

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. ASIA SURYA PERKASA PANGKALPINANG

RAAM SAPUTRA

Nelly Astuti

HENDARTI TRI SETYO MULYANI

Management Program  
STIE-IBEK Bangka Belitung  
Pangkal Pinang, Indonesia  
[e.jurnal@stie-ibek.ac.id](mailto:e.jurnal@stie-ibek.ac.id)

**Abstract-** *This research was entitled: “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Asia Surya Perkasa Pangkalpinang”.*

*This thesis was compiled and worked on by Raam Saputra, in the period from February 2022 to July 2022 and is located in the city of Pangkalpinang, Bangka Belitung Islands Province, Indonesia. The research was conducted at the Agency; PT. Asia Surya Perkasa Pangkalpinang.*

*This study aims to analyze Service Quality and Company Image on Customer Satisfaction at PT. Asia Surya Perkasa Pangkalpinang, using quantitative descriptive methods, while the sample in this study were 100 respondents. The sampling technique uses random sampling or sampling based on considerations of certain criteria by using a questionnaire.*

*The results of the service quality variable (X1) obtained a comparison between  $t_{count} 0.773 < t_{table} 1.6607$ , a significant value of  $0.441 > 0.05$ . It can be concluded that the service quality variable (X1) does not have a partially significant effect on the customer satisfaction variable (Y). ) The possibility of these results the customer is not based on the quality of service but the customer uses the service because of the reliability of the existing mechanics and the original spare parts provided. While the corporate image variable (X2) obtained comparison results where  $t_{count} 7.570 > t_{table} 1.6607$ , a significant value of  $0.001 < 0.05$ , it can be concluded that the corporate image variable (X2) has a very significant influence partially on the customer satisfaction variable (Y). The results of the F test can be concluded from the comparison of  $F_{count} 59.310 > F_{table} 3.09$  that the independent variable is known to affect the dependent variable simultaneously and has a significance value of  $0.001. < 0.05$ , then the independent variable has a large influence on the dependent variable at the same time.*

**Keywords:** *Service Quality, Company Image, and Customer Satisfaction*

## I. PENDAHULUAN

Perusahaan pada saat ini berada pada suatu persaingan yang sangat pesat, terutama kegiatan dalam suatu persaingan dalam segi promosi perusahaan agar

bisa mampu dalam meningkatkan kraktefitas suatu kepuasan pelanggan dengan cara memberikan suatu pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, sehingga terbentuk citra perusahaan yang memiliki keperibadian yang baik pula dikalangan masyarakat. Dengan menggunakan cara yang terbaik bisa dilakukan agar perusahaan mendapatkan suatu pandangan lebih di mata pelanggan atau masarakat bisa lebih yakin dalam membeli produk ataupun menggunakan jasa *service* yang ada di PT Asia Surya Perkasa, demi bisa mempertahankan pelanggan perusahaan harus mampu bersaing dalam membrikan memberikan pelayanan yang terbaik dalam segi penjualan ataupun pelayanan *service* sehingga pelanggan atau masarakat merasakan kenyamanan terhadap suatu tindakan pelayanan yang ada didalam suatu perusahaan.

Adanya pelayanan jasa yang bagus yang diberikan perusahaan maka akan timbul pandangan yang bagus oleh konsumen sehingga konsumen merasa puas, dan bisa memberikan dampak yang positif bagi perusahaan sehingga citra perusahaan menjadi baik. Terpenunya harapan dan keinginan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan oleh perusahaan itu akan berdampak kedepannya apakah pelanggan akan tetap menggunakan produk atau jasa *service* kedepannya, hal itu bisa pelanggan lihat dari segi layanan jasa ataupun *service* yang diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan membeli produk tersebut dimasa yang akan datang.

PT. Asia Surya Perkasa adalah suatu perusahaan honda motor yang terdiri dari bidang penjualan, *service* serta suku cadang. PT Asia Surya Perkasa yaitu kantor pusat dari 21 dealer yang berada di bangka belitung, perusahaan ini adalah sebagian dari perusahaan yang bergerak di bidang otomotif berlokasi di pangkalpinang bisa mampu menyaingi perusahaan yang bergerak di bidang yang sama dan PT Asia Surya Perkasa mempunyai karyawan yang handal sesuai dengan bidang meraka masing-masing. PT. Asia Surya Perkasa telah terkompentansi dalam bidang penjualan, *service* dan suku cadang yang tersedia.

PT. Asia Surya Perkasa juga harus bisa melihat dari jumlah masarakat yang ada karna merupakan suatu faktor yang sangat penting untuk perusahaan dalam memasarkan produk. Karyawan merupakan suatu peran yang begitu

penting bagi perusahaan, karna karyawan yang mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan terciptanya tujuan yang diinginkan suatu perusahaan agar berjalan dengan baik.

Bagi PT. Asia Surya Perkasa upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan telah dilakukan, tetapi masih ditemukan berbagai keluhan dari pelanggan atas pelayanan yang diterima selama ini, bahkan ada beberapa pelanggan yang melakukan pengaduan atas ketidakpuasan pelayanan jasa yang diterimanya, biasanya itu diakibatkan terjadinya kesalahan dalam memberikan pelayanan jasa oleh karyawan perusahaan kepada pelanggan, hal itu sangat berkaitan dengan saat mereka melakukan *service* yaitu apabila pelanggan harus datang kembali dan menunggu lama saat *service* kendaraan.

Disisi lain banyaknya saingan yang bergerak di bidang yang sama, diantaranya YAMAHA, KAWASAKI, SUZUKI, BENELLI, KTM, TVS, BMW dan lain-lain, berupaya untuk memaksimalkan jasa pelayanannya agar pelanggan merasa puas, sehingga ditemukan ada perbedaan kepuasan dari masing-masing pelanggan dari satu perusahaan PT. Asia Surya Perkasa dengan perusahaan lainnya. Atas dasar ini pihak manajemen dari masing-masing perusahaan selalu tahu, penyebab kepuasan pelanggan menjadi menurun dan mencari tahu pula hal-hal apa yang menjadi penyebab kepuasan pelanggan meningkat.

Mengingat pentingnya kepuasan pelanggan, maka pihak perusahaan mencoba untuk mengevaluasi penilaian kepuasan pelanggan dengan menerapkan beberapa indikator yaitu menerapkan sistem pemberian tanggapan terhadap keluhan dan saran pelanggan, dengan cara menghubungi pelanggan lama. Menurut Kotler (2012:19) kepuasan pelanggan adalah perwujudan aktualisasi pelanggan agar merasa senang atas pelayanan jasa yang digunakan. Perusahaan harus berhasil dalam memberikan layanan jasa yang maksimal kepada pelanggan maka dapat memberikan kesan yang baik pula dimata pelanggan, sedangkan untuk citra perusahaan PT. Asia Surya Perkasa harus memiliki reputasi dan kualitas yang baik agar pelanggan mendapat kepercayaan untuk menjadikan PT. Asia Surya Perkasa sebagai tempat untuk membeli dan servis motor.

Kenyataan mengenai pelayanan jasa dan citra perusahaan PT. Asia Surya Perkasa perlu diperbaiki dan dibenahi karena dapat memberi kesan yang kurang baik dalam pelayanan antara lain kualitas produk/jasa harus sesuai dengan informasi yang sebenarnya, serta memperhatikan ketersediaan pelayanan yang diinginkan pelanggan. PT. Asia Surya Perkasa dari kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan seperti keramahan petugas, kecepatan melayani pelanggan dan sebagainya. Kondisi ini menjadi fakta yang sering ditemukan dan mendapatkan pengaduan dari pelanggan atas kualitas pelayanan yang diterima, sehingga pihak perusahaan harus memperbaiki pelayanan agar lebih berkualitas dan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Asia Surya Perkasa Pangkal pinang.
2. Menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Asia Surya Perkasa Pangkal Pinang.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Asia Surya Perkasa Pangkal pinang.

## II. LANDASAN TEORI

### Pengertian Manajemen

Secara etimologi kata manajemen diambil dari bahasa perancis kuno yaitu "*management*", yang artinya adalah seni dalam mengatur dan melaksanakan. Manajemen dapat juga didefinisikan sebagai upaya perencanaan, Pengkoordinasi, pengorganisasi dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efisien dan efektif. Menurut Firmansyah (2018) manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasi, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan terhadap sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu.

### Fungsi Manajemen

Menurut Terry dalam Nawawi (2011), ada empat fungsi manajemen yang banyak dikenal masyarakat yaitu fungsi manajemen (*planning*), fungsi pengorganisasian (*organizing*), fungsi pengarahan (*actuating*), dan fungsi pengendalian (*controlling*). Dibawah ini akan dijelaskan arti pengertian masing-masing fungsi manajemen POAC (*planning, organizing, controlling, controlling*):

- a. Fungsi Perencanaan (*Planning*)  
Perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan organisasi membuat strategi untuk mencapai tujuan itu, mengembangkan rencana aktivitas organisasi.
- b. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*)  
Pengorganisasi Asia merupakan pengumpulan kegiatan yang diperlukan, yaitu menetapkan susunan organisasi serta tugas dan fungsi-fungsi dalam setiap unit yang ada dalam organisasi, serta menetapkan kedudukan dan sifat hubungan antara masing-masing unit tersebut.
- c. Fungsi Pengarahan (*Actuating*)  
Pengarahan yaitu usaha menggerakkan anggota-anggota organisasi atau perusahaan sedemikian rupa sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran dan tujuan perusahaan secara maksimal.
- d. Fungsi Pengendalian (*Controlling*)  
Pengendalian dapat diartikan sebagai proses penentuan apa yang dicapai, pengukuran, dan koreksi terhadap aktivitas pelaksanaan dan bila mana perlu mengambil tindakan korektif sehingga pelaksanaan dapat berjalan menurut rencana.

### Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran menurut Swastha (2014) adalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian pemasaran secara total termasuk perumusan tujuan, kebijakan dalam pemasaran, program pemasaran dan strategi pemasaran dengan tujuan menciptakan

pertukaran dan memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen baik individu maupun organisasi.

### Pengertian Kualitas Pelayanan

Perusahaan yang meju adalah perusahaan yang senantiasa memberikan kualitas atau jasa yang dijualnya. Kualitas menjadi satu modal utama perusahaan dalam memasarkan produknya kepada publik. Dengan kualitas yang baik akan memberikan kesan kepada publik untuk menumbuhkan kepuasan terhadap pelanggan (Fikri, Wiyani & Suwandaru, (2016) tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014) pelayanan adalah suatu kumpulan atau kesatuan yang melakukan kegiatan menguntungkan dan menawarkan suatu kepuasan meskipun hasilnya secara fisik tidak terikat pada produk.

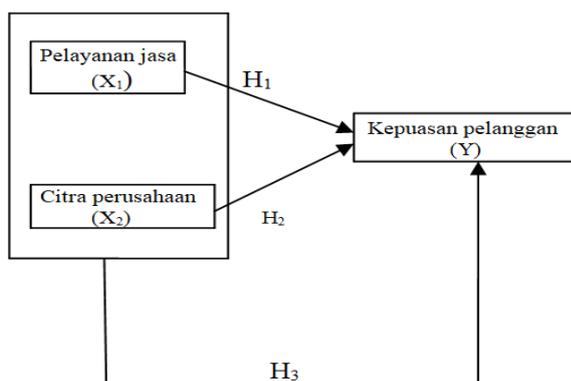
### Citra Perusahaan

Citra perusahaan tidak dapat diciptakan dalam semalam. Sebaliknya, untuk memberikan kesan dan persepsi yang positif kepada konsumen, perusahaan perlu membangun citra perusahaan. Gambar adalah kumpulan keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang tentang sesuatu (Kotler & Keller, 2013). Citra adalah kesan yang didapat orang berdasarkan pengetahuan dan pemahamannya tentang fakta dan realitas (Soemirat, 2010),

### Pengertian Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja yang diharapkan” kotler dalam (Atmaja, 2018). Berdasarkan (windasuri,2017)” kepuasan pelanggan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa “. Menurut Kotler, Philip, dan Garry Amstrong dalam (Windasuri,2017) mendefinisikan “kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya”. Atmaja(2018)mengemukakan bahwa “kepuasan masarakat merasakan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan produk atau layanan yang diharapkan.”

**Gambar 1.**  
**Kerangka Konseptual**



Sumber: Data Hasil Olah Peneliti (2022)

### Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban awal dan belum dibuktikan oleh penelitian. Hipotesis penelitian ini:

#### Hipotesis 1 :

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Asia Surya Perkasa Pangkalpinang.

H<sub>1</sub>: Adanya pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Asia Surya Perkasa Pangkalpinang.

#### Hipotesis 2 :

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Asia Surya Perkasa Pangkalpinang.

H<sub>1</sub>: Adanya pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Asia Surya Perkasa Pangkalpinang.

#### Hipotesis 3 :

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan jasa dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Asia Surya Perkasa Pangkalpinang.

H<sub>1</sub>: Adanya pengaruh kualitas pelayanan jasa dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Asia Surya Perkasa Pangkalpinang.

## III. METODOLOGI PENELITIAN

### Metode Penelitian

Metode penelitian adalah bagian dari metode ilmiah untuk memperoleh data untuk maksud dan tujuan tertentu. Metode ilmiah berarti kegiatan penelitian didasarkan pada sifat-sifat ilmiah yang rasional, empiris, dan sistematis. Wajar artinya kegiatan penelitian ini sangat bijaksana sehingga harganya terjangkau. Empiris artinya Anda dapat menikmati metode penggunaan dengan akal manusia dan mengamati serta mengetahui cara menggunakannya, tetapi penelitian ini menggunakan prosedur yang logis.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Studi pengumpulan data ini, pengumpulan data dilakukan dari bulan April hingga Juni 2022.

Memperoleh data penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada PT. Asia Surya Perkasa, JL. Jendral Ahmad Yani, No. 147 Pangkalpinang, Kepulauan Bangka Belitung.

### Populasi dan Sampel

Menurut sugiyono (2013) populasi adalah suatu wilayah yang digeneralisasikan dari objek dan subjek dengan sifat dan sifat yang ingin penulis teliti, serta dapat ditarik kesimpulan. Dalam survei ini, khalayak yang disurvei meliputi seluruh pelanggan yang menggunakan jasa service kendaraan di PT. Asia Surya Perkasa Pangkalpinang bahkan memiliki 22.020 pelanggan pada tahun 2021.

Menurut Sugiyono (2013) sampel yaitu sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini yaitu random Sampling. Mendapatkan Sampel yang dapat menggambarkan dan mencari banyak populasi yang di

perlu, yaitu dalam penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus slovin. (dalam Umar 2004), sebagai berikut:

Di mana:

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

dimana :

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: persen kelonggaran ketiak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolelir.

Hasil jumlah populasi tersebut dengan tingkat kelonggaran ketiak telitian yaitu 10% maka dalam penggunaan rumus di atas di dapatlah sampel sebesar:

$$N = \frac{22.020}{1 + 22.020 (0,1)^2}$$

$$N = \frac{22.020}{221,2}$$

$$= 99,55$$

$$= 100 \text{ pelangan (dibulatkan)}$$

### Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Melakukan analisis kualitas pelayanan jasa dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan PT Asia Surya Perkasa Pangkal pinang. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda, dan juga pengujian hipotesis.

Regresi adalah pengaruh pengujian suatu variabel yang disebut variabel terikat bila terdapat satu atau dua variabel bebas (variabel bebas). Jika terdapat banyak variabel bebas, analisis regresi menggunakan analisis regresi berganda. Disebut berganda karena pengaruh beberapa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Fungsi Kegunaan analisis ini adalah untuk memprediksi atau memperkirakan nilai suatu variabel dibandingkan dengan variabel lain yang diketahui melalui garis regresi.

Jenis analisis ini dimaksudkan untuk memungkinkan Anda secara kolektif dan sebagian menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap kinerja variabel. Gunakan aplikasi JASP untuk menguji atau menghitung persamaan regresi linier berganda.

### Uji Kualitas Data

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memverifikasi bahwa kuesioner valid. Kuesioner divalidasi jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang coba diukur oleh kuesioner (Ghozali, 2006). Metode yang digunakan untuk menguji validitas adalah dengan mengkorelasikan unsur-unsur suatu pernyataan dengan skor total suatu konstruk atau variabel. Uji signifikan digunakan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{tabel}$  lebih besar dari  $r_{hitung}$ , indikator tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika  $r_{tabel}$  lebih kecil dari  $r_{hitung}$ , indikator tersebut dianggap tidak valid. Untuk uji validitas menggunakan JASP.

### Uji Reliabilitas Data

Realibilitas yaitu suatu alat untuk mengukur kuesioner, yang merupakan indikator variabel atau komposisi oleh Sunyoto (2011). Studi biasanya memiliki

kesalahan pengukuran yang cukup besar. Suatu penelitian dikatakan kredibel jika kelompok atau subjek yang sama diukur berkali-kali dengan hasil yang sama. Pada uji reliabilitas masing-masing variabel dilakukan koefisien *Cronboach's Alpha Coefficient* dengan menggunakan aplikasi JASP. Jika nilai alpha *Cronboach's Alpha* lebih besar dari 0.60 Sunyoto (2011), data yang dihasilkan dapat dianggap *reliabel*.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam menguji apakah model regresi, variabel terikat atau variabel bebas mempunyai distribusi yang normal ataupun tidak. Jenis regresi yang baik yaitu mempunyai distribusi data dengan penyebaran data statistic dari sumbu diagonal pada grafik distribusi normal (Ghozali, 2006).

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu untuk menguji model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Jenis regresi bisa dibidang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Bila variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini dinyatakan tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas dengan nilai korelasi antar sesama variabel bebas dengan nol (Ghozali, 2006). Bila hasil *tolerance* > 0,10 ataupun sama dengan nilai VIF < 10, maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi. dan Bila hasil *tolerance* < 0,10 ataupun sama dengan nilai VIF > 10, maka dapat dinyatakan bahwa ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam regresi.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan antara residual yang diamati dengan residual yang diamati dalam model regresi. Jika residual satu pengamatan sama dengan pengamatan lainnya, maka model regresi dapat memenuhi syarat atau disebut homoskedastisitas. Jika variansnya berbeda, bicarakan tentang Heteroskedastisitas.

#### Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Dari nilai korelasi sederhana yang telah diketahui selanjutnya bisa melakukan perhitungan lebih lanjut dengan koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus determinasi sederhana dapat ditulis sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Diminta:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

### Pengujian Hipotesis

#### Uji t (t-Test)

t-test adalah agar bisa mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel *independent* secara individual (parsial) terhadap variabel *dependent*. Hasil uji ini di olah menggunakan aplikasi JASP dan bisa dilihat pada tabel *coefficient*. Nilai ini di uji t-tets bisa dilihat dari

p-value lebih kecil *level of significant* yang ditentukan, atau  $t_{hitung}$  (pada kolom t) lebih besar  $t_{tabel}$ .

**Uji f (f-Test)**

Uji simultan dengan uji-F dirancang untuk mengetahui pengaruh gabungan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen ketika p-value (sig kolom) kecil. Lebih besar dari signifikan leverage yang ditemukan, atau *Fhitung* (kolom F) lebih besar dari *Ftabel*. *Ftabel* dihitung menggunakan  $df = k-1$  dan  $df2 = n-k$ . Dimana k adalah jumlah variabel terikat dan variabel bebas.

**IV.PEMBAHASAN**

**Uji Kualitas Data**

**Uji Validitas**

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa valid tidaknya suatu item pernyataan yang diteliti. Suatu item pernyataan dinyatakan valid bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka suatu item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini responden berjumlah populasi 100 orang responden.

Cara menentukan nilai  $r_{tabel}$  dengan signifikan 5% atau 0,05 adalah

$Df = n-2$

$Df = 100-2$

$Df = 98/$  dilihat dari lampiran  $r_{tabel} = 0,1966$

**TABEL.1**

**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Jasa (X1)**

No Kuesioner	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,449	0,1966	Valid
2	0,565	0,1966	Valid
3	0,553	0,1966	Valid
4	0,603	0,1966	Valid
5	0,560	0,1966	Valid
6	0,645	0,1966	Valid
7	0,609	0,1966	Valid
8	0,687	0,1966	Valid
9	0,663	0,1966	Valid
10	0,577	0,1966	Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel V.6 di atas bahwa semua item memiliki koefisien korelasi atau  $r_{hitung}$  positif dengan nilai  $r_{hitung}$  terendah pada item pernyataan ke satu yaitu, PT Asia Surya Perkasa menyediakan fasilitas tempat/sarana layanan yang baik pada pelanggan dengan nilai= 0,449 dan lebih besar dari  $r_{tabel} = 0,1966$ . Oleh karna itu semua item bisa dinyatakan *valid*.

**TABEL.2**

**Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan (X2)**

No kuesioner	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,600	0,1966	Valid
2	0,518	0,1966	Valid
3	0,624	0,1966	Valid
4	0,642	0,1966	Valid
5	0,693	0,1966	Valid
6	0,423	0,1966	Valid
7	0,592	0,1966	Valid
8	0,713	0,1966	Valid
9	0,566	0,1966	Valid
10	0,423	0,1966	Valid
11	0,441	0,1966	Valid
12	0,397	0,1966	Valid
13	0,421	0,1966	Valid
14	0,539	0,1966	Valid
15	0,592	0,1966	Valid
16	0,425	0,1966	Valid

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel V.7 di atas bahwa semua item memiliki koefisien korelasi atau  $r_{hitung}$  positif, dengan  $r_{hitung}$  terendah pada item pernyataan ke 22 pelanggan memiliki pandangan lebih terhadap produk PT Asia Surya Perkasa= 0,397 yang terkecil dan lebih besar dari  $r_{tabel} = 0,1966$ . Oleh karna itu semua item bisa dinyatakan *valid*.

**TABEL.3**

**Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**

No kuesioner	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,470	0,1966	Valid
2	0,495	0,1966	Valid
3	0,549	0,1966	Valid
4	0,602	0,1966	Valid
5	0,527	0,1966	Valid
6	0,568	0,1966	Valid
7	0,655	0,1966	Valid
8	0,582	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel V.8 di atas bahwa semua item memiliki koefisien korelasi atau  $r_{hitung}$  positif, dengan nilai minimal  $r_{hitung}$  terendah pada item pernyataan ke 1 yaitu pihak PT Asia Surya Perkasa menerima keluhan/saran pelanggan = 0,470 lebih besar dari  $r_{tabel} = 0,1966$ . Oleh karna itu semua item bisa dinyatakan *valid*.

**Uji Reliabilitas**

Data yang diperoleh dikatakan reliabel jika nilai cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, dan variabel dikatakan reliabel jika nilai cronbach's Alpha dilaporkan lebih besar dari 0,60.

**TABEL.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan Jasa(X1)**  
*Frequentist Scale Reliability Statistics*

<i>Estimate</i>	<i>Cronbach's <math>\alpha</math></i>
Point estimate	0.795
95% CI lower bound	0.727
95% CI upper bound	0.848

*Frequentist Individual Item*

<i>Item</i>	<i>If item dropped Cronbach's <math>\alpha</math></i>
P1	0.790
P2	0.779
P3	0.781
P4	0.776
P5	0.782
P6	0.770
P7	0.775
P8	0.763
P9	0.768
P10	0.782

JASP Team (2022). JASP (Version 0.15.1)

Berdasarkan hasil dari perhitungan Tabel V.9 terdapat *point of estimate* sebesar *Cronbach Alpha* 0,795. Terori *Cronbach Alpha* menyatakan bahwa jika koefesien lebih besar dari 0,60 maka di nyatakan reliabel, oleh karna itu dapat dipastikan bahwa variabel X<sub>1</sub> kualitas pelayanan jasa dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

**TABEL.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Citra Perusahaan (X2)**

<i>Item</i>	<i>If item dropped Cronbach's <math>\alpha</math></i>
P11	0.825
P12	0.829
P13	0.823
P14	0.822
P15	0.818
P16	0.834
P17	0.825
P18	0.816
P19	0.826
P20	0.835
P21	0.833
P22	0.840
P23	0.834
P24	0.828
P25	0.825
P26	0.836

JASP Team (2022). JASP (Version 0.15.1)

Berdasarkan hasil dari perhitungan Tabel V.10 terdapat *point of estimate* sebesar *Cronbach Alpha* 0,837.

Terori *Cronbach Alpha* menyatakan bahwa jika koefesien lebih besar dari 0,60 maka di nyatakan reliabel, oleh karna itu dapat dipastikan bahwa variabel X<sub>2</sub> kualitas pelayanan jasa dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

**TABEL.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)**  
*Frequentist Scale Reliability Statistics*

<i>Estimate</i>	<i>Cronbach's <math>\alpha</math></i>
Point estimate	0.682
95% CI lower bound	0.574
95% CI upper bound	0.767

*Frequentist Individual Item Reliability Statistics*

<i>Item</i>	<i>If item dropped Cronbach's <math>\alpha</math></i>
P27	0.671
P28	0.661
P29	0.664
P30	0.643
P31	0.659
P32	0.649
P33	0.622
P34	0.643

*Frequentist Scale Reliability Statistics*

<i>Estimate</i>	<i>Cronbach's <math>\alpha</math></i>
Point estimate	0.837
95% CI lower bound	0.785
95% CI upper bound	0.879

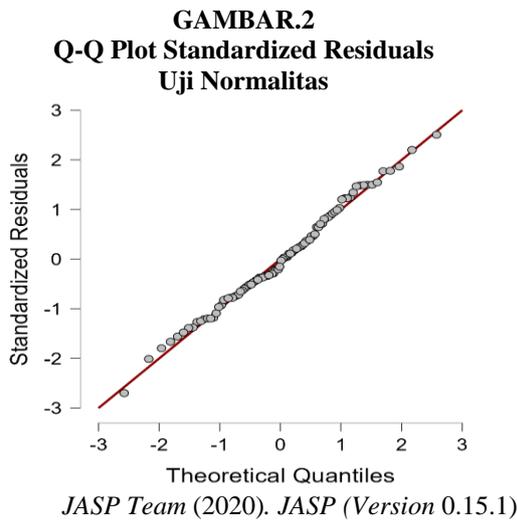
JASP Team (2022). JASP (Version 0.15.1)

Berdasarkan hasil dari perhitungan Tabel V.11 terdapat *point of estimate* sebesar *Cronbach Alpha* 0,682. Terori *Cronbach Alpha* menyatakan bahwa jika koefesien lebih besar dari 0,60 maka di nyatakan reliabel, oleh karna itu dapat dipastikan bahwa variabel Y kualitas pelayanan jasa dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi normal variabel dependen, variabel independen, atau keduanya. Model regresi yang baik terdiri dari pendistribusian data atau data statistik sepanjang sumbu diagonal dari plot distribusi normal.



Gambar V.1 diatas menunjukkan hasil dari uji normal Q-Q Plot dimana bisa dilihat data terlihat tersebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, kemudian data tidak menyebar jauh dari garis diagonalnya maka data dapat dinyatakan terdistribusi normal.

**Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas dengan nol. Jika nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi, Dan jika nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam regresi.

**TABEL.7**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

<i>Collinearity Statistics</i>	
<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
0.554	1.805
0.554	1.805

JASP Team (2022). JASP (Version 0.15.1)

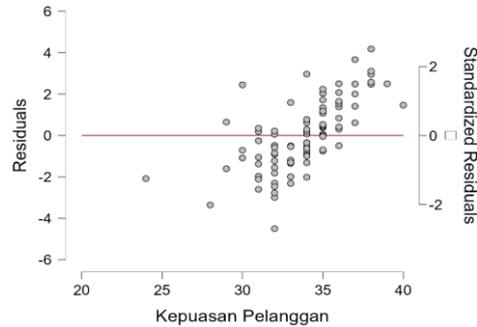
Berdasarkan Tabel V.12 diatas, bisa di ketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel kualitas pelayanan jasa (X<sub>1</sub>) yaitu 0,554 > 0,10 dan nilai FIV 1,805 < 10, sedangkan nilai *tolerance* untuk variabel citra perusahaan (X<sub>2</sub>) yaitu 0,554 > 0,10 dan nilai FIV 1,805 < 10, sehingga dapat disimpulkan variabel citra perusahaan dan kualitas pelayanan jasa tidak memiliki gangguan multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketimpangan dari residual satu pengamatan ke residual pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika residual satu observasi serupa dengan observasi lainnya, maka model regresi dapat memenuhi

syarat atau disebut homoskedastisitas. Jika berbeda varian disebut heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas berupa grafik scatter plot antara lain prediksi variabel terikat dengan nilai residualnya dapat di lihat pada grafik dibawah ini:

**GAMBAR.3**  
**Residuals vs. Dependent**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Gambar V.2 Gambar V.dua diatas bisa mampu kita lihat output pengujian heteroskedastisitas menggunakan memakai grafik scatter plot menerangkan titik-titik yang menyebar pada permukaan dan dibagian bawah nomor 0 dalam sumbu Y, maka bisa disimpulkan bahwa menggunakan penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas sinkron menggunakan analisis berdasarkan uji heteroskedastisitas tersebut, sebagai akibatnya contoh regresi ini layak dipakai buat memperediksi kepuasan pelanggan dari variabel yang mempengaruhinya

**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Uji Koefisien Determinasi (r<sup>2</sup>)**

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari pengolahan data dengan menggunakan JASP versi 0.14.1, diperoleh temuan sebagai berikut:

**TABEL.8**  
**Kepuasan Pelanggan (Y)**  
**Model Summary**

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R<sup>2</sup></i>	<i>Adjusted R<sup>2</sup></i>	<i>RMSE</i>	<i>R<sup>2</sup> Change</i>	<i>F</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>p</i>
H <sub>0</sub>	0.000	0.000	0.000	2.488	0.000			0	99
H <sub>1</sub>	0.742	0.550	0.541	1.686	0.550	59.310	2	97	< .001

JASP Team (2022). JASP (Version 0.15.1)

Dari hasil pada Tabel V.13, koefisien determinasi (r<sup>2</sup>) adalah 0,550, sehingga nilai ini menjelaskan kontribusi variabel bebas (X) yang mempengaruhi variabel terikat (Y) sebesar 55%, dan sisanya terhadap variabel lain.Mempengaruhi.

**Pengujian Hipotesis**

**Uji t (t-Test)**

t-test adalah agar bisa mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel *independent* secara individual (parsial) terhadap variabel *dependent*. Hasil uji ini di olah menggunakan aplikasi JASP dan bisa dilihat pada tabel *coefficient*. Nilai ini di uji t-tets bisa dilihat dari p-value lebih kecil *level of significant* yang ditentukan, atau *t<sub>hitung</sub>* (pada kolom t) lebih besar *t<sub>tabel</sub>*.

**TABEL.9**  
**Hasil Uji t**

Model	Coefficients				Collinearity Statistics		
	Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p	Tolerance	VIF
H <sub>0</sub> (Intercept)	33.790	0.249		135.838	<.001		
H <sub>1</sub> (Intercept)	10.145	2.301		4.408	<.001		
Kualitas Pelayanan Jasa	0.052	0.067	0.071	0.773	0.441	0.554	1.805
Citra Perusahaan	0.322	0.043	0.693	7.570	<.001	0.554	1.805

JASP Team (2022). JASP (Version 0.15.1)

Menentukan  $F_{tabel}$  maka dilakukan perhitungan dengan rumus dibawah ini:

$$Df = (n-k)$$

$$Df = (100-3)$$

$$Df = 97/dilihat dari t_{tabel} = 1.6607$$

1.Variabel kualitas pelayanan jasa ( $X_1$ ) berdasarkan hasil perbandingan  $t_{hitung} 0,773 < t_{tabel} 1,6607$  maka nilai signifikan  $0,441 > 0,05$  dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan jasa ( $X_1$ ) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

2.Variabel citra perusahaan ( $X_2$ ) berdasarkan hasil perbandingan dimana  $t_{hitung} 7,570 > t_{tabel} 1,6607$  maka nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa variabel citra perusahaan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang sangat signifikan secara persial terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

**Uji f (f-Test)**

Uji simultan dengan uji-F dirancang untuk mengetahui pengaruh gabungan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen ketika p-value (sig kolom) kecil. Lebih besar dari signifikan leverage yang ditemukan, atau *Fhitung* (kolom F) lebih besar dari *Ftabel*. *Ftabel* dihitung menggunakan  $df = k-1$  dan  $df2 = n-k$ . Dimana k adalah jumlah variabel terikat dan variabel bebas.

**TABEL.10**  
**Hasil Uji f**

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H <sub>1</sub>	Regression	337.008	2	168.504	59.310	<.001
	Residual	275.582	97	2.841		
	Total	612.590	99			

JASP Team (2022). JASP (Version 0.15.1)

Agar bisa mendapatkan hasil  $F_{tabel}$  dilakukan perhitungan menggunakan rumus dibawah ini:

$$Df 1 = (k-1)$$

$$Df 2 = (n-k)$$

$$Df 1 = (3-1) = 2$$

$$Df 2 = (100 -2)= 98/dilihat dari F_{tabel} = 3.09$$

Hasi dari uji F dapat dilakukan perbandingan  $F_{hitung} 59.310 > F_{tabel} 3.09$  oleh karna itu disimpulkan

bahwa variabel bebas memiliki pengaruh simultan terhadap variabel terikat. Tabel diatas juga diketahui nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  maka variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

**V. PENUTUP**

**Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan diatas yang sudah di paparkan dalam penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat di tarik dalam penelitian ini yaitu:

1. Dari hasil variabel kualitas pelayanan jasa ( $X_1$ ) didapatkan hasil perbandingan antara  $t_{hitung} 0,773 < t_{tabel} 1,6607$  maka nilai signifikan  $0,441 > 0,05$  dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan jasa ( $X_1$ ) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelnggan (Y). Kemungkinan dari hasil tersebut pelanggan tidak berdasarkan pada kualitas pelayanan jasa melainkan pelanggan menggunakan *service* karena kehandalan dari mekanik yang ada dan juga suku cadang yang diberikan *original*.
2. Dari hasil variabel citra perusahaan ( $X_2$ ) didapatkan hasil perbandingan dimana  $t_{hitung} 7,570 > t_{tabel} 1,6607$  maka nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa variabel citra perusahaan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang sangat signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

Dari hasil uji F dapat disimpulkan dari perbandingan  $F_{hitung} 59,310 > F_{tabel} 3,09$  bahwa variabel independen diketahui mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan dan memiliki nilai signifikansi  $0,001. < 0,05$ , maka variabel independen memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel dependen pada saat yang sama.

**Saran**

Berdasarkan hasil dari kesimpulan diatas, penulis ingin mengajukan saran agar diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan juga bagi PT Asia Surya Perkasa pangkalpinang yaitu sebagai berikut:

- 1).Menjaga dan meningkatkan *Reliability*, demi menjalin kepuasan pelanggan dengan cara memperbaiki kualitas pelayanan jasa,*Tangibel, Reliability, Responsivness, Assurance,Empathy* melalui strategi kualitas pelayanan jasa agar selalu lebih unggul dari perusahaan lain.
- 2).Menerapkan,*Personality,Reputation,Kredibilitas,Reliabilitas,trustworthines,Responsibility,Value,dan,Corporate* . Dapat memberi kasan yang baik dalam citra perusahaan bisa menambanya pelanggan dan juga menjadi alternatif untuk mendatangkan pelanggan baru,hal ini sangat penting untuk menikatkan jumlah pelanggan.
- 3).Bagi Perusahaan PT Asia Surya Perkasa Pangkalpinang, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk dibenahi atau meningkatkan sebagai masukan positif terkait masalah kualitas pelayanan jasa yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang telah di uji menggunakan aplikasi JASP.
- 4).Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar bisa menggunakan perhitungan yang akurat sehingga bisa mendapatkan hasil penelitian yang bermanfaat.

5). Dari hasil penelitian ini bisa menjadi perbandingan untuk para peneliti yang meneliti variabel yang sama dengan objek yang berbeda.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Atmaja Jaka 2018. *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB*. Jurnal *Ecconomica* Vo12, No,1, April 2018.
- [2] Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPF: Yogyakarta.
- [3] Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- [4] Atmaja Jaka 2018. *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB*. Jurnal *Ecconomica* Vo12, No,1, April 2018.
- [4] Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen ( sikap dan pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- [5] Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.
- [6] Namawi, 2011, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Untuk Bisnis Yang Kompetitif*, Gajahmada University press, Yogyakarta
- [7] Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. CV