

BAB III

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BAGIAN *GENERAL*
REPAIR PT. NASMOCO KALIGAWA**

Pada bab ini akan dijelaskan temuan penelitian yang dihimpun melalui kuesioner dari 100 responden konsumen bagian *General Repair* PT. Nasmoco Kaligawe. Adapun kuesioner meliputi tanggapan responden tentang variabel penelitian ini, yaitu Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Konsumen.

3.1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian bertujuan untuk menguji apakah instrumen penelitian yang digunakan selama penelitian dapat valid dan reliabel. Instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila instrumen yang digunakan mampu menggambarkan dan menjelaskan variabel yang diteliti. Di lain pihak, instrumen dapat dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut jika digunakan pada objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Hasil penelitian yang valid dan reliabel didapatkan melalui uji validitas dan uji reliabilitas dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Seluruh hasil yang diperoleh dari responden, kemudian diinput ke dalam *software* SPSS untuk melihat hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas.

3.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2001 : 45). Untuk menentukan kevalidan dari masing-masing item dalam angket dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi *Person-Product Moment*. Hasil penelitian menunjukkan indikator valid, jika nilai r-hitung hasil korelasi *Person-Product Moment* mampu memiliki nilai $>$ r-tabelnya.

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X1) dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,348	0,197	Valid
2	0,406	0,197	Valid
3	0,361	0,197	Valid
4	0,279	0,197	Valid
5	0,713	0,197	Valid
6	0,616	0,197	Valid
7	0,692	0,197	Valid
8	0,672	0,197	Valid
9	0,622	0,197	Valid
10	0,545	0,197	Valid
11	0,257	0,197	Valid
12	0,285	0,197	Valid
13	0,307	0,197	Valid
14	0,360	0,197	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.1. menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada semua butir pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,197), sehingga simpulannya bahwa semua item pertanyaan variabel kualitas pelayanan adalah Valid.

Hasil uji validitas variabel citra perusahaan (X2) dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2.
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan

Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,628	0,197	Valid
2	0,810	0,197	Valid
3	0,821	0,197	Valid
4	0,442	0,197	Valid
5	0,835	0,197	Valid
6	0,465	0,197	Valid
7	0,417	0,197	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.2. menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada semua butir pertanyaan dari variabel citra perusahaan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,197), sehingga simpulannya bahwa semua item pertanyaan variabel citra perusahaan adalah Valid.

Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel 3.3. sebagai berikut:

Tabel 3.3.
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
2	0,842	0,197	Valid
3	0,703	0,197	Valid
4	0,476	0,197	Valid
5	0,446	0,197	Valid
6	0,538	0,197	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3.3. menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada semua butir pertanyaan dari variabel kepuasan konsumen memiliki nilai r-hitung lebih

besar dari r-tabel (0,197), sehingga simpulannya bahwa semua item pertanyaan variabel kepuasan konsumen adalah Valid.

Hal ini berarti kuesioner dalam penelitian ini mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data secara tepat.

3.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen penelitian apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu obyek atau responden. Salah satu cara untuk menguji ini adalah dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* yang terbentuk.

Adapun kaidah pengambilan keputusan untuk mengukur reliabilitas adalah:

1. Jika angka reliabilitas Alpha melebihi angka 0,6 maka variabel tersebut reliabel.
2. Jika angka reliabilitas Alpha kurang dari angka 0,6 maka variabel tersebut tidak reliabel.

Berdasarkan hasil analisa data dengan menggunakan program bantu SPSS diperoleh nilai *Cronbach Alpha* seperti dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.4.
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Alpha	Pembanding	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,7269	0,6	Reliabel
2	Citra (X2)	0,7746	0,6	Reliabel
3	Kepuasan (Y)	0,7047	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2018

Tabel di atas dapat dilihat bahwa besarnya nilai *cronbach alpha* berada pada range 0,7047 s/d 0,7746 > 0,60, jadi dapat simpulannya bahwa kuesioner penelitian adalah reliabel. Karena reliabel maka instrumen yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.

3.2. Analisa Tabel Distribusi Frekuensi

Untuk dapat menganalisis jawaban responden atas variabel-variabel yang diuji, berikut adalah analisis deskriptif jawaban responden yang didapat dari kuesioner yang telah disebarakan kepada 100 responden.

3.2.1. Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

1. Peralatan yang Digunakan Petugas *General Repair Hi-Tech*.

Dalam mencapai tujuan untuk memberikan pelayanan terbaik disetiap dealer, PT. Nasmoco Kaligawe selalu berusaha melengkapi peralatan general repair nya dengan yang terstandar dan Hi-Tech. Dengan begitu konsumen dalam melakukan service dan repair selalu mendapatkan pelayanan yang maksimal, dan juga hasil yang maksimal dengan peralatan repair yang lengkap dan terbaru sesuai standar. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai Peralatan yang digunakan petugas *general repair Hi-Tech*.

Tabel 3.5.
Peralatan yang Digunakan Petugas *General Repair Hi-Tech*.

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	9	9
2.	Setuju	44	44
3.	Netral	20	20
4.	Tidak Setuju	23	23
5.	Sangat Tidak Setuju	4	4
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Peralatan yang digunakan petugas *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe *Hi-Tech*. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah setuju (44%) ditambah dengan sangat setuju (9%) dan netral (20%). Hal ini disebabkan karena responden karena mereka merasakan hasil yang maksimal dan terbaik ketika melakukan *service & repair* di PT. Nasmoco Kaligawe,serta hasilnya sesuai dengan harapan responden. Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang yang menyatakan tidak setuju (23%) dan sangat tidak setuju (4%). Hal ini disebabkan karena responden melihat banyaknya *stall* perbaikan yang tidak difungsikan, dari 52 stall yang difungsikan hanya 31 stall saja.

2. Fasilitas Penunjang Pelayanan pada *General Repair* PT. Nasmoco Kaligawe Lengkap.

PT. Nasmoco Kaligawe selalu berusaha memberikan memberikan pelayanan terbaik untuk para konsumen, salah satunya adalah kelengkapan fasilitas penunjang pelayanan pada bagian *General Repair*, dimana hal tersebut merupakan aspek penting dalam terciptanya kepuasan konsumen PT. Nasmoco Kaligawe. Di antaranya berbagai fasilitas penunjang pelayanan seperti ruang

tunggu yang nyaman, ber AC, dan ada hiburan membuat konsumen nyaman saat menunggu kendaraannya diservis. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai kelengkapan fasilitas penunjang pelayanan pada *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe.

Tabel 3.6.
Fasilitas Penunjang Pelayanan pada *General Repair* PT. Nasmoco Kaligawe Lengkap

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	1	1
2.	Setuju	37	37
3.	Netral	30	30
4.	Tidak Setuju	32	32
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Fasilitas penunjang pelayanan pada *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe lengkap. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah sebanyak konsumen mengatakan setuju (37%) ditambah dengan sangat setuju (1%) dan netral (30%). Ketika konsumen melakukan service tentunya selain menginginkan hasil yang memuaskan, konsumen juga ingin merasakan kenyamanan ditempat service, ketika konsumen merasa nyaman akan fasilitas penunjang di tempat service, tentunya hal itu mampu meningkatkan kepuasan dan juga sesuai dengan kualitas pelayanan yang di inginkan konsumen. Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang yang menyatakan tidak setuju (32%). Hal ini disebabkan karena responden merasa ruangan untuk merokok terlalu sempit.

3. Kualitas Ruang Service yang Memadai.

PT. Nasmoco selaku perusahaan distribusi otomotif terbesar di Jawa Tengah, tentunya berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, salah satunya pada bagian service. Dimana ruang service PT. Nasmoco kaligawe mempunyai ruang service yang memadai. Karena dengan adanya kualitas ruang service yang memadai akan sangat berpengaruh pada kecepatan dan ketepatan petugas dalam menyervis kendaraan konsumen. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai kualitas ruang service yang memadai.

Tabel 3.7.
Kualitas Ruang Service yang Memadai

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	1	1
2.	Setuju	54	54
3.	Netral	27	27
4.	Tidak Setuju	15	15
5.	Sangat Tidak Setuju	3	3
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Kualitas ruang service yang memadai ada pada PT. Nasmoco Kaligawe. Hal ini diketahui dari kategori terbesar responden memilih setuju (54%) dan ditambah dengan sangat setuju (1%) dan netral (27%). Konsumen lebih memilih melakukan service di PT. Nasmoco karena mereka merasa percaya ketika mengetahui PT. Nasmoco memiliki ruang service yang memadai dalam melakukan service kendaraan dengan cepat dan tepat serta berkualitas. Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang yang menyatakan tidak setuju (15%) dan sangat tidak setuju (3%). Hal ini disebabkan karena responden melihat

banyaknya *stall* perbaikan yang tidak difungsikan, dari 52 *stall* yang difungsikan hanya 31 *stall* saja.

4. Petugas *General Repair* Memberikan Kemampuan Pelayanan yang Sama bagi Semua Konsumen, Tanpa Memandang Status Sosial.

Dalam memberikan pelayanan, PT Nasmoco tentunya berusaha memberikan pelayanan sesuai standar perusahaan demi memberikan kualitas pelayanan terbaik, salah satunya adalah pelayanan yang sama bagi semua konsumen, tanpa memandang status sosial diwujudkan PT. Nasmoco Kaligawe agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Berikut ini persepsi terhadap Petugas *general repair* memberikan kemampuan pelayanan yang sama bagi semua konsumen, tanpa memandang status sosial.

Tabel 3.8.
Petugas *General Repair* Memberikan Kemampuan Pelayanan yang Sama bagi Semua Konsumen, Tanpa Memandang Status Sosial

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	1	1
2.	Setuju	45	45
3.	Netral	36	36
4.	Tidak Setuju	13	13
5.	Sangat Tidak Setuju	5	5
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas diketahui PT. Nasmoco Kaligawe memberikan pelayanan yang sama bagi semua konsumen, tanpa memandang status sosial. Hal ini diketahui dari pilihan responden memilih setuju (45%) ditambah dengan sangat setuju (1%) dan netral (36%). Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang menyatakan tidak setuju (13%) dan sangat tidak setuju (5%). Hal ini disebabkan penilaian responden terhadap kinerja

pelayanan PT. Nasmoco Kaligawe sudah tepat sesuai dengan harapan dari responden. Selain itu dalam memberikan pelayanan, PT Nasmoco selalu memberikan pelayanan yang adil bagi setiap konsumen, sehingga konsumen merasa senang ketika melakukan service kembali di PT. Nasmoco Kaligawe.

5. Petugas *General Repair* Memiliki Sikap Simpatik Saat Memberikan Pelayanan Perbaikan Kendaraan.

Dalam memberikan pelayanan service, PT Nasmoco tidak sekedar hanya memberikan pelayanan terbaik mengenai ruang service dan fasilitas penunjang pelayanan, PT Nasmoco juga memberikan pengarahan kepada setiap petugas *general repair* agar memiliki sikap simpatik saat memberikan pelayanan perbaikan kendaraan. Hal ini dapat diketahui melalui layanan setelah servis yang menanyakan kembali apakah masih ada keluhan pada konsumen yang servis kendaraan di PT. Nasmoco Kaligawe. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai petugas *general repair* memiliki sikap simpatik saat memberikan pelayanan perbaikan kendaraan.

Tabel 3.9.
Petugas *General Repair* Memiliki Sikap Simpatik Saat Memberikan Pelayanan Perbaikan Kendaraan.

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	1	1
2.	Setuju	55	55
3.	Netral	21	21
4.	Tidak Setuju	23	23
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Petugas *general repair* memiliki sikap simpatik saat memberikan pelayanan perbaikan

kendaraan. Hal ini diketahui dari kategori terbesar responden memilih setuju (55%) ditambah dengan sangat setuju (1%) dan netral (21%). Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang yang menyatakan tidak setuju (23%). Hal ini menjadikan konsumen merasa senang ketika melakukan service di PT. Nasmoco Kaligawe, konsumen merasa diperhatikan dan juga merasa sangat terbantu dengan hal ini, sehingga apa yang menjadi keluhan mengenai masalah kendaraan bisa diatasi dengan baik.

6. Petugas *General Repair* Teliti dan Akurat dalam Melakukan Perbaikan Kendaraan

Petugas *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe telah dilatih dengan standar operasional prosedur yang baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga petugas selalu teliti dan akurat dalam melakukan perbaikan kendaraan. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai Petugas *general repair* teliti dan akurat dalam melakukan perbaikan kendaraan.

Tabel 3.10.
Petugas *General Repair* Teliti dan Akurat dalam Melakukan Perbaikan Kendaraan.

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	4	4
2.	Setuju	38	38
3.	Netral	30	30
4.	Tidak Setuju	26	26
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Petugas *general repair* teliti dan akurat dalam melakukan perbaikan kendaraan Hal ini diketahui dari kategori terbesar responden memilih setuju sebanyak (42%) dan

responden yang memilih sangat tidak setuju sebanyak (2%). Konsumen merasa puas ketika melakukan service di PT. Nasmoco Kaligawe karena mereka merasakan hasil yang maksimal, petugas memeriksa apa yang menjadi keluhan dan masalah yang terjadi pada kendaraan konsumen dengan tepat dan akurat, sehingga kendaraan mendapatkan pelayanan service terbaik sesuai dengan apa yang konsumen inginkan.

7. Petugas *General Repair* Selalu Memberikan Penjelasan Hal-Hal yang Ditanyakan Konsumen

Dalam memberikan pelayanan tentunya petugas service harus bisa menangani berbagai keluhan kendaraan para konsumen, Petugas harus benar menguasai berbagai hal dalam service pelayanan. Salah satunya adalah Petugas *general repair* mampu memberikan penjelasan hal-hal yang ditanyakan konsumen. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai Petugas *general repair* selalu memberikan penjelasan hal-hal yang ditanyakan konsumen.

Tabel 3.11.
Petugas *General Repair* Selalu Memberikan Penjelasan Hal-Hal yang Ditanyakan Konsumen

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	8	8
2.	Setuju	41	41
3.	Netral	31	31
4.	Tidak Setuju	20	20
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Petugas *general repair* selalu memberikan penjelasan hal-hal yang ditanyakan konsumen. Hal ini diketahui dari kategori terbesar konsumen memilih setuju (41%) ditambah

dengan sangat setuju (8%) dan netral (31%). Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang yang menyatakan tidak setuju (20%). Konsumen yang melakukan service di PT. Nasmoco Kaligawe tentunya selalu ingin bertanya mengenai permasalahan yang terjadi pada kendaraan mereka karena dengan begitu mampu memberikan sedikit bantuan dalam mengatasi masalah yang terjadi. Petugas service juga merasa senang ketika menjelaskan ke konsumen karena dengan begitu juga dapat membantu petugas untuk melakukan tindakan service yang tepat terhadap kendaran konsumen. Dengan adanya penjelasan tersebut konsumen juga senang dengan pelayanan yang diberikan sehingga konsumen lebih nyaman untuk kembali melakukan service di PT. Nasmoco Kaligawe.

8. Petugas *General Repair* Memberikan Tanggapan dengan Jelas dan Ramah Terhadap Konsumen.

Keramahan dan kesopanan adalah salah satu komponen penting dalam suatu pelayanan, di PT. Nasmoco Kaligawe Petugas *general repair* wajib memberikan tanggapan dengan jelas dan ramah terhadap konsumen. Dengan keramahan dan pengetahuan yang baik dari petugas membuat konsumen mudah memahami penyampaian dari petugas. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai Petugas *general repair* memberikan tanggapan dengan jelas dan ramah terhadap konsumen.

Tabel 3.12.
Petugas *General Repair* Memberikan Tanggapan dengan Jelas dan Ramah terhadap Konsumen.

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	10	10
2.	Setuju	48	48
3.	Netral	26	26
4.	Tidak Setuju	15	15
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan petugas *general repair* memberikan tanggapan dengan jelas dan ramah terhadap konsumen.. Hal ini diketahui dari kategori terbesar responden memilih setuju (48%) ditambah dengan sangat setuju (10%) dan netral (26%). Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang yang menyatakan tidak setuju (15%) dan sangat tidak setuju (1%). Hal ini bisa dilakukan karena PT. Nasmoco selalu mengadakan pelatihan secara dimana semua petugas *General Repair* dealer termasuk dealer Nasmoco Kaligawe wajib mengikuti adanya training rutin dari perusahaan di Nasmoco *Training Centre*. Hasil dari training tersebut tentunya diterapkan petugas service PT. Nasmoco Kaligawe untuk memberikan tanggapan dengan jelas dan ramah kepada konsumen, sehingga konsumen merasa senang dengan kualitas pelayanan sesuai harapan mereka.

9. Petugas *General Repair* Bersikap Sigap dalam Melayani Konsumen

Petugas *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe diwajibkan selalu sigap dalam melayani konsumen sesuai dengan tujuan perusahaan. Hal ini dapat dibutuhkan guna melayani konsumen-konsumen kendaraan Toyota yang

merupakan merk kendaraan roda 4 dengan penjualan tertinggi di Indonesia. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai Petugas *general repair* bersikap sigap dalam melayani konsumen.

Tabel 3.13.
Petugas *General Repair* Bersikap Sigap dalam Melayani Konsumen

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	8	8
2.	Setuju	48	48
3.	Netral	30	30
4.	Tidak Setuju	13	13
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Petugas *general repair* bersikap sigap dalam melayani konsumen. Hal ini diketahui dari kategori terbesar responden memilih setuju (48%) ditambah dengan sangat setuju (8%) dan netral (30%). Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang menyatakan tidak setuju (13%) dan sangat tidak setuju (1%). Setiap konsumen tentunya menginginkan pelayanan yang memuaskan salah satunya bentuk pelayanan yang diinginkan konsumen adalah kesiapan petugas dalam melakukan service dan mengatasi masalah pada kendaraan, dengan begitu konsumen merasa nyaman dan percaya petugas dapat memberikan pelayanan yang tepat.

10. Petugas *General Repair* Merupakan Orang-Orang yang Profesional di Bidangnya

PT. Nasmoco Kaligawe tentunya ingin semua petugasnya memberikan pelayanan service yang maksimal kepada konsumen, untuk itu PT. Nasmoco

Kaligawe menempatkan Petugas *general repair* yang merupakan orang-orang profesional dibidangnya. Petugas *general repair* selalu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan standar servis Toyota. Berikut ini adalah persepsi responden petugas *general repair* merupakan orang-orang yang profesional dibidangnya.

Tabel 3.14.
Petugas *General Repair* Merupakan Orang-Orang yang Profesional di Bidangnya

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	11	11
2.	Setuju	52	52
3.	Netral	27	27
4.	Tidak Setuju	10	10
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan petugas *general repair* merupakan orang-orang yang profesional dibidangnya. Hal ini diketahui dari kategori terbesar konsumen yang memilih setuju (52%) ditambah dengan sangat setuju (11%) dan netral (27%). Konsumen ketika melakukan service pastinya ingin mendapatkan pelayanan terbaik dari dealer dan masalah yang terjadi pada kendaraan sudah terselesaikan ketika service sudah selesai. Dengan petugas yang profesional dan hasil service yang memuaskan tersebut, tentunya konsumen percaya jika kendaraan konsumen berada di tangan petugas yang tepat dan tempat service yang tepat. Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang menyatakan tidak setuju (10%). Hal ini disebabkan karena sebagian mekanik merupakan *fresh graduate* SMK yang dinilai konsumen kurang profesional.

11. Petugas *General Repair* Memiliki Pengetahuan dan Keterampilan yang Baik

Setiap petugas *general repair* memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam melakukan tugasnya. Hal ini merupakan hasil dari pelatihan rutin yang terstandar dari Nasmoco *Training Centre*. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai petugas *general repair* memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik.

Tabel 3.15.
Petugas *General Repair* Memiliki Pengetahuan dan Keterampilan yang Baik

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	11	11
2.	Setuju	47	47
3.	Netral	34	34
4.	Tidak Setuju	7	7
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan petugas *general repair* memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik. Hal ini diketahui dari kategori terbesar konsumen memilih setuju sebanyak (47%) ditambah dengan sangat setuju (11%) dan netral (34%). Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang yang menyatakan tidak setuju (7%) dan sangat tidak setuju (1%). Ketika konsumen ingin melakukan service tentunya mereka menginginkan tempat service yang petugasnya memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik, dengan adanya hal tersebut ketikan konsumen melakukan service di PT. Nasmoco Kaligawe konsumen tersebut akan mendapatkan petugas service yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang

baik dalam bidang pelayanan service otomotif sesuai harapan para konsumen. Ketika konsumen terpuaskan tentunya apa yang jadi tujuan perusahaan juga tercapai dalam memberikan pelayanan maksimal.

12. Hasil Kerja yang Baik Ditunjukkan oleh Petugas *General Repair*

Hasil kerja yang baik ditunjukkan oleh petugas *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe yang selalu mendapatkan pelatihan di Nasmoco Training Center. Cara kerja yang sudah terstandar menurut aturan akan menghasilkan hasil kerja yang baik juga. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai hasil kerja yang baik ditunjukkan oleh petugas *general repair*.

Tabel 3.16.
Hasil Kerja yang Baik Ditunjukkan oleh Petugas *General Repair*

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	18	18
2.	Setuju	64	64
3.	Netral	15	15
4.	Tidak Setuju	3	3
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Hasil kerja yang baik ditunjukkan oleh petugas *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe. Hal ini diketahui dari kategori terbesar konsumen memilih setuju sebanyak (64%) ditambah dengan sangat setuju (18%) dan netral (3%). Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang yang menyatakan tidak setuju (3%). Hasil kerja yang baik dan maksimal tentunya mampu memuaskan konsumen yang melakukan service di Nasmoco Kaligawe, ketika konsumen terpuaskan tentunya konsumen tersebut akan kembali melakukan service ke

Nasmoco kaligawe, demi tercapainya hal tersebut, perusahaan harus bisa memberikan hasil yang memuaskan melalui semua petugas service.

13. Petugas *General Repair* Bersedia Menerima Kritik dan Saran Dari Konsumen

Perusahaan yang besar adalah yang mampu menerima kritik dan juga saran untuk berkembang. Kritik dan saran bisa menjadi evaluasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar konsumen menjadi puas dengan pekerjaan yang dilakukan kedepannya. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai Petugas *general repair* bersedia menerima kritik dan saran dari konsumen.

Tabel 3.17.
Petugas *General Repair* Bersedia Menerima Kritik dan Saran Dari Konsumen

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	30
2.	Setuju	67	67
3.	Netral	3	3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Petugas *general repair* bersedia menerima kritik dan saran dari konsumen. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah setuju (67%) dan sangat setuju (30%). Saran dari konsumen tentunya hal yang sangat bermanfaat bagi perusahaan, dengan adanya saran dari konsumen, perusahaan dapat mengerti apa yang perlu di tingkatkan untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik bagi konsumen.

14. Petugas *General Repair* Bersikap Tulus dalam Menjawab setiap Pertanyaan Konsumen.

Melayani dengan tulus dan ramah merupakan salah satu budaya organisasi dari PT. Nasmoco Kaligawe. Setiap petugas PT. Nasmoco Kaligawe tentunya harus bersikap tulus dalam setiap kegiatan pelayanan. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai Petugas *general repair* bersikap tulus dalam menjawab setiap pertanyaan konsumen.

Tabel 3.18.
Petugas *General Repair* Bersikap Tulus dalam Menjawab setiap Pertanyaan Konsumen.

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	38	38
2.	Setuju	58	58
3.	Netral	3	3
4.	Tidak Setuju	1	1
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Petugas *general repair* bersikap tulus dalam menjawab setiap pertanyaan konsumen. Hal ini diketahui dari kategori terbesar konsumen yang memilih setuju (58%) ditambah dengan sangat setuju (38%) dan netral (3%). Namun demikian masih terdapat responden yang menyatakan tidak setuju (1%). Konsumen akan merasa lebih di hargai dan lebih merasa nyaman ketika semua pertanyaan konsumen dijawab dengan tulus, perusahaan pun berusaha menerapkan agar setiap petugas bersikap profesional, ramah dan tulus sehingga kualitas pelayanan yang tercipta sesuai harapan konsumen dan perusahaan.

3.2.1.1. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas

Pelayanan PT. Nasmoco Kaligawe

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner penelitian diperoleh data penilaian responden terhadap kualitas pelayanan PT. Nasmoco Kaligawe sebagai berikut:

Tabel 3.19.

Rekapitulasi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan KUALITAS PELAYANAN	STS	TS	N	S	SS	Σ	Skor	Mean
		1	2	3	4	5	(A)		
1	Peralatan yang digunakan petugas <i>general repair</i> Hi-Tech.	4	23	20	44	9	100	331	3,31
2	Fasilitas penunjang pelayanan pada <i>general repair</i> PT. Nasmoco Kaligawe lengkap.	0	32	30	37	1	100	307	3,07**
3	Kualitas ruang service yang memadai	3	15	27	54	1	100	335	3,35
4	Petugas <i>general repair</i> memberikan kemampuan pelayanan yang sama bagi semua konsumen, tanpa memandang status sosial.	5	13	36	45	1	100	324	3,24
5	Petugas <i>general repair</i> memiliki sikap simpatik saat memberikan pelayanan perbaikan kendaraan.	0	23	21	55	1	100	334	3,34
6	Petugas <i>general repair</i> teliti dan akurat dalam melakukan perbaikan kendaraan	2	26	30	38	4	100	316	3,16

7	Petugas <i>general repair</i> selalu memberikan penjelasan hal-hal yang ditanyakan konsumen.	0	20	31	41	8	100	337	3,37
8	Petugas <i>general repair</i> memberikan tanggapan dengan jelas dan ramah terhadap konsumen.	1	15	26	48	10	100	351	3,51
9	Petugas <i>general repair</i> bersikap sigap dalam melayani konsumen	1	13	30	48	8	100	349	3,49
10	Petugas <i>general repair</i> merupakan orang-orang yang profesional dibidangnya.	0	10	27	52	11	100	364	3,64
11	Petugas <i>general repair</i> memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik.	1	7	34	47	11	100	360	3,60
12	Hasil kerja yang baik ditunjukkan oleh petugas <i>general repair</i> .	0	3	15	64	18	100	397	3,97
13	Petugas <i>general repair</i> bersedia menerima kritik dan saran dari konsumen.	0	0	3	67	30	100	427	4,27
14	Petugas <i>general repair</i> bersikap tulus dalam menjawab setiap pertanyaan konsumen.	0	1	3	58	38	100	433	4,33*
Rata-rata Skor Jawaban							3,55		

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2018

Keterangan: *) Skor Item Penilaian Tertinggi

***) Skor Item Penilaian Terendah

Tabel 3.20.
Kategorisasi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan

Kriteria	Range
Sangat Kurang	1-1.8
Kurang	1.9-2.6
Cukup Baik	2.7-3.4
Baik	3.5-4.2
Sangat Baik	4.3-5

Penilaian responden terhadap kualitas pelayanan PT. Nasmoco Kaligawe diperoleh nilai skor rata-rata sebesar 3,55 artinya kualitas pelayanan yang diberikan selama ini dinilai responden sudah baik (3,5-4,2). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dinilai paling menonjol adalah ketulusan petugas dalam menjawab setiap pertanyaan konsumen dengan nilai skor sebesar 4,33 yang artinya sangat baik (4.3-5), sementara kualitas pelayanan yang dinilai paling rendah adalah kelengkapan fasilitas penunjang pelayanan pada *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe dengan nilai skor sebesar 3,07 yang artinya cukup baik (2.7-3.4).

3.2.2. Persepsi Responden Mengenai Citra Perusahaan

1. PT. Nasmoco Kaligawe Memiliki Tanggung Jawab yang Tinggi dalam Setiap Aktivitas Pelayanan.

PT. Nasmoco Kaligawe memiliki tanggung jawab yang tinggi dalam setiap aktivitas pelayanan. Hal ini dapat diketahui dari terstandarnya layanan servis kendaraannya dan adanya garansi servis. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai PT. Nasmoco Kaligawe memiliki tanggung jawab yang tinggi dalam setiap aktivitas pelayanan.

Tabel 3.21.
PT. Nasmoco Kaligawe Memiliki Tanggung Jawab yang Tinggi dalam Setiap Aktivitas Pelayanan

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	21	21
2.	Setuju	54	54
3.	Netral	32	32
4.	Tidak Setuju	4	4
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan PT. Nasmoco Kaligawe memiliki tanggung jawab yang tinggi dalam setiap aktivitas pelayanan. Hal ini diketahui dari tanggapan terbesar adalah setuju (54%) dan sangat setuju (21%). Mayoritas responden menyatakan PT. Nasmoco Kaligawe merupakan perusahaan yang dapat dipercaya disebabkan karena responden percaya PT. Nasmoco Kaligawe memiliki layanan servis yang terstandar sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) dan adanya garansi servis. Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang yang menyatakan tidak setuju (4%), hal ini disebabkan adanya masalah penanganan perbaikan yang terkadang kurang tepat waktu dikarenakan adanya masalah-masalah tidak terduga saat pelaksanaan perbaikan mobil. Dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa PT. Nasmoco Kaligawe memiliki tanggung jawab yang tinggi dalam setiap aktivitas pelayanan.

2. PT. Nasmoco Kaligawe Dikenal oleh Masyarakat Sebagai Salah Satu Tempat Service Mobil Toyota yang Memiliki Kepedulian dengan Lingkungan Sekitar

Salah satu bentuk kepedulian PT. Nasmoco Kaligawe kepada lingkungan adalah dengan melakukan kegiatan sosial berupa program kemitraan dan program bina lingkungan, perlindungan terhadap keselamatan dan kesehatan tenaga kerjanya, dan perlindungan konsumen. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai PT. Nasmoco Kaligawe dikenal oleh masyarakat sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang memiliki kepedulian dengan lingkungan sekitar

Tabel 3.22.
PT. Nasmoco Kaligawe Dikenal oleh Masyarakat Sebagai Salah Satu Tempat Service Mobil Toyota yang Memiliki Kepedulian dengan Lingkungan Sekitar

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	19	19
2.	Setuju	50	50
3.	Netral	24	24
4.	Tidak Setuju	7	7
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan PT. Nasmoco Kaligawe dikenal oleh masyarakat sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang memiliki kepedulian dengan lingkungan sekitar. Hal ini diketahui dari tanggapan terbesar adalah setuju (50%) dan sangat setuju (19%). Hal ini disebabkan karena kegiatan-kegiatan CSR dari PT. Nasmoco sering kali terkspos dan diketahui oleh masyarakat luas. Selain itu PT. Nasmoco Kaligawe juga memperhatikan perlindungan terhadap keselamatan dan kesehatan tenaga kerjanya, serta perlindungan konsumen. Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang menyatakan tidak setuju (7%). Dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju

bahwa PT. Nasmoco Kaligawe dikenal oleh masyarakat sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang memiliki kepedulian dengan lingkungan sekitar.

3. Pelayanan *General Repair* yang Dilakukan PT. Nasmoco Kaligawe Dikenal Baik.

Pelayanan *general repair* yang dilakukan PT. Nasmoco Kaligawe dikenal baik. Hal ini dapat diketahui dengan terstandarnya layanan servis kendaraan yang diberikan dan adanya garansi servis. Berikut ini adalah persepsi Pelayanan *general repair* yang dilakukan PT. Nasmoco Kaligawe dikenal baik.

Tabel 3.23.
Pelayanan *General Repair* yang Dilakukan PT. Nasmoco Kaligawe Dikenal Baik.

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	22
2.	Setuju	54	54
3.	Netral	16	16
4.	Tidak Setuju	7	7
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Pelayanan *general repair* yang dilakukan PT. Nasmoco Kaligawe dikenal baik. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah setuju (54%) dan sangat setuju (22%). Mayoritas responden menyatakan pelayanan *general repair* yang dilakukan PT. Nasmoco Kaligawe dikenal baik dikarenakan pelayanan servis kendaraan yang terstandar dan pelayanan dari petugas yang ramah dan sopan kepada semua pelanggan. Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang menyatakan tidak setuju (7%) dan sangat tidak setuju (1%). Dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju

bahwa pelayanan *general repair* yang dilakukan PT. Nasmoco Kaligawe dikenal baik.

4. PT. Nasmoco Kaligawe Dikenal sebagai Bengkel Mobil Toyota yang Memiliki Tingkat Profesionalisme Tinggi

PT. Nasmoco Kaligawe dikenal sebagai bengkel mobil Toyota yang memiliki tingkat profesionalisme tinggi. Hal ini dapat diketahui melalui ketepatan dan terstandarnya pengerjaan servis kendaraan toyota. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai PT. Nasmoco Kaligawe dikenal sebagai bengkel mobil Toyota yang memiliki tingkat profesionalisme tinggi.

Tabel 3.24.
PT. Nasmoco Kaligawe Dikenal sebagai Bengkel Mobil Toyota yang Memiliki Tingkat Profesionalisme Tinggi

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	27
2.	Setuju	64	64
3.	Netral	7	7
4.	Tidak Setuju	2	2
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan PT. Nasmoco Kaligawe dikenal sebagai bengkel mobil Toyota yang memiliki tingkat profesionalisme tinggi. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah setuju (64%) dan sangat setuju (27%). Mayoritas responden menyatakan PT. Nasmoco Kaligawe dikenal sebagai bengkel mobil Toyota yang memiliki tingkat profesionalisme tinggi dikarenakan PT. Nasmoco Kaligawe mampu memberikan layanan servis yang terstandar sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) perusahaan dan adanya garansi servis. Namun dari sebagian besar responden yang

memberikan tanggapan baik ada yang yang menyatakan tidak setuju (2%), hal ini disebabkan adanya masalah penanganan perbaikan yang terkadang kurang tepat waktu dikarenakan adanya masalah-masalah tidak terduga saat pelaksanaan perbaikan mobil. Dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa PT. Nasmoco Kaligawe dikenal sebagai bengkel mobil Toyota yang memiliki tingkat profesionalisme tinggi.

5. PT. Nasmoco Kaligawe mampu menerjemahkan dengan baik slogan yang dibawanya yaitu "Respek kepada orang lain" dengan mampu menampilkan diri sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang paling berkualitas di Kota Semarang.

PT. Nasmoco Kaligawe mampu menerjemahkan dengan baik slogan yang dibawanya yaitu "Respek kepada orang lain" dengan mampu menampilkan diri sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang paling berkualitas di Kota Semarang.. Hal ini dapat ditunjukkan dengan terus dikembangkannya kualitas pekerjaannya. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai PT. Nasmoco Kaligawe mampu menerjemahkan dengan baik slogan yang dibawanya yaitu "Respek kepada orang lain" dengan mampu menampilkan diri sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang paling berkualitas di Kota Semarang.

Tabel 3.25.

PT. Nasmoco Kaligawe mampu menerjemahkan dengan baik slogan yang dibawanya yaitu "Respek kepada orang lain" dengan mampu menampilkan diri sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang paling berkualitas di Kota Semarang.

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	27
2.	Setuju	45	45
3.	Netral	17	17
4.	Tidak Setuju	11	11
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan PT. Nasmoco Kaligawe mampu menerjemahkan dengan baik slogan yang dibawanya yaitu "Respek kepada orang lain" dengan mampu menampilkan diri sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang paling berkualitas di Kota Semarang. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah setuju (45%) dan sangat setuju (27%). Mayoritas responden memberikan tanggapan positif dikarenakan PT. Nasmoco Kaligawe mampu memberikan pelayanan servis kendaraan yang terstandar dan berkualitas serta adanya garansi servis. Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang menyatakan tidak setuju (11%), hal ini disebabkan adanya masalah penanganan perbaikan yang terkadang kurang tepat waktu dikarenakan adanya masalah-masalah tidak terduga saat pelaksanaan perbaikan mobil. Dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa PT. Nasmoco Kaligawe mampu menerjemahkan dengan baik slogan yang dibawanya yaitu "Respek kepada orang lain" dengan mampu menampilkan diri sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang paling berkualitas di Kota Semarang.

6. Terdapat kesesuaian antara slogan yang dibawanya, yaitu "Respek kepada orang lain", dengan menampilkan diri sebagai tempat service mobil Toyota dengan kualitas pelayanan terbaik yang diberikan kepada konsumen.

Kesesuaian antara slogan yang dibawa PT. Nasmoco Kaligawe, yaitu "Respek kepada orang lain", dengan menampilkan diri sebagai tempat service mobil Toyota dengan kualitas pelayanan terbaik yang diberikan kepada konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan melalui adanya pelayanan garansi apabila servis kendaraan dirasa kurang sesuai. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai Terdapat kesesuaian antara slogan yang dibawanya, yaitu "Respek kepada orang lain", dengan menampilkan diri sebagai tempat service mobil Toyota dengan kualitas pelayanan terbaik yang diberikan kepada konsumen.

Tabel 3.26.

Terdapat kesesuaian antara slogan yang dibawanya, yaitu "Respek kepada orang lain", dengan menampilkan diri sebagai tempat service mobil Toyota dengan kualitas pelayanan terbaik yang diberikan kepada konsumen.

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	30
2.	Setuju	64	64
3.	Netral	6	6
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan terdapat kesesuaian antara slogan yang dibawanya, yaitu "Respek kepada orang lain", dengan menampilkan diri sebagai tempat service mobil Toyota dengan kualitas pelayanan terbaik yang diberikan kepada konsumen. Hal ini dapat diketahui dari

kategori terbesar adalah setuju (64%) dan sangat setuju (30%). mayoritas responden memberikan tanggapan positif dikarenakan PT. Nasmoco Kaligawe mampu memberikan pelayanan servis kendaraan yang terstandar dan berkualitas serta pelayanan dari petugas yang ramah dan sopan kepada semua pelanggan sehingga konsumen merasa dihormati. Dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa terdapat kesesuaian antara slogan yang dibawanya, yaitu "Respek kepada orang lain", dengan menampilkan diri sebagai tempat service mobil Toyota dengan kualitas pelayanan terbaik yang diberikan kepada konsumen.

7. Kemudahan Konsumen Mengenali Logo PT. Nasmoco Kaligawe sebagai Identitas Perusahaan

Logo merupakan salah satu identitas perusahaan. Logo nasmoco yang sudah lama melekat pada konsumen kendaraan Toyota di Jateng dan DIY membuat logo Nasmoco mudah untuk dikenali Berikut ini adalah persepsi responden mengenai kemudahan konsumen mengenali logo PT. Nasmoco Kaligawe sebagai identitas perusahaan.

Tabel 3.27.
Kemudahan Konsumen Mengenali Logo PT. Nasmoco Kaligawe sebagai Identitas Perusahaan.

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	44	44
2.	Setuju	52	52
3.	Netral	4	4
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan konsumen mudah mengenali logo PT. Nasmoco Kaligawe sebagai identitas perusahaan. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah setuju (52%) dan sangat setuju (44%). Hal ini disebabkan logo Nasmoco sudah lama melekat pada pengguna kendaraan Toyota di daerah Jawa Tengah dan DI Yogyakarta dikarenakan Nasmoco adalah dealer resmi mobil Toyota di daerah Jawa Tengah dan DI Yogyakarta sejak tahun 1966. Dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa konsumen mudah mengenali logo PT. Nasmoco Kaligawe sebagai identitas perusahaan.

3.2.2.1. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Perusahaan PT. Nasmoco Kaligawe

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner penelitian diperoleh data penilaian responden terhadap citra PT. Nasmoco Kaligawe sebagai berikut:

Tabel 3.28.

Rekapitulasi Jawaban Variabel Citra Perusahaan

No.	Pernyataan CITRA	STS	TS	N	S	SS	Σ	Skor	Mean
		1	2	3	4	5	(A)	(B)	B : A
1	PT. Nasmoco Kaligawe memiliki tanggung jawab yang tinggi dalam setiap aktivitas pelayanan.	0	4	21	54	21	100	392	3,92
2	PT. Nasmoco Kaligawe dikenal oleh masyarakat sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang memiliki kepedulian dengan lingkungan sekitar.	0	7	24	50	19	100	381	3,81**

3	Pelayanan <i>general repair</i> yang dilakukan PT. Nasmoco Kaligawe dikenal baik.	1	7	16	54	22	100	389	3,89
4	PT. Nasmoco Kaligawe dikenal sebagai bengkel mobil Toyota yang memiliki tingkat profesionalisme tinggi.	0	2	7	64	27	100	416	4,16
5	PT. Nasmoco Kaligawe mampu menerjemahkan dengan baik slogan yang dibawanya yaitu "Respek kepada orang lain" dengan mampu menampilkan diri sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang paling berkualitas di Kota Semarang.	0	11	17	45	27	100	388	3,88
6	Terdapat kesesuaian antara slogan yang dibawanya, yaitu "Respek kepada orang lain", dengan menampilkan diri sebagai tempat service mobil Toyota dengan kualitas pelayanan terbaik yang diberikan kepada konsumen.	0	0	6	64	30	100	424	4,24
7	Kemudahan konsumen mengenali logo PT. Nasmoco Kaligawe sebagai identitas perusahaan	0	0	4	52	44	100	440	4,40*
Rata-rata Skor Jawaban							4,04		

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2018

Keterangan: *) Skor Item Penilaian Tertinggi

***) Skor Item Penilaian Terendah

Tabel 3.29.
Kategorisasi Jawaban Variabel Citra Perusahaan

Kriteria	Range
Sangat Kurang	1-1.8
Kurang	1.9-2.6
Cukup Baik	2.7-3.4
Baik	3.5-4.2
Sangat Baik	4.3-5

Hasil penilaian citra PT. Nasmoco Kaligawe adalah sebesar 4,04, hal tersebut menunjukkan bahwa citra PT, Nasmoco Kaligawe dibenak para konsumennya adalah baik., ditunjukkan juga bahwa item pernyataan yang dinilai paling rendah adalah PT. Nasmoco Kaligawe dikenal oleh masyarakat sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang memiliki kepedulian dengan lingkungan sekitar, dengan skor sebesar 3,81 yang artinya baik (3.5-4.2), sementara item pernyataan yang dinilai paling tinggi adalah Kemudahan konsumen mengenali logo PT. Nasmoco Kaligawe sebagai identitas perusahaan, dengan skor nilai sebesar 4,40 yang artinya sangat baik (4.3-5).

3.2.3. Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

1. Petugas General Repair PT. Nasmoco Kaligawe Mampu Memberikan Pelayanan dengan Baik Sesuai Standar

Petugas general repair PT. Nasmoco Kaligawe berusaha memberikan pelayanan dengan baik sesuai standar. Hal ini dapat diketahui melalui laporan kepuasan pelanggan dari Toyota Astra Motor. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai upaya pelayanan yang baik dan terstandar bagi pelanggan.

Tabel 3.30.
Petugas General Repair PT. Nasmoco Kaligawe Mampu Memberikan Pelayanan dengan Baik Sesuai Standar

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	28	28
2.	Setuju	46	46
3.	Netral	17	17
4.	Tidak Setuju	9	9
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Petugas general repair PT. Nasmoco Kaligawe mampu memberikan pelayanan dengan baik sesuai standar. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah setuju (46%) dan sangat setuju (28%). Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang menyatakan tidak setuju (9%), hal ini disebabkan adanya masalah penanganan perbaikan yang terkadang kurang tepat waktu dikarenakan adanya masalah-masalah tidak terduga saat pelaksanaan perbaikan mobil. Dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa menyatakan petugas general repair PT. Nasmoco Kaligawe mampu memberikan pelayanan dengan baik sesuai standar.

2. Merasa terkesan dengan pelayanan petugas *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe

Salah satu faktor penting dalam pelayanan adalah memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan. Dengan perhatian yang baik, pelanggan akan merasa terkesan dan menilai pelayanan yang diberikan perusahaan dapat dikatakan baik. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai merasa terkesan dengan pelayanan petugas *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe.

Tabel 3.31.
Merasa terkesan dengan pelayanan petugas *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	35	35
2.	Setuju	43	43
3.	Netral	18	18
4.	Tidak Setuju	4	4
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden Merasa terkesan dengan pelayanan petugas *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah setuju (43%) dan sangat setuju 35%). Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang yang menyatakan tidak setuju (4%), hal ini disebabkan oleh . Dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa konsumen merasa terkesan dengan pelayanan petugas *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe.

3. Tidak Mempermasalahkan Besarnya Biaya yang Dikeluarkan untuk Biaya Service Perbaikan Mobil di PT. Nasmoco Kaligawe.

PT. Nasmoco selalu menjaga kualitas servis kendaraan konsumennya dengan selalu melakukan servis dengan penggantian part original sehingga harga biasanya lebih mahal. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai Tidak mempermasalahkan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk biaya service perbaikan mobil di PT. Nasmoco Kaligawe.

Tabel 3.32.
Tidak Mempermasalahkan Besarnya Biaya yang Dikeluarkan untuk Biaya Service Perbaikan Mobil di PT. Nasmoco Kaligawe.

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	39
2.	Setuju	37	37
3.	Netral	22	22
4.	Tidak Setuju	2	2
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden Tidak mempermasalahkan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk biaya service perbaikan mobil di PT. Nasmoco Kaligawe. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah sangat setuju (39%) dan setuju (37%). Hal ini disebabkan karena responden lebih percaya dengan kualitas servis dan kualitas *sparepart* bengkel resmi. Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang menyatakan tidak setuju (2%), hal ini dikarenakan beberapa konsumen membandingkan besarnya biaya servis di bengkel PT. Nasmoco Kaligawe dengan bengkel biasa non resmi yang biasanya peralatan servis kurang lengkap dan tidak selalu mengganti part dengan yang original. Dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju untuk tidak mempermasalahkan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk biaya service perbaikan mobil di PT. Nasmoco Kaligawe.

4. Tidak Pernah Mengeluhkan Besarnya Biaya Service Perbaikan Mobil di PT. Nasmoco Kaligawe

PT. Nasmoco Kaligawe selalu memberikan pelayanan servis terstandar yang sesuai antara kualitas dan harga yang ditawarkan. Berikut ini adalah

persepsi responden mengenai tidak pernah mengeluhkan besarnya biaya service perbaikan mobil di PT. Nasmoco Kaligawe.

Tabel 3.33.
Tidak Pernah Mengeluhkan Besarnya Biaya Service Perbaikan Mobil di PT. Nasmoco Kaligawe

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	12	12
2.	Setuju	58	58
3.	Netral	25	25
4.	Tidak Setuju	5	5
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan tidak pernah mengeluhkan besarnya biaya service perbaikan mobil di PT. Nasmoco Kaligawe. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah setuju (58%) dan sangat setuju (12%). Hal ini disebabkan karena responden percaya PT. Nasmoco Kaligawe selalu memberikan pelayanan servis terstandar yang sesuai antara kualitas dan harga yang ditawarkan. Namun dari sebagian besar responden yang memberikan tanggapan baik ada yang menyatakan tidak setuju (5%), hal ini disebabkan karena terkadang muncul permasalahan yang baru diketahui saat servis dilaksanakan, sehingga biaya penggantian part bertambah dari estimasi biaya perbaikan di awal. Tetapi *Service Advisor* PT. Nasmoco Kaligawe selalu mengkonfirmasi terlebih dahulu ke konsumen apabila akan ada penambahan penggantian part, sehingga konsumen tidak komplain nantinya. Dengan data di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju untuk tidak pernah mengeluhkan besarnya biaya service perbaikan mobil di PT. Nasmoco Kaligawe.

5. Menyarankan Kepada Orang Lain yang Mengalami Kerusakan Mobil Toyota-nya untuk Service di PT. Nasmoco Kaligawe

PT. Nasmoco Kaligawe selalu memberikan pelayanan servis terstandar yang sesuai antara kualitas dan harga yang ditawarkan, sehingga konsumen dengan sadar mau merekomendasikan pelayanan general repair di PT. Nasmoco Kaligawe. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai menyarankan kepada saudara atau teman yang mengalami kerusakan mobil Toyota-nya untuk service di PT. Nasmoco Kaligawe :

Tabel 3.34.
Menyarankan Kepada Orang Lain yang Mengalami Kerusakan Mobil Toyota-nya untuk Service di PT. Nasmoco Kaligawe

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	54	54
2.	Setuju	43	43
3.	Netral	3	3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan PT. Nasmoco Kaligawe mau menyarankan kepada saudara atau teman yang mengalami kerusakan mobil Toyota-nya untuk service di PT. Nasmoco Kaligawe. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah sangat setuju (54%) dan setuju (43%). Hal ini disebabkan karena pelayanan servis di PT. Nasmoco Kaligawe yang memuaskan.

6. Menyarankan kepada Orang Lain yang Mengalami Kerusakan Mobil Toyota-nya untuk Service di PT. Nasmoco Kaligawe daripada di Tempat Lainnya

PT. Nasmoco Kaligawe merupakan dealer dan after sales resmi brand Toyota untuk area Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta. Berikut ini adalah persepsi responden mengenai menyarankan kepada orang lain yang mengalami kerusakan mobil Toyota-nya untuk Service di PT. Nasmoco Kaligawe daripada di Tempat Lainnya.

Tabel 3.35.
Menyarankan kepada Orang Lain yang Mengalami Kerusakan Mobil Toyota-nya untuk Service di PT. Nasmoco Kaligawe daripada di Tempat Lainnya

No	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	55	55
2.	Setuju	40	40
3.	Netral	5	5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden Menyarankan kepada saudara atau teman yang mengalami kerusakan mobil Toyota-nya untuk service di PT. Nasmoco Kaligawe daripada di tempat lainnya. Hal ini diketahui dari kategori terbesar adalah sangat setuju (55%) dan setuju (40%). Hal ini disebabkan karena bengkel lain belum tentu bisa melakukan servis mobil Toyota sesuai standar Toyota Astra Motor seperti di bengkel PT. Nasmoco Kaligawe.

3.2.3.1. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen PT. Nasmoco Kaligawe

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner penelitian diperoleh data penilaian responden terhadap konsumen PT. Nasmoco Kaligawe sebagai berikut:

Tabel 3.36.

Rekapitulasi Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Σ	Skor	Mean
	KEPUASAN	1	2	3	4	5	(A)	(B)	B : A
1	Petugas general repair PT. Nasmoco Kaligawe mampu memberikan pelayanan dengan baik sesuai standar.	0	9	17	46	28	100	393	3,93
2	Merasa terkesan dengan pelayanan petugas general repair PT. Nasmoco Kaligawe	0	4	18	43	35	100	409	4,09
3	Tidak mempermasalahkan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk biaya service perbaikan mobil di PT. Nasmoco Kaligawe.	0	2	22	37	39	100	413	4,13
4	Tidak pernah mengeluhkan besarnya biaya service perbaikan mobil di PT. Nasmoco Kaligawe	0	5	25	58	12	100	377	3,77**
5	Menyarankan kepada orang lain yang mengalami kerusakan mobil Toyota-nya untuk service di PT. Nasmoco Kaligawe.	0	0	3	43	54	100	451	4,51*

6	Menyarankan kepada orang lain yang mengalami kerusakan mobil Toyota-nya untuk service di PT. Nasmoco Kaligawe daripada di tempat lainnya	0	0	5	40	55	100	450	4,50
Rata-rata Skor Jawaban							4,16		

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2018

Keterangan: *) Skor Item Penilaian Tertinggi

***) Skor Item Penilaian Terendah

Tabel 3.37.

Kategorisasi Jawaban Variasi Kepuasan Konsumen

Kriteria	Range
Sangat Tidak Puas	1-1.8
Tidak Puas	1.9-2.6
Cukup Puas	2.7-3.4
Puas	3.5-4.2
Sangat Puas	4.3-5

Hasil penilaian kepuasan konsumen diperoleh nilai skor rata-rata sebesar 4,16 yang artinya puas (3.5-4.2), sementara nilai skor terendah adalah pada item pernyataan tidak pernah mengeluhkan besarnya biaya service perbaikan mobil di PT. Nasmoco Kaligawe, dengan skor rata-rata sebesar 3,77 yang artinya puas, sedang item pernyataan yang dinilai paling tinggi adalah item pernyataan menyarankan kepada saudara atau teman yang mengalami kerusakan mobil Toyota-nya untuk service di PT. Nasmoco Kaligawe, dengan skor rata-rata sebesar 4,51 yang artinya sangat puas.

3.3. Uji Hipotesis

3.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

3.3.1.1. Uji Korelasi

Untuk mengukur tingkat keeratan hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) melalui SPSS, maka digunakan korelasi product moment untuk mengetahui koefisien korelasi dari variabel penelitian. Adapun hasil perhitungannya adalah sebagai berikut.

Tabel 3.38.
Hasil Uji Korelasi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di PT. Nasmoco Kaligawe Semarang

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,367 ^a	,135	,126	2,67186

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X_1)

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan perhitungan tabel di atas dapat diperoleh koefisien korelasi (R) atau tingkat keeratan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 0,367. Hasil perhitungan tersebut terletak pada interval 0,20 – 0,399 sehingga dapat disimpulkan bahwa kekuatan hubungan linier antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen adalah rendah.

3.3.1.2. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kualitas pelayanan dalam menjelaskan varians dari variabel

kepuasan konsumen. Berdasarkan perhitungan yang diperoleh pada Tabel 3.36, dapat dilihat bahwa hasil koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,135. Adapun perhitungan koefisien determinasinya sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,135 \times 100\%$$

$$KD = 13,5\%$$

Berdasarkan perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 13,5% sedangkan sisanya sebesar 86,5% dapat dipengaruhi faktor lain selain faktor kualitas pelayanan.

3.3.1.3. Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Uji regresi sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y), maka digunakan uji regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS. Adapun hasil perhitungannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.39.
Uji Regresi Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15,861	2,337		6,786	,000
	Kualitas Pelayanan (X1)	,200	,051	,367	3,906	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3.50, dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah sebesar 0,200 dan untuk nilai konstantanya adalah 15,861 dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 15,861 + 0,200 X_1$$

Keterangan : Y = Kepuasan Konsumen

X_1 = Kualitas Pelayanan

Nilai konstanta sebesar 15,861 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel kualitas pelayanan, penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen akan bernilai 15,861. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,200, hal ini menyatakan bahwa setiap naiknya penilaian terhadap kualitas pelayanan sebanyak 1 satuan, maka akan menyebabkan naiknya penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen sebanyak 0,200. Semakin baik penilaian terhadap kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

3.3.1.4. Uji t

Pengujian signifikansi untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen adalah uji t. Uji t ini digunakan untuk menguji tingkat signifikansi hipotesis 1

Ha : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

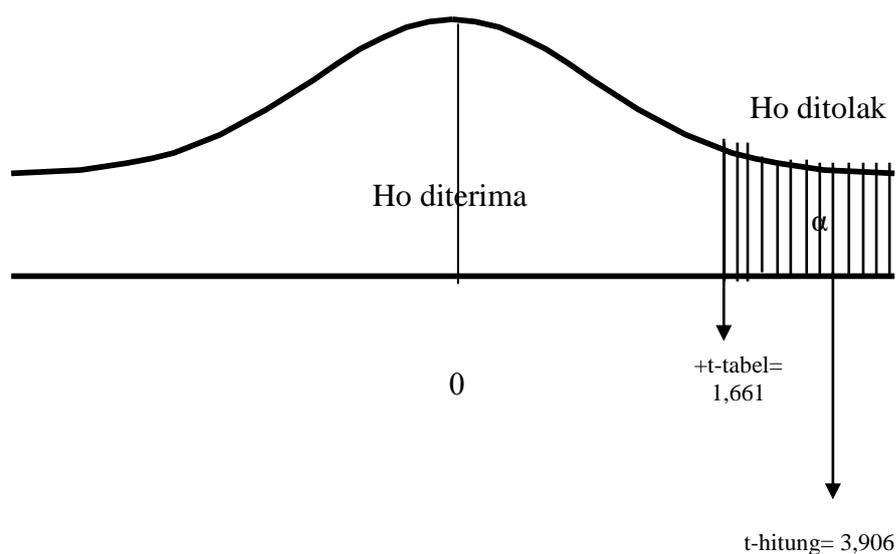
Ho : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Apabila $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan konsumen (Y).
- Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan konsumen (Y).

Nilai t tabel dapat diketahui dengan melihat tabel t yang disesuaikan dengan nilai df (*degree of freedom*) = $100 - 2 = 98$ dengan signifikansi 5% (0,05) yaitu sebesar 1,66. Sementara untuk t hitung dapat dilihat hasil perhitungan pada tabel 3.37, yaitu sebesar 3,906. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, yaitu $3,906 > 1,66$. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Adapun hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) kepuasan konsumen (Y). Gambar pengujiannya adalah sebagai berikut :

Gambar 3.1
Kurva Normal Distribusi t untuk Uji Hipotesis I



3.3.2. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen

3.3.2.1. Uji Korelasi

Untuk mengukur tingkat keeratan hubungan antara variabel citra perusahaan (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) melalui SPSS, maka digunakan korelasi product moment untuk mengetahui koefisien korelasi dari variabel penelitian. Adapun hasil perhitungannya adalah sebagai berikut.

Tabel 3.40.
Hasil Uji Korelasi Citra Perusahaan dengan Kepuasan Konsumen di PT. Nasmoco Kaligawe Semarang

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,600 ^a	,360	,354	2,29718

a. Predictors: (Constant), Citra (X_2)

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan perhitungan tabel di atas dapat diperoleh koefisien korelasi (R) atau tingkat keeratan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 0,600. Hasil perhitungan tersebut terletak pada interval 0,600 – 0,799 sehingga dapat disimpulkan bahwa kekuatan hubungan linier antara variabel citra perusahaan dengan variabel kepuasan konsumen adalah kuat.

3.3.2.2. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel citra perusahaan dalam menjelaskan varians dari variabel

kepuasan konsumen. Berdasarkan perhitungan yang diperoleh pada Tabel 3.38, dapat dilihat bahwa hasil koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,360. Adapun perhitungan koefisien determinasinya sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,360 \times 100\%$$

$$KD = 36,0\%$$

Berdasarkan perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh yang diberikan variabel citra perusahaan terhadap variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 36,0% sedangkan sisanya sebesar 64,0% dapat dipengaruhi faktor lain selain faktor citra perusahaan.

3.3.2.3. Uji Regresi Sederhana Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen

Uji regresi sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel citra perusahaan (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y), maka digunakan uji regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS. Adapun hasil perhitungannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.41.
Uji Regresi Sederhana Variabel Citra Perusahaan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,691	1,930		5,540	,000
	Citra (X2)	,503	,068	,600	7,431	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3.39, dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel citra perusahaan (X_2) adalah sebesar 0,503 dan untuk nilai konstantanya adalah 10,691 dari keterangan tersebut maka dapat terbentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 10,691 + 0,503 X_2$$

Keterangan : Y = Kepuasan Konsumen

X_2 = Citra Perusahaan

Nilai konstanta sebesar 10,691 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel citra perusahaan, penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen akan bernilai 10,691. Koefisien regresi untuk variabel citra perusahaan sebesar 0,503, hal ini menyatakan bahwa setiap naiknya penilaian terhadap citra perusahaan sebanyak 1 satuan, maka akan menyebabkan naiknya penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen sebanyak 0,503. Semakin baik penilaian terhadap citra perusahaan maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

3.3.2.4. Uji t

Pengujian signifikansi untuk menguji pengaruh variabel citra perusahaan dengan variabel kepuasan konsumen adalah uji t. Uji t ini digunakan untuk menguji tingkat signifikansi hipotesis 1

H_a : Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

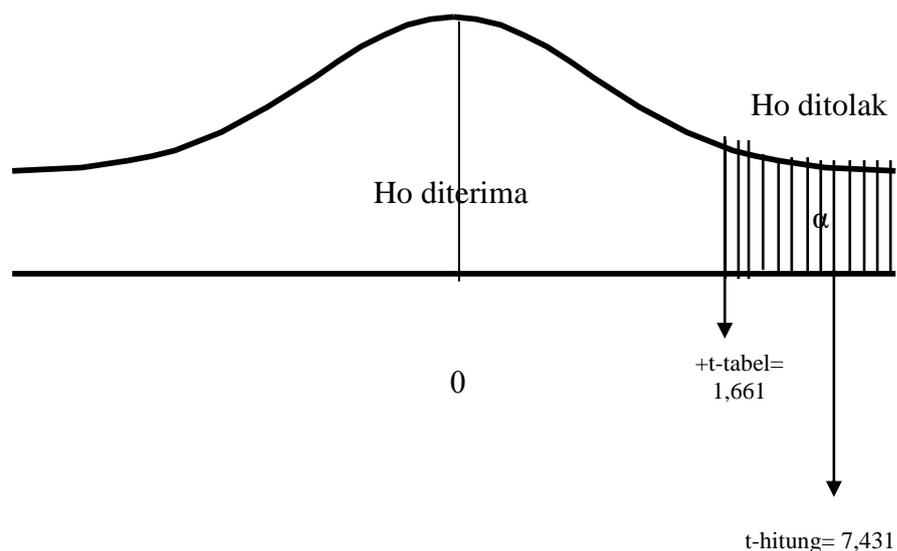
H_o : Citra perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Apabila $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan (X_2) dan kepuasan konsumen (Y).
- Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga ada pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan (X_2) dan kepuasan konsumen (Y).

Nilai t tabel dapat diketahui dengan melihat tabel t yang disesuaikan dengan nilai df (*degree of freedom*) = $100 - 2 = 98$ dengan signifikansi 5% (0,05) yaitu sebesar 1,66. Sementara untuk t hitung dapat dilihat hasil perhitungan pada tabel 3.39, yaitu sebesar 7,431. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, yaitu $7,431 > 1,66$. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Adapun hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra perusahaan (X_2) kepuasan konsumen (Y). Gambar pengujiannya adalah sebagai berikut :

Gambar 3.2
Kurva Normal Distribusi t untuk Uji Hipotesis II



3.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen

3.3.3.1. Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Korelasi product moment digunakan untuk mengukur tingkat keeratan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel citra perusahaan (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) melalui SPSS. Adapun hasil perhitungannya adalah sebagai berikut.

Tabel 3.42.
Korelasi Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,628 ^a	,395	,382	2,24645

a. Predictors: (Constant), Citra (X_2), Kualitas Pelayanan (X_1)

Sumber: Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan perhitungan tabel di atas dapat diperoleh koefisien korelasi (R) atau tingkat keeratan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan variabel citra perusahaan dengan variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 0,628. Hasil perhitungan tersebut terletak pada interval 0,600 – 0,799 sehingga dapat disimpulkan bahwa kekuatan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan variabel citra perusahaan dengan variabel kepuasan konsumen adalah kuat.

3.3.3.2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan variabel independen terhadap perubahan variabel dependen.

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kualitas pelayanan dan variabel citra perusahaan dalam menjelaskan varian dari variabel kepuasan konsumen. Berdasarkan perhitungan yang diperoleh pada Tabel 3.40, dapat dilihat bahwa hasil koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,395. Adapun perhitungan koefisien determinasinya sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,395 \times 100\%$$

$$KD = 39,5\%$$

Berdasarkan perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan dan variabel citra perusahaan terhadap variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 39,5% sedangkan sisanya sebesar 60,5% dapat dipengaruhi faktor lain selain faktor kualitas pelayanan dan citra perusahaan.

3.3.3.3. Uji Regresi Berganda Pegaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen

Uji regresi berganda dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (kualitas pelayanan dan citra perusahaa) terhadap

variabel dependen (kepuasan konsumen) secara simultan dengan menggunakan bantuan SPSS. Adapun perhitungannya terlihat pada tabel berikut.

Tabel 3.43
Uji Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7,349	2,367		3,105	,002
	Kualitas Pelayanan (X1)	,106	,045	,195	2,340	,021
	Citra (X2)	,451	,070	,538	6,452	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 3.41 di atas, dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah 0,106 dan koefisien untuk variabel citra perusahaan (X_2) adalah 0,451 dan untuk nilai konstantanya adalah 7,349. Dari keterangan tersebut maka dapat dibentuk persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 7,349 + 0,106 X_1 + 0,451 X_2$$

Keterangan : Y = kepuasan konsumen

X_1 = kualitas pelayanan

X_2 = citra perusahaan

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diasumsikan bahwa:

Konstanta untuk variabel kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 7,349 mempunyai arti bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel kualitas pelayanan dan variabel citra perusahaan, besarnya penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 7,349. Semua variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan dan citra perusahaan memberikan pengaruh yang positif terhadap

kepuasan konsumen. Pengaruh variabel citra perusahaan sebesar 0,106 dan kemudian variabel kualitas pelayanan sebesar 0,451.

3.3.3.4. Uji F

Pengujian signifikansi untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan dan variabel citra perusahaan terhadap variabel kepuasan konsumen adalah uji F. Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi hipotesis 3.

Ha : Kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Ho : Kualitas pelayanan dan citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1) dan citra perusahaan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).
- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima sehingga tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1) dan citra perusahaan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3.44

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	318,995	2	159,497	31,605	,000 ^a
	Residual	489,515	97	5,047		
	Total	808,510	99			

a. Predictors: (Constant), Citra (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

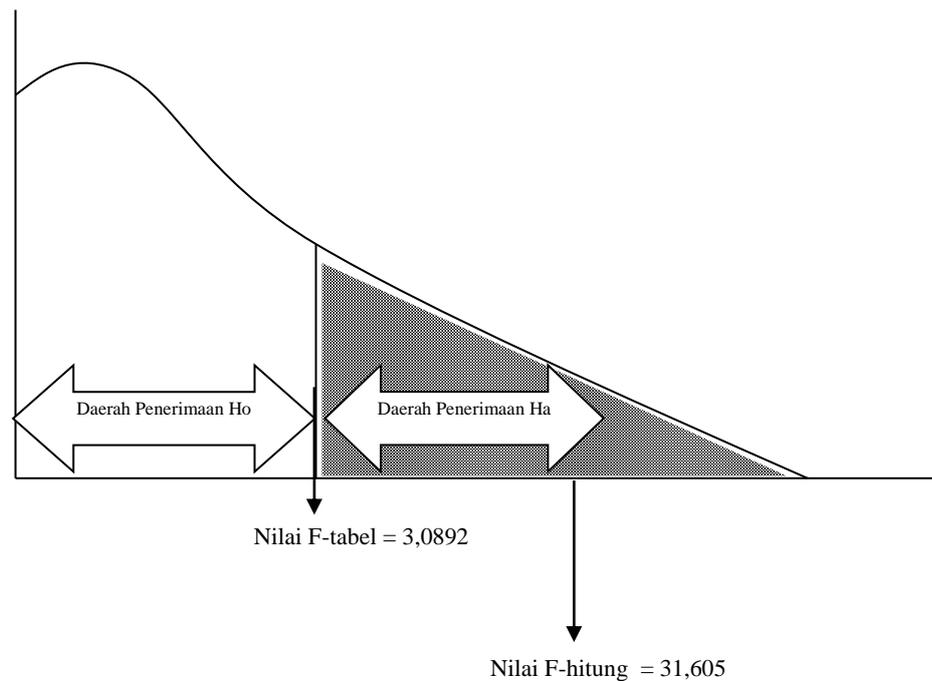
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Nilai F tabel diketahui dengan melihat tabel F yang disesuaikan dengan nilai df (*degree of freedom*)= $100 - 2 = 98$ yaitu sebesar 3,0892. Sementara untuk F hitung dapat diketahui dari hasil perhitungan tabel 3.42 di atas yaitu sebesar 31,605. Sehingga dapat disimpulkan bahwa F hitung $>$ F tabel, yaitu $31,605 > 3,0892$. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Adapun hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan citra perusahaan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Gambar pengujiannya adalah sebagai berikut :

Gambar 3.3

Kurva Normal Distribusi F untuk Uji Hipotesis III



3.4. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mencari jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dikemukakan pada bab I yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen. Adapun penelitian ini untuk membuktikan penelitian sebelumnya yang menyatakan adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen

Variabel pertama yang diuji peneliti adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan perusahaan. Variabel kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat pada tabel 3.37, yaitu t hitung sebesar 3,906. Sehingga dapat disimpulkan bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu $3,906 > 1,66$. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Adapun hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) kepuasan konsumen (Y).

Hasil penelitian ini memberikan dukungan pada pendapat Kotler (2000:42) yang mengatakan, bahwa kepuasan konsumen hanya akan terbentuk apabila konsumen merasa puas atas pelayanan yang mereka terima. Beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan Sugiharti (2007), dan Abdussamad (2010) juga

memberikan dukungan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan PT. Nasmoco Kaligawe telah dinilai baik, namun demikian masih terdapat sedikit permasalahan terutama dalam kelengkapan fasilitas penunjang pelayanan pada *general repair* PT. Nasmoco Kaligawe yang dinilai paling rendah. Berdasarkan temuan tersebut maka penting bagi pihak PT. Nasmoco untuk memperbaiki kelengkapan fasilitas penunjang pelayanan pada *general repair*.

Variabel kedua yang diuji peneliti adalah citra perusahaan. Citra perusahaan merupakan kesan-kesan masyarakat terhadap perusahaan yang baik, dapat dipercaya, dan profesional. Variabel citra perusahaan diukur dengan menggunakan elemen citra perusahaan yang meliputi personality, reputation, value, dan corporate identity.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat pada tabel 3.39, yaitu sebesar 7,431. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $7,431 > 1,66$. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Adapun hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra perusahaan (X_2) kepuasan konsumen (Y).

Hal tersebut memberikan dukungan pada pendapat Gronroos (2000:56), bahwa citra korporasi dan atau lokal (*corporate and/or local*) sangat penting bagi setiap perusahaan. Faktor ini bisa mempengaruhi persepsi terhadap kualitas secara

signifikan melalui berbagai cara. Jika penyedia produk dan layanan memiliki citra positif dibenak konsumen, kesalahan minor yang terjadi sangat mungkin dimaafkan. Apabila kesalahan kerap kali terjadi, citra positif tersebut bakal rusak. Sebaliknya jika citra organisasi negatif, maka dampak dari setiap kesalahan kerap kali jauh lebih besar ketimbang bila citranya positif. Salah satu dampak yang timbul adalah rendahnya kepuasan konsumen.

Selain itu hasil penelitian juga sejalan dengan dengan pernyataan Demirgüneş (2014:48), bahwa citra perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Demirgüneş (2014:48) juga menjelaskan, bahwa citra itu sendiri abstrak atau *intangible*, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian, penerimaan, kesadaran dan pengertian, baik semacam tanda respek dan rasa hormat, dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap perusahaan sebagai sebuah badan usaha ataupun terhadap personilnya (dipercaya, profesional dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik). Terciptanya suatu citra perusahaan yang baik dibenak khalayak akan banyak menguntungkan. Penelitian yang dilakukan oleh Tjahjaningsih (2013) membuktikan bahwa citra merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian juga membuktikan bahwa citra perusahaan telah dinilai sangat baik oleh responden, namun demikian masih terdapat sedikit permasalahan yang perlu diperbaiki, yaitu PT. Nasmoco Kaligawe dikenal oleh masyarakat sebagai salah satu tempat service mobil Toyota yang memiliki kepedulian dengan

lingkungan sekitar. Kondisi tersebut tentunya perlu perhatian dari pihak perusahaan sehingga citra perusahaan lebih dapat ditingkatkan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat pada tabel 3.42 di atas yaitu sebesar 31,605. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $31,605 > 3,0892$. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Adapun hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan citra perusahaan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Hal tersebut menunjukkan bahwa selama ini kualitas pelayanan dan citra perusahaan telah dinilai baik oleh responden sehingga mampu memberikan kepuasan konsumen.

Temuan hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Cronin; *et al* (2000:68), dan Kang; *et al* (2004:277), bahwa konsumen yang merasa puas dan melakukan pembelian ulang, akan meningkatkan *benefit*. Spake *et.al.*, (2003:332) juga menyatakan hal yang sama, bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang penting, sebab tanpa adanya kepuasan dalam barang dan jasa, maka harapan organisasi untuk tetap tumbuh dan bertahan akan sangat sulit terwujud (Thurau *et.al.*, 2002:344).

Selain itu hasil penelitian juga mendukung pendapat Kotler (2000:42) yang menyatakan bahwa banyak upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasannya, diantaranya meningkatkan kualitas

pelayanannya, dan juga pendapat Demirgüneş (2014:48), yang menyatakan bahwa salah satu upaya memperbaiki kepuasan konsumen melalui perbaikan memperbaiki citra perusahaan.