

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang semakin berkembang memberikan kemudahan bagi manusia. Motor roda 3 atau biasa dikenal masyarakat bentor adalah kendaraan yang menjadi pilihan masyarakat, terutama mereka yang memiliki bisnis untuk keperluan mengangkut barang dalam kapasitas yang cukup besar. Dilihat dari ukuran, harga dan pengoperasiannya, motor roda 3 merupakan alat transportasi yang sangat praktis. Jika dibandingkan menggunakan mobil untuk mengangkut barang, motor roda 3 lebih hemat dalam penggunaan bahan bakar, biaya pajak pertahun dan perawatan lebih murah, serta bisa akses ke gang sempit untuk pengusaha yang berlokasi di daerah permukiman.

Viar adalah salah satu dari sekian banyak merek motor roda 3 pengangkut barang yang memiliki popularitas yang cukup tinggi di kalangan masyarakat, terutama mereka yang memiliki kebutuhan untuk mengangkut barang dalam jumlah yang besar. Motor roda 3 Viar diperkenalkan kepada masyarakat oleh Viar Motor Indonesia pada tahun 2009 (Viar Motor Indonesia, n.d.). Untuk memberikan rasa kepuasan terhadap konsumen, perusahaan motor roda 3 perlu memberikan tingkat pelayanan yang baik terhadap konsumennya.

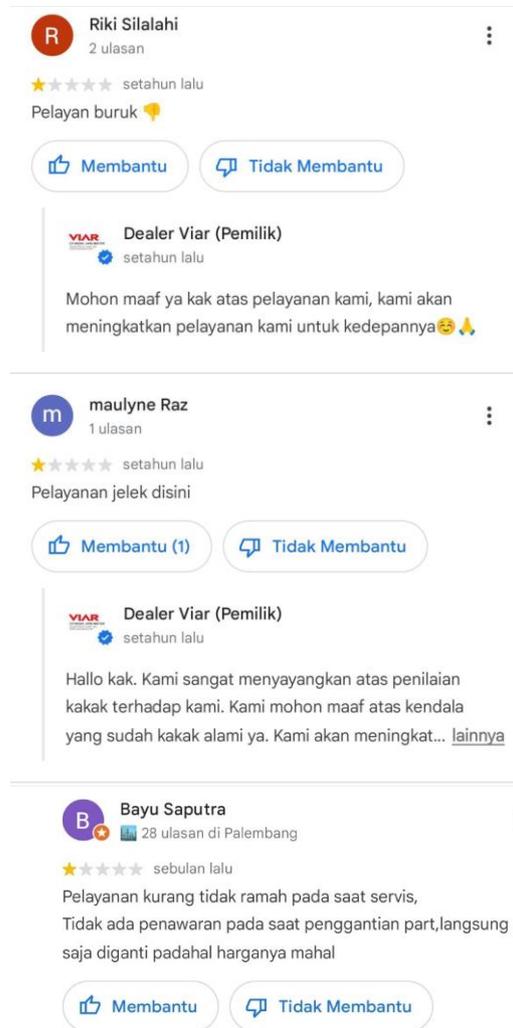
Pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi (Indrasari, 2019:57). Salah satu bentuk pelayanan yang ditawarkan perusahaan terhadap konsumen adalah pelayanan purna jual. Layanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen setelah proses transaksi terjadi (Tjiptono, 2018:85). Layanan purna jual dilakukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, menjalin kerja sama dengan konsumen, menjaga hubungan baik dan menciptakan loyalitas pelanggan. Perusahaan memberikan layanan purna jual sebagai suatu bentuk tanggung jawab yang diberikan atas

barang yang telah mereka jual. Selain menjual produk unggul, perusahaan motor roda 3 juga harus memastikan bahwa mereka menyediakan layanan purna jual yang berkualitas, termasuk jasa servis yang memuaskan bagi para pelanggan. Layanan purna jual yang baik tidak hanya merupakan kewajiban bagi perusahaan, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Namun, seringkali pelayanan menjadi masalah tersendiri bagi suatu perusahaan karena tidak mampu mengkomunikasikan dengan tepat antara apa yang diinginkan oleh konsumen dengan apa yang diberikan. Maka dari itu, perlu adanya pemahaman yang mendasar mengenai arti pelayanan itu sendiri.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diterima terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2018:477). Kepuasan konsumen akan mempengaruhi kesetiaan terhadap barang atau jasa. Selain kepuasan, ada juga perasaan ketidakpuasan apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai yang di harapkan konsumen. Respon konsumen terhadap ketidakpuasan tidak selalu melakukan tindakan. Ada yang tidak mengambil tindakan, diam- diam pindah ke merk lain, ada yang mengeluh pada pihak ke tiga dan menceritakan ketidakpuasan tersebut. Dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen, Dealer Viar Palembang harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan memberikan rasa aman kepada konsumen. Karena dengan memberikan pelayanan dan rasa aman yang baik dapat memberikan rasa kepuasan konsumen.

Dealer Viar Palembang merupakan salah satu perusahaan otomotif merk Viar yang telah berdiri sejak tahun 2005. Berlokasi di jalan Veteran nomor 69C, kelurahan Kuto Batu, Kecamatan Ilir Timur 3, Palembang. Selain menjual produk berupa motor roda 3, Dealer Viar Palembang juga menyediakan pelayanan purna jual dan salah satunya adalah pelayanan jasa servis. Namun, beberapa konsumen telah mengajukan keluhan terhadap layanan jasa servis yang diberikan oleh Dealer Viar Palembang. Keluhan-keluhan tersebut

mencakup berbagai hal, mulai dari kualitas pekerjaan servis hingga pengalaman pelanggan secara keseluruhan.



Gambar 1. 1 Keluhan Konsumen Dealer Viar

Sumber: *Google Maps* Dealer Viar Palembang, 2024

Pada gambar 1.1 diatas, menampilkan beberapa keluhan dari konsumen Dealer Viar yang menyuarakan ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan yang buruk melalui *platform Google Maps*. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen telah mengalami pengalaman yang tidak memuaskan selama proses servis kendaraan di dealer tersebut. Situasi ini menimbulkan kebutuhan untuk menggali lebih dalam tentang kepuasan konsumen terhadap layanan servis yang disediakan oleh dealer, sebagai langkah awal untuk meningkatkan pengalaman konsumen dan menjaga reputasi merek.

Selain adanya komentar keluhan konsumen melalui *Google Maps*, Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan keluhan konsumen Dealer Viar melalui kotak saran yang disediakan oleh Dealer Viar selama bulan Januari 2023 hingga Desember 2023.

Tabel 1. 1
Keluhan Konsumen Dealer Viar Palembang Periode
Januari 2023 - Desember 2023

No	Keluhan Konsumen	Jumlah
1	Suku cadang yang tersedia kurang lengkap	22
2	Tempat parkir kurang memadai	11
3	Mekanik kurang tanggap terhadap keluhan konsumen	20
4	Pelayanan terhadap konsumen memerlukan waktu cukup lama	27
5	Kinerja mekanik dan karyawan kurang maksimal	15
6	Fasilitas ruang tunggu kurang memadai	13
7	Mekanik tidak mempunyai waktu untuk melayani konsumen dalam hal konsultasi tentang perawatan motor	12
8	Pelayanan tidak ramah terhadap konsumen	21
TOTAL		141

Sumber : Dealer Viar, 2024

Berdasarkan table 1.1 diatas, dapat diketahui bahwa keluhan dari konsumen Dealer Viar Palembang cukup banyak. Keluhan-keluhan tersebut seharusnya ditanggapi pihak Dealer dengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga konsumen akan merasa puas dengan pelayanan dan dukungan yang diberikan pihak Dealer.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka laporan akhir ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Servis Motor Roda 3 Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Dealer Viar Palembang)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Dealer Viar Palembang?
2. Apakah kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Dealer Viar Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini lebih memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan jasa servis motor roda 3 terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan di Dealer Viar Palembang atau CV Indah Jaya Motor yang beralamat di jalan Veteran nomor 69C, kecamatan Kuto Batu, kelurahan Ilir Timur 3, kota Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara parsial terhadap kepuasan konsumen Dealer Viar Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen Dealer Viar Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini, ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada penambahan atau masukan baru untuk penelitian berikutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan jasa servis terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan perusahaan di bidang pelayanan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran, pemecahan masalah sesuai dengan teori yang telah dipelajari di bangku kuliah, menambah pengalaman, wawasan dan pengetahuan terutama pengetahuan tentang pelayanan yang dibutuhkan konsumen.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pengembangan ilmu pengetahuan untuk menambah wawasan mengenai pengaruh tingkat pelayanan jasa servis terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar (Sugiyono, dalam Nuning, 2017). Metode pengumpulan data kualitatif meliputi, observasi

partisipatif dan analisis dokumen. Dengan cara ini, peneliti dapat mengeksplorasi makna mendalam dari kepuasan konsumen, memahami interaksi kompleks antara konsumen dan penyedia layanan, serta menggali aspek-aspek yang mungkin tidak terjangkau oleh pendekatan kuantitatif.

2. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, dalam Nuning, 2017). Data ini biasanya dikumpulkan melalui survei atau kuesioner yang mengandung pertanyaan tertutup dengan skala numerik, seperti skala Likert, untuk menilai kepuasan pelanggan terhadap berbagai aspek layanan. Data kuantitatif yang diperoleh dari penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan interpretasi dan pemahaman.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:456). Data primer dalam laporan ini berupa data yang penulis kumpulkan langsung dari hasil kuesioner dengan konsumen motor roda 3 Dealer Viar Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2018:456). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai kualitas pelayanan jasa dan keputusan pembelian konsumen.

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

1.1 Pengamatan (*Observation*)

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain (Sugiyono, 2018:229). Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa servis motor roda 3 terhadap kepuasan konsumen.

1.2 Daftar pertanyaan (*Quistionere*)

Kuesioner adalah cara pengumpulan data melalui pertanyaan tertulis yang disiapkan sebelumnya dan dijawab oleh responden dengan memilih opsi jawaban yang telah disediakan (Bahri, 2018:92). Penelitian ini menggunakan skala likert (*likert rating scale*) sebagai alat penelitian untuk mengukur pernyataan yang tertera dalam kuesioner. Skala likert merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subjek dan objek tertentu. Jawaban setiap instrument mempunyai ruang dari sangat positif sampai sangat negative. Item yang bernilai positif maka angka terbesar diletakan pada “sangat setuju”, sedangkan item yang bernilai negatif maka angka terbesar diletakan pada “sangat tidak setuju” (Bahri, 2018:145). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social (Sugiyono, 2018:93).

Dalam hal ini penulis memberikan Kuesioner kepada konsumen motor roda 3 Dealer Viar Palembang. Adapun jenis kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup, untuk membantu para responden agar menjawab analisis data terhadap kuesioner yang sudah terkumpul. Kuesioner yang digunakan oleh penulis yaitu membagikan lembar kuesioner kepada setiap konsumen motor roda 3 yang datang ke Dealer Viar Palembang untuk melakukan servis atau sekedar melakukan pembelian suku cadang.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam studi kepustakaan (*library research*) penelitian dilakukan dengan cara menelaah dan mempelajari berbagai literatur (buku-buku, jurnal, peraturan undang-undang, dan lain-lain) (Jaya, 2020:149). Maka dari itu penulis akan mengambil data-data atau informasi dengan cara mempelajari buku-buku atau referensi yang lain untuk mendapatkan keterangan yang berhubungan dengan masalah, agar dapat membandingkan antara teori dengan praktik di instansi.

1.5.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti (Arikunto, 2019:109). Populasi merupakan area umum yang terdiri dari individu atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diselidiki dan kemudian membuat kesimpulan berdasarkan temuannya (Sugiyono, 2018:130). Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen motor roda 3 Dealer Viar Palembang. Berikut data konsumen dari bulan Januari hingga Desember pada tahun 2023

Tabel 1. 2
Jumlah Konsumen Motor Roda 3 Dealer Viar
Periode Januari 2023-Desember 2023

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	91
Februari	76
Maret	56
April	53
Mei	67
Juni	78
Juli	83
Agustus	101
September	95
Oktober	82
November	45
Desember	78
Total	905

Sumber : CV Indah Jaya Motor, 2024

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 905 orang yang dapat dilihat dari jumlah konsumen Dealer Viar Palembang selama periode 1 tahun dari bulan Januari sampai Desember 2023.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi (Sugiyono, 2018:81). Sedangkan ukuran sampel merupakan

suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2018:120) *Random sampling* dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.

Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat yang ditolerir 10% (0,10)

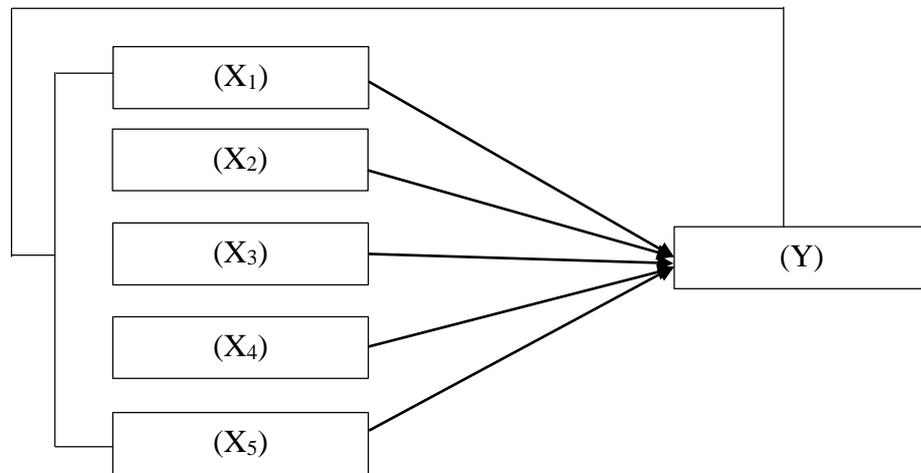
Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 90 responden, berdasarkan pada jumlah konsumen Dealer Viar Palembang pada periode Januari sampai Desember 2023. Maka dari data tersebut, didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{905}{1 + 905 (0,10)^2} = 90,05 = 90$$

Jadi diketahui dari perhitungan diatas, ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 90,05 dibulatkan menjadi 90 orang responden dengan tingkat kesalahan 10%.

1.5.4 Model Kerangka Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian terdiri dari variabel independen (X) adalah kualitas pelayanan dan variabel dependen (Y) adalah kepuasan konsumen. Untuk mencari hubungan X dengan Y menggunakan teknisi regresi linear berganda. Model kerangka berfikir dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. 2 Model Kerangka Berpikir

Sumber: (Windarti dan Ibrahim, 2017)

Keterangan :

X₁ : bukti fisik (*tangibles*)

X₂ : keandalan (*reliability*)

X₃ : daya tanggap (*responsiveness*)

X₄ : jaminan (*assurance*)

X₅ : empati (*empathy*)

Y : kepuasan konsumen

—————> : Pengaruh masing-masing X₁, X₂, X₃, X₄, X₅ terhadap Y

1.5.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara yang dimaksud untuk menjawab permasalahan yang ada.

Menurut Sugiyono (2017 : 63) menyatakan bahwa : “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang di berikan baru didasar pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta – fakta empiris yang di peroleh melalui pegumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric”.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengambil hipotesis sementara dalam memecahkan masalah tersebut, bahwa :

- H₁ : *Tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Dealer Viar Palembang.
- H₂ : *Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen konsumen Dealer Viar Palembang.
- H₃ : *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Dealer Viar Palembang.
- H₄ : *Assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen konsumen Dealer Viar Palembang.
- H₅ : *Empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen konsumen Dealer Viar Palembang.
- H₆ : *Tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen konsumen Dealer Viar Palembang.

1.5.6 Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk mengolah data tersebut adalah teknik analisis statistic, yaitu melalui program computer SPSS (*Statistical Package For The Social Selences*) 21.0, maka adapun teknik analisis yang digunakan penulis yaitu:

1.5.6.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali:2018:51). Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r hitung (*Correlation Item total Correlation*) dengan r tabel.

$R_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid

$R_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan (Livia Amanda, et al dalam Sugiyono, 2019). Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kuesioner sebagai alat ukur harus mempunyai reliabilitas yang tinggi.

Menurut Ghozali (2018) menunjukkan bahwa *Alpha cronbach's* dapat diterima jika $> 0,6$. Semakin dekat *Alpha cronbach's* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsisten internal.

1.5.6.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) tujuan dari uji normalitas adalah sebagai berikut: “Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing masing variabel berdistribusi normal atau tidak.

Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian -pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan.”

Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Simmon Test untuk masing-masing variabel. Hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai *2-tailed significant*. Jika data memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sehingga data dikatakan berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas atau independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dalam model regresi penelitian ini dapat

dilakukan dengan cara melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF), dan nilai tolerance. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai tolerance lebih dari 0,10 (Ghozali, 2018).

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual dalam model tidak homogen. Uji untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dilakukan uji Glejer. Uji Glejer dilakukan dengan meregresikan absolut residual dengan variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang memenuhi syarat homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Model dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi 5%.

1.5.6.3 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2018). Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

α	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: Koefisien regresi masing-masing variabel independen
e	: <i>Error Estimate</i>
Y	: Kepuasan konsumen
X_1	: <i>Tangible</i>
X_2	: <i>Reliability</i>
X_3	: <i>Responsiveness</i>
X_4	: <i>Assurance</i>
X_5	: <i>Empathy</i>

Besarnya konstanta tercermin dalam “ α ” dan besarnya koefisien regresi dari masing-masing variabel independen ditunjukkan dengan $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$.

1.5.6.4 Pengujian Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, *et.al* dalam Sugiyono, 2019). Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak, untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan parsial (Uji t) dan uji signifikan simultan (Uji F).

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara individual mempengaruhi variabel dependent (Fitriyani, dalam Ghozali, 2021). Uji parsial digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan jasa servis motor roda 3 terhadap kepuasan konsumen Dealer Viar Palembang.

- a. Uji menentukan Hipotesis null (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a). Bentuk pengujian:
- H_{01} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen
- H_{a1} : Ada pengaruh positif dan signifikan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen
- H_{02} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan keandalan terhadap kepuasan konsumen
- H_{a2} : Ada pengaruh positif dan signifikan keandalan terhadap kepuasan konsumen
- H_{03} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan daya tanggap terhadap kepuasan konsumen
- H_{a3} : Ada pengaruh positif dan signifikan daya tanggap terhadap kepuasan konsumen
- H_{04} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan jaminan terhadap kepuasan konsumen
- H_{a4} : Ada pengaruh positif dan signifikan jaminan terhadap kepuasan konsumen
- H_{05} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan empati terhadap kepuasan konsumen
- H_{a5} : Ada pengaruh positif dan signifikan empati terhadap kepuasan konsumen
- b. Menentukan kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis yaitu terhadap $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- c. Menentukan $df = n - k$ jai $90 - 6 = 84$ dengan taraf signifikan 5% (0,05%).

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F (Uji F) digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel yang digunakan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen

(Fitriyani, dalam Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini, nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α): 5%. Uji simultan yang dilakukan untuk membutuhkan hipotesis yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

a. Menentukan Hipotesis null (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a) yaitu:

H_{06} : Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap kepuasan konsumen Dealer Viar Palembang.

H_{a6} : Ada pengaruh yang positif dan signifikan Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap kepuasan konsumen Dealer Viar Palembang.

b. Menentukan taraf signifikan sebesar 5% (0,05)

c. Menentukan F_{tabel} $df_1 = k - 1 = 6 - 1 = 5$ dan $df_2 = n - k = 90 - 6 = 84$ sebesar 2,323

d. Menentukan kriteria pengembalian keputusan dalam penelitian, yaitu:

H_{06} ditolak : $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan $> (0,05)$

H_{06} diterima : $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikan $< (0,05)$

1.5.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berganda (R^2) adalah untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Kuncoro, dalam Greissela, 2023). Koefisien determinasi menunjukkan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terkait, di mana digambarkan dengan presentase. Semakin besar persentasenya maka dapat dikatakan variabel bebas (X) memiliki kontribusi atau peran yang besar dalam mempengaruhi variabel terikat, sedangkan sisa persentasenya merupakan variabel

bebas lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sebaliknya semakin kecil persentasenya maka semakin kecil kontribusi atau peran variabel bebas (X) dalam mempengaruhi variabel terikat.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika $R^2 = 0$, ini berarti model regresi tidak dapat menjelaskan variabilitas yang ada dalam data sama sekali. Jika $R^2 = 1$, ini berarti model regresi mampu menjelaskan seluruh variabilitas yang ada dalam data. Jika R^2 berada di antara 0 dan 1, ini menunjukkan bahwa model dapat menjelaskan sebagian variabilitas dalam data. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar proporsi variabilitas data yang dapat dijelaskan oleh model.

1.5.6.6 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini penulis menggunakan skala likert untuk digunakan dalam perhitungan kuisioner. Skala Likert merupakan skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur (Sanusi, 2017:59). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

Tabel 1. 3
Skala Likert

Kriteria Jawaban		Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, 2017:93

Penyebaran kuesioner diberikan kepada konsumen yang datang ke Dealer Viar yang pernah melakukan servis motor roda 3 di Dealer Viar sekurang-kurangnya dua kali. Periode penelitian dilakukan selama 2 bulan yaitu dari bulan Mei – Juni 2024.