sutrisno dan Joko Maryono, “Pengaruh Kinerja Karyawan dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat”, *Jurnal Multiplier*, Vol. 1, No. 1, 2016, Hal. 68.

yang diberikan adalah kuat. Sumbangan atau kontribusi variabel independen sebesar 33,6% sedangkan sisanya 66,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Secara umum kualitas pelayanan, standar operasional prosedur perusahaan, harga dan kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen untuk menggunakan kembali barang atau jasa yang diproduksi perusahaan seperti teori kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Andriyani<sup>84</sup> yaitu kualitas pelayanan dijadikan tolak ukur konsumen untuk pembelian ulang barang atau jasa dari sebuah perusahaan. Teori standar operasional prosedur perusahaan yang dikemukakan oleh Budirahardjo<sup>85</sup> yang menyatakan bahwa standar operasional merupakan panduan atau langkah-langkah pelayanan guna terciptanya kepuasan pelanggan untuk menggunakan ulang produk atau jasa. Teori harga yang dikemukakan oleh Thomas, Dkk.<sup>86</sup> yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang penting dan turut mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli barang atau jasa pada saat ini ataupun selanjutnya. Teori kinerja karyawan yang dikemukakan oleh Bachrudin<sup>87</sup> kepuasan pelanggan untuk menggunakan produk kembali diakibatkan oleh pelayanan pegawai yang baik dan sepenuh hati.

Jadi, kualitas pelayanan, standar operasional prosedur perusahaan, harga dan kinerja karyawan secara simultan berpengaruh signifikan kepuasan konsumen

---

<sup>84</sup> Andriyani Kusumawati, "*Perilaku Konsumen dan...*", Hal 28

<sup>85</sup> M. Budirahardjo, "*Panduan praktis...*", Hal. 23

<sup>86</sup> Thomas S. Kaihatu, Dkk., "*Manajemen...*", Hal 31

<sup>87</sup> Bachrudin Syaroni, "*Kinerja Pelayanan Publik...*", Hal. 49

pada AHASS Bina Motor Rejotangan. Keempat variabel tersebut yang terus ditingkatkan akan meningkatkan dan memenuhi harapan dari kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa sehingga konsumen mau untuk membeli ulang atas barang atau jasa yang diproduksi perusahaan.