

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
PADA AHASS GAJAH MADA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

**RIANI DEWI AGUSTIA
18.860.0483**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/4/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)2/4/24

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada

Ahass Gajah Mada Medan

Nama : Riani Dewi Agustia

NPM : 18.860.0483

Fakultas : Psikologi

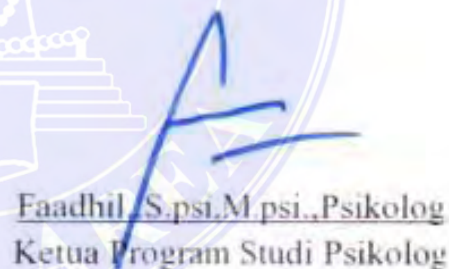
Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing



Nurmaida Irawani Srg. M.Si Psikolog
Pembimbing



Dr. Siti Aisyah, S.psi., M.psi., Psikolog
Dekan



Faadhil, S.psi., M.psi., Psikolog
Ketua Program Studi Psikolog

Tanggal Lulus : 18 Januari 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi – sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 18 Januari 2024



Riani Dewi Agustia
18.860.0483

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ' SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Riani Dewi Agustia
NPM : 18.860.0483
Program Studi : Psikologi Industri dan Organisasi
Fakultas : psikologi
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti **Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **"Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Ahas Gajah Mada Medan"** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 18 Januari 2024

Yang Menyatakan



Riani Dewi Agustia

18.860.0483

ABSTRAK

KONSUMEN PADA AHASS GAJAH MADA MEDAN

RIANI DEWI AGUSTIA

18.860.0483

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Ahass Gajah Mada Medan. penelitian ini merupakan penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. sampel penelitian ini sebanyak 60 konsumen. Jenis skala yang digunakan dalam pengukuran ini adalah skala likert. teknik pengumpulan data melalui kusioner tertutup Pada penelitian ini Teknik analisis data yang digunakan ialah product moment dari karl pearson yang di olah dengan menggunakan bantuan SPSS (Statistic Packages For Social Science. Hasil mean hipotetik dan mean empirik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berada pada kategori sedang dengan nilai rata-rata hipotetik sebesar 40 dan nilai rata rata empirik sebesar 42,18. sedangkan kepuasan konsumen berada pada kategori sedang dengan nilai rata-rata hipotetik sebesar 25 dan nilai rata-rata empirik sebesar 30,06. hasil uji korelasi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan ahass gajah mada maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen pada ahass gajah mada, Sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin rendah kepusan konsumen.oleh sebab itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE CORELATION BETWEEN SERVICE QUALITY AND CONSUMER SATISFACTION AT AHASS GAJAH MADA MEDAN

RIANI DEWI AGUSTIA

188600483

This research aimed to determine the correlation between service quality and consumer satisfaction at Ahass Gajah Mada Medan. This research was descriptive verification research with a quantitative approach. The sample of this research consisted of 60 consumers. The type of scale used in this measurement was a Likert scale, and the data collection technique was through closed questionnaires. In this research, the data analysis technique used was the product moment of Karl Pearson, which was processed with the help of SPSS (Statistical Packages for Social Science). The results of the hypothetical and empirical means showed that the quality of service was in the medium category, with a value of the hypothetical mean of 40 and an empirical mean of 42.18. Meanwhile, consumer satisfaction was in the medium category, with a hypothetical mean of 25 and an empirical mean of 30.06. The results of this correlation test showed that the higher the quality of service provided by Ahass Gajah Mada, the higher the consumer satisfaction with Ahass Gajah Mada. Conversely, the lower the quality of service provided, the lower consumer satisfaction. Therefore, the hypothesis proposed in this research could be accepted.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction



RIWAYAT HIDUP

Penulis Bernama Riani Dewi Agustia lahir di kota Medan Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 04 Agustus 1999. Penulis lahir dari pasangan Ir. Sariono dan Sri Ana Dewi. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Anak pertama bernama Arini Dewi Atikha dan anak ketiga Andini Dewi Putri. Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2005 penulis masuk sekolah dasar SD Negeri 101788 Medan dan tamat 2011. Kemudian melanjutkan di MIS ISLAMIYYAH GUPPI Medan dan lulus tiga tahun pada tahun 2014. Selanjutnya masuk Sekolah SMA Negeri 2 Medan sampai 2017. Pada tahun 2018 penulis terdaftar pada salah satu perguruan tinggi swasta Program S1 Jurusan Psikologi Universitas Medan Area. Pada tahun 2017-2018 awal penulis sudah bekerja I salah satu perusahaan e-commers. Pada 2021 penulis bekerja pada salah satu perusahaan retail. Dan dari 2022 sampai 2024 penulis bekerja di Ahass Gajah Mada Medan.

Berkat pertolongan dari ALLAH SWT usaha dan disertai doa dari kedua orang tua dalam menjalani akitivitas akademik di perguruan tinggi Universitas Medan Area. Alhamdulillah dengan rasa syukur penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul “Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Ahass Gajah Mada Medan”. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan dan menambah ilmu pengetahuan serta bermanfaat dan berguna bagi semua.


KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis diberikan kesehatan dan kemudahan sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana psikologi di Universitas Medan Area. Skripsi ini berjudul “ **Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Ahass Gajah Mada Medan** ” .

Terimakasih penulis sampaikan kepada ibu Nurmaida Irawani Srg. M.si psikolog, selaku pembimbing yang telah banyak memberikan saran. Disamping itu penghargaan penulis sampaikan kepada orang tua, mama dan papa juga kakak dan adik atas segala do'a,dukungan dan perhatiannya. Lalu kepada teman-teman yang dermawan atas pemberian feedback dan saran atas pengerjaan skripsi ini, dan ucapan serta motivasi kepada penulis.

Penulis masi menyadari kekurangan maka saran dan kritik yang membangun sangat peneliti harapkan, penulis berharap skripsi ini bermanfaat baik untuk pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Hormat Saya


Riani Dewi Agustia
18.860.0483

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	<i>ii</i>
RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Hipotesis Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kualitas Pelayanan	9
2.1.1 Faktor-faktor Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.2 Aspek Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.3 Indikator kualitas pelayanan.....	14
2.2 Kepuasan Konsumen.....	15
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konshmen.....	15
2.2.2 Faktor-faktor Kepuasan Konsumen	16
2.2.3 Ciri-ciri Kepuasan Konsumen	18
2.2.4 Aspek – aspek Kepuasan Konsumen	19
2.2.5 Indikator Kepuasan Konsumen	21

2.3 Ahas Gajah Mada Medan	21
2.3.1 Sejarah Ahas Gajah Mada Medan	21
2.4 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	22
2.5 Kerangka Konseptual	25
III. METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	26
3.2 Bahan dan Alat	26
3.2.1 Bahan.....	26
3.2.2 Alat	27
3.3 Metode Penelitian.....	27
3.3.1 Validitas dan Reabilitas.....	28
3.3.2 Analisis Data	29
3.4 Populasi dan Sampel	31
3.4.1 Populasi	31
3.4.2 Sampel.....	31
3.5 Prosedur Kerja.....	31
3.5.1 Skala Kualitas Pelayanan	32
3.5.2 Skala Kepuasan Konsumen.....	32
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil	34
4.1.1 Hasil Skala Kualitas Pelayanan.....	34
4.1.2 Hasil Skala Kepuasan Konsumen	34
4.2 Hasil Alat Ukur	35
4.2.1 Analisis Data dan Hasil Penelitian	35
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	36
4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Skala Kualitas Pelayanan .	36
4.3.2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Skala Kepuasan Konsumen	37

4.4 Hasil Penelitian	38
4.4.1 Uji Normalitas	38
4.4.2 Hasil Uji Linieritas	38
4.5 Hasil Uji Analisi Korelasi	39
4.6 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik Dan Mean Empirik	41
4.6.1 Mean Hipotetik.....	41
4.6.2 Mean Empirik.....	41
4.6.3 Kriteria	41
4.7 Pembahasan.....	44
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	48

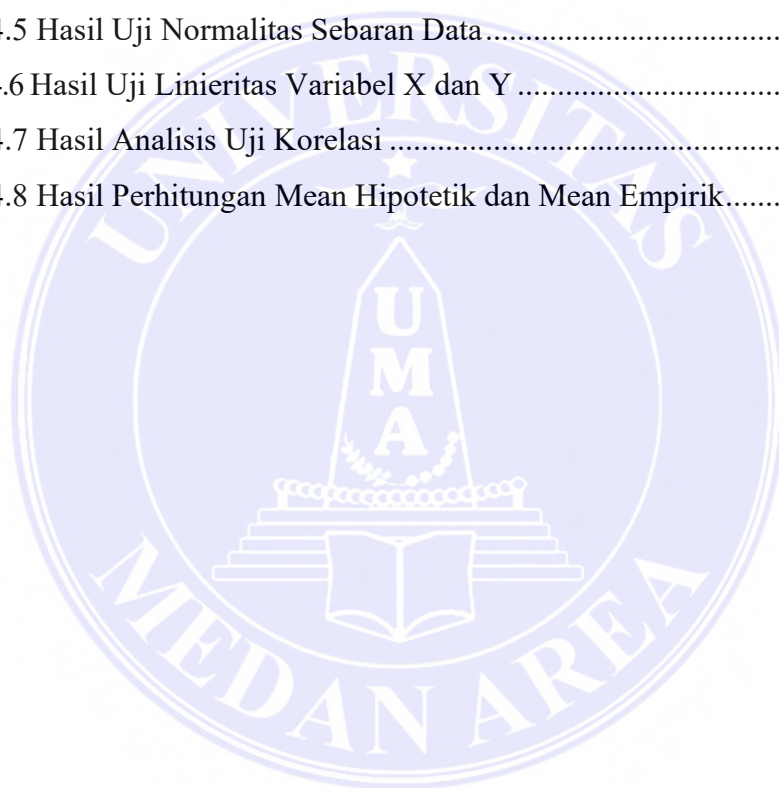
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Distribusi Sebaran Skala Kualitas Pelayanan Setelah Uji Validitas....	29
Tabel 3.2 Hasil Uji Normalitas Sebaran Data	30
Tabel 3.3 Hasil Uji Linieritas Variabel X dan Y	30
Tabel 4.1 Distribusi Sebaran Aitem Skala Kualitas Pelayanan	34
Tabel 4.2 Distribusi Sebaran Aitem Skala Kepuasan Konsumen.....	35
Tabel 4.3 Distribusi Sebaran Skala Kualitas Pelayanan Setelah Uji Validitas ...	36
Tabel 4.4 Distribusi Sebaran Skala Kepuasan Konsumen Setelah Uji Validitas	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Sebaran Data	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas Variabel X dan Y	39
Tabel 4.7 Hasil Analisis Uji Korelasi	40
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	41



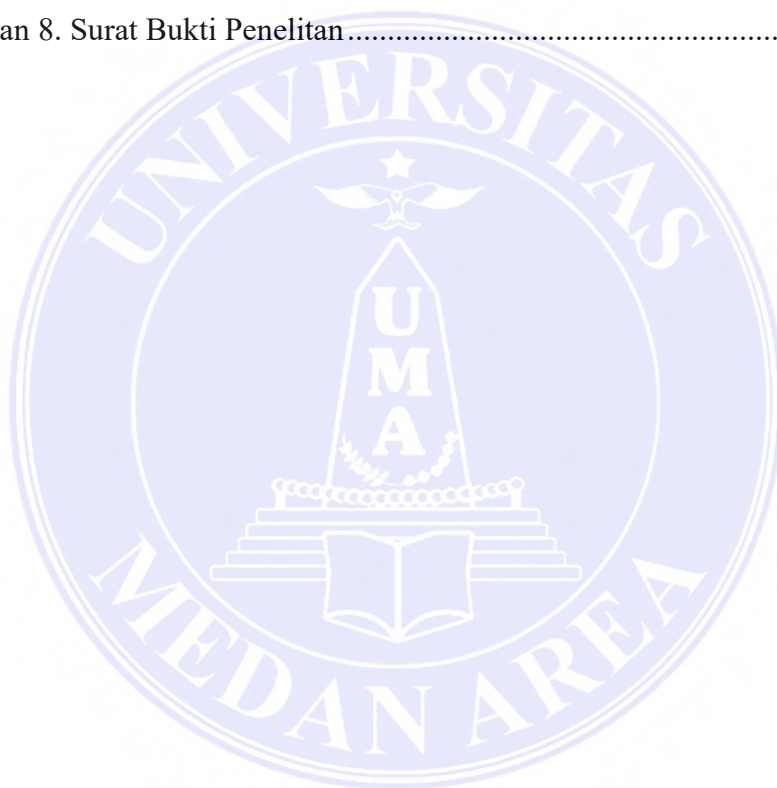
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Kurva Kualitas Pelayanan	42
Gambar 4.2 Kurva Kepuasan Konsumen.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Penelitian Kualitas Pelayanan.....	52
Lampiran 2. Uji Validitas dan Realibitas Kualitas Pelayanan.....	56
Lampiran 3. Uji Asumsi Normalitas.....	60
Lampiran 4. Uji Asumsi Linieritas.....	61
Lampiran 5. Uji Korelasi.....	63
Lampiran 6. Alat Ukur Penelitian.....	64
Lampiran 7. Dokumentasi.....	69
Lampiran 8. Surat Bukti Penelitan.....	70



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada Era Globalisasi, perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin mengalami perkembangan yang sangat pesat dan khususnya bisnis warabala (*franchise*) yang saat ini berkembang pesat di Indonesia. Semakin meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia ini maka semakin besar peluang membuka bisnis warabala jadi persaingan untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan konsumen. Adapun berbagai jenis warabala dimulai dari toko reparasi, konveksi, bengkel motor, dry cleaning, mini market, grosir. Salah satu warabala yang berkembang saat ini adalah bengkel motor. Bengkel merupakan suatu jenis wirausaha kecil dan menengah yang bergerak di bidang jasa pelayanan perbaikan motor dan mobil, lebih dari itu bengkel juga melakukan usaha penjualan spare part guna melengkapi kebutuhan pergantian spare part kendaraan yang rusak. Bengkel motor menjadi suatu kebutuhan di berbagai lapisan masyarakat.

Honda Genuine Part merupakan suku cadang asli Honda yang direkomendasikan oleh PT. Astra Honda Motor, sehingga menjamin keaslian motor Honda seperti terpasang baru. Honda Genuine Part memiliki karakteristik di kemasan berwarna merah serta logonya bertuliskan AHM. Spare part adalah suatu barang yang terdiri dari beberapa komponen yang membentuk suatu fungsi tertentu. Spare part mempunyai fungsi dan dapat terkait atau terpisah dengan spare part lainnya. Seperti kampas rem, oli motor, ban motor, saringan udara,

dan masih banyak lagi.

Usaha bengkel motor sudah tidak asing bagi pengusaha yang mengerti dunia motor dan mobil. Jika di perhatikan sudah banyak bengkel motor di setiap sudut jalan, bengkel motor yang resmi ataupun yang tidak resmi, yang salah satunya adalah ahas Gajah Mada Medan yang terletak di Jl. Gajah Mada No 71A. Ahas adalah bengkel motor resmi Honda/Astra Honda authorized service station 1 memiliki ambang H2 untuk melakukan perawatan sepeda motor Honda after sales di Indonesia, serta melayani pembelian spare part Honda atau suku cadang asli Honda. Ahas Gajah Mada Medan menyediakan layanan service motor dan pembelian spare part juga suku cadang asli Honda.

Ahas Gajah Mada Medan Ahas Gajah Mada buka setiap senin- sabtu jam 9 pagi samapai dengan 6 sore. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjip-tono,2004).

Fenomena yang terjadi di Ahas Gajah Mada Medan mengenai kepuasan konsumen berdasarkan data yang diperoleh dari kepala bengkel Ahas Gajah Mada Medan bahwa kepuasan konsumen Ahas Gajah Mada masih rendah. Hal ini di karenakan sering sekali ahas Gajah Mada tidak mengikuti program indako yang membuat konsumen mnegeluh soal promo tidak terlalu berperan dalam mengikuti program yang menunjang kebutuhan konsumen dan meningkatkan kinerja karyawan yang berepengaruh pada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Sementara rata rata pengunjung ahas Gajah Mada banyak program yang seharusnya sudah di terapkan oleh ahas tetapi ahas Gajah Mada tidak

menerapkannya, spare part yang kurang lengkap dan lamanya pelayanan. Hal ini menyebabkan timbulnya kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen karena ketidaksamaan program indako dan ahas gajah mada. Tetapi tidak sedikit juga yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan di ahas gajah mada sudah cukup baik.

Peneliti juga mendapatkan informasi melalui konsumen Ahas Gajah Mada Medan mengenai ketidak puasanya pelayanan di ahas gajah mada medan hal ini di ungkapkan oleh seorang konsumen ahas gajah mada medan yaitu sebagai berikut:

“Ahas Gajah Mada merupakan bengkel motor sudah cukup bagus untuk pengerjaan motor saya tapi pegawainya yang di depan seperti admin itu cuman satu jadi proses administrasi kurang efisiensi dan beberapa program, saya perhatikan ahas gajah mada gak ada ikut serta, tapi cukup nyaman untuk konsumen karna menyajikan cafeteria untuk nongkrong sekedar nyantai dan ngopi sambil menunggu motor kita di service. Dan banyak juga promo yang selalu ada di Ahas Gajah Mada Medan ini tapi ada juga spare part yang saya cari sering tidak ada.” (M.Ikhsan 21 September 2022).

Kotler (Alma,2007) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan mutu dan perbaikan terhadap proses, produk dan layanannya. Pelayanan yang baik dan berkualitas sangat berperan dalam membentuk kepuasan konsumen, sehingga apabila konsumen merasa puas maka perusahaan akan memperoleh keuntungan. Makin baik kualitas pelayanan dari industry maka makin besar juga tingkat kepuasan konsumennya. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh penting terhadap keputusan konsumen saat menggunakan produk. Untuk itu Ahas Gajah Mada perlu strategi yang baik dan memperhatikan keluhan konsumen agar konsumen tetap merasa nyaman menggunakan jasa/ produk yang diberikan.

Kepuasan menurut (Tjiptono ,2012) ialah Upaya dalam memenuhi sesuatu dengan sesuatu yang memadai. Berdasarkan pendapat (Kotler & Keller,2012) kepuasan berarti bentuk rasa senang dan kecewa yang timbul. Berdasarkan perbandingan diantara kesan dan harapan kepada hasil kerja atas produk. Ketika konsumen merasa bahwa produk ataupun jasa dipergunakan bisa memenuhi harapan maka akan tercipta rasa percaya, hal ini dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Harapan konsumen adalah keyakinan konsumen mengenai apa yang diterima ketika membeli atau menggunakan produk atau jasa.

Menurut Abdulah dan Tantri (2016) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang di harapkan. Ciri ciri konsumen yang puas menurut Yuniarti (2015:238) adalah Loyal terhadap produk yaitu membeli ulang produk yang sama. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon customer lain dan mengatakan hal yang baik mengenai produk dan perusahaan. Perusahaan menjadi pertimbangan yang pertama yaitu Ketika membeli merek lain perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadipertimbangan pertama.

Konsumen juga dapat menilai kinerja suatu produk atau jasa menurut berbagai harapan bagi konsumen,yang dapat menghasilkan tiga penilaian yang mungkin timbul, seperti adanya kinerja yang sesuai dengan harapan konsumen yang dapat menimbulkan perasaan netral, kinerja lain juga dapat menimbulkan harapan yang lebih disebut sebagai pemenuhan harapan secara positif yang dapat menimbulkan kepuasan dan kinerja di bawah harapan yang menimbulkan pemenuhan harapan secara negative atau ketidakpuasan (Schiffman dalam siagian

2004).

Konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk atau jasa juga melibatkan persepsi mereka terhadap kualitas yang menjadi penentu kepuasan konsumen (Kotler dkk, 2000).kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya, jika kinerja juga gagal dalam memenuhi harapan pelanggan akan merasa tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan pemenuhan harapan konsumen, pelanggan akan puas (Kotler dkk,2000).

Untuk menambah kepuasan konsumen para pengusaha bengkel motor bisa menciptakan sesuatu yang berbeda dari biasanya yaitu dengan mengadakan promo yang menarik,tampilan bengkel yang mengundang konsumen,akan tetapi tidak berbeda jalur dengan Ahass yang lain. Tujuannya untuk menarik konsumen. Dengan adanya persaingan yang begitu ketat maka pihak perusahaan juga menambahkan kualitas pelayanan di dalam usaha bengkel motor ini. Karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh untuk mempertahankan konsumen karena di khawatirkan apabila tidak mempunyai kualitas pelayanan yang tidak baik maka dapat di pastikan konsumen tidak akan datang kembali ke perusahaan yang sama karena tidak mendapatkan apa yang konsumen harapkan. Dikatakan suatu pemasaran dapat di jalankan dengan sukses dengan adanya peran pelayanan dari suatu perusahaan tanpa mengabaikan pemasaran yang lainnya (Kotler 2001).

Sangat tidak dapat di pungkiri bahwa dunia ini berkembang sangat pesat dan membuat bengkel motor semakin berinovasi dalam memasarkan jasa dan produk Karena kondisi saat ini banyak pesaing seperti bengkel umum biasa yang memasang berbagai promosi dan harga murah. Oleh sebab itu Ahhas Gajah Mada

harus aktif memperhatikan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen agar dapat mengambil langkah cepat dan tepat mengenai strategi promosi. Setiap Ahas memiliki manajemen strategi berbeda. Hal ini juga berkaitan dengan kualitas pelayanan dan bagaimana Ahas menarik konsumen agar memiliki ciri khas yang berbeda dengan Ahas lain. Masalah kepuasan atau ketidakpuasan merupakan sikap dari konsumen terhadap produk atau jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen berdasarkan pengalaman konsumen menggunakan produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan dari produk atau jasa menyenangkan hati para konsumen begitupun sebaliknya, Wells dan Prenskey (dalam dwiastuti,dkk 2012). Oleh Karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya kualitas pelayanan konsumen secara lebih matang melalui kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan konsumen, merupakan aspek yang penting dalam mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono 2009).

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “ Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Di Ahas Gajah Mada Medan.”

1.2 Perumusan Masalah

Kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi jasa dan produk secara terus menerus mendorong konsumen tersebut akan loyal terhadap jasa dan produk tersebut dan membantu mempromosikan dari mulut ke mulut. Konsumen Ahas Gajah Mada merasa

bahwa kualitas pelayanan Ahass Gajah Mada belum memenuhi harapan hal ini terlihat dari respon negative yang diberikan konsumen terlihat dari peneliti langsung menanyakan kepada salah satu konsumen di Ahass Gajah Mada konsumen juga mengeluhkan lamanya pelayanan serta tidak adanya program yang seharusnya ada di Ahass manapun.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui pokok permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Ahass Gajah Mada Medan..

1.3 Tujuan Penelitian

Pada pelaksanaan penelitian ini tujuannya untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Ahass Gajah Mada Medan.

1.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Ahass Gajah Mada Medan. Dengan asumsi semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan ahass gajah mada maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen pada ahass gajah mada, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin rendah kepuasan konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis, sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangan bagi penelitian lebih lanjut dalam rangka pengembangan teori khususnya di bidang psikologi industri dan organisasi, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis yaitu sebagai masukan bagi pihak perusahaan khususnya kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Dan bagi masyarakat penelitian ini diharapkan mampu memberikan suatu wawasan tambahan ataupun pengetahuan mengenai kualitas pelayanan ahas gajah mada di medan , penelitian ini di harapkan berguna bagi para pembaca sebagai referensi untuk penelitian.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Roesanto (dalam Isyawanti,2010) kuliatas pelayanan merupakan penilaian penilaian yang mengacu pada inti pelayanan yaitu pemberi pelayanan itu sendiri yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen bukan hanya mementingkan produk yang bermutu tetapi konsumen yang senang dengan pelayanan yang diberikan.

Menurut Vargo & Lusch dalam Tjiptono (2011:3), “*service is an interactive process of doing something of someone*”. Diartikan bahwa layanan/jasa adalah proses interaksi dalam melakukan suatu kepada seseorang. Menurut Gummesson dalam Tjiptono dan Chandra (2011:17) bahwa layanan/jasa adalah “*something which can be bought and sold but which you cannot drop on your feet.*” Merupakan hal dapat dipertukarkan melalui beli dan jual namun tidak dapat dirasakan oleh fisik.

Menurut (Sugiarto ,2002) kualitas pelayanan adalah suatu Tindakan seseorang terhadap orang lain ketika menyajikan produk atau jasa sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada produk dan jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi tolak ukur atas keberhasilan dalam memberikan penilaian secara objektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen.

Menurut Gevan(Sunarto,2003), kualitas pelayanan adalah perbandingan subjektif yang di buat oleh konsumen antara kualitas pelayanan yang diinginkan

dengan kualitas yang sebenarnya di terima konsumen.

Sedangkan menurut Roesanto (Ismayanti,2010), berpendapat bahwa kualitas pelayanan mengacu pada inti pelayanan yaitu penyedia layanan itu sendiri dapat memenuhi kebutan konsumen yang tidak hanya berfokus pada produk tetapi kenyamanan yang diberikan. Jika suatu penyedia jasa memberikan jasa yang memenuhi harapan konsumen maka kualitasnya dapat dikatakan baik. Oleh karena itu, untuk mencapai kepuasan konsumen diperlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan serta apa yang diberikan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ialah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan kepada konsumen dalam rangka meningkatkan kepercayaan terhadap suatu produk atau jasa.

2.1.1 Faktor- Faktor Kualitas Pelayanan

Menurut Nangoi (2004) faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu :

1. Kepemimpinan

Karyawan membangun kepemimpinan dalam dirinya agar memiliki motivasi kerja yang tinggi sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal. Pimpinan diharapkan memiliki kepemimpinan pelayanan,yaitu memiliki visi untuk melayani, standard kerja yang tinggi, gaya kepemimpinan lapangan, dan mempunyai integritas tinggi.

2. Semangat kerja tim

Tanpa adanya semangat kerja tim akan sulit untuk menciptakan sikap yang berorientasi kepada pelanggan. Semangat kerja tim dapat melibatkan partisipasi karyawan melalui informasi dan pengambilan keputusan sehingga memperkuat komitmen untuk menampilkan yang terbaik.

3. Teknologi

Pemanfaatan teknologi dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan

4. Kepuasan kerja karyawan

Pelayanan optimal jika para karyawan merasakan kepuasan kerja, aktualisasi potensi karyawan dapat terwujud, salah satunya ialah memberikan pelayanan yang berkualitas dan pada konsumen.

Menurut (Sugiarto, 2002), terdapat beberapa factor yang mempengaruhi kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Memusatkan Perhatian Konsumen

Mendengarkan dan memberikan perhatian pada konsumen serta menempatkan konsumen pada pelayanan khusus.

2. Memberikan Pelayanan Efisien

Dimana penyedia jasa mampu memberikan pelayanan dengan menyeluruh dan akurat tanpa membuang banyak waktu

3. Meningkatkan Perasaan Harga Diri Konsumen

Hal ini dapat dicapai dengan mengakui keberadaan konsumen dan dengan tulus menguji dan berterimakasih kepada konsumen.

4. Membina Hubungan Dengan Konsumen

Menjaga hubungan baik dengan konsumen dapat di capai dengan mendengarkan umpan balik dari konsumen kemudian menunjukkan simpati kepada konsumen

5. Memberikan Penjelasan Dan Keterangan

Sebagai penyedia jasa dan penyedia produk perusahaan mampu menjelaskan kepada konsumen ketika mengalami kendala.

6. Menentukan Apa Yang Konsumen Ingin

Penyedia layanan jasa dapat bertanya kepada konsumen mengenai kebutuhan yang diinginkan.

7. Memberikan Penjelasan Kepada Konsumen Mengenai Pelayanan

Yang Disediakan Oleh Perusahaan

Menjelaskan kepada konsumen secara jelas dan tepat mengenai layanan yang di sediakan oleh perusahaan.

2.1.2 Aspek Kualitas Pelayanan

Terdapat lima aspek kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai dan menentukan suatu kualitas pelayanan menurut (Tjipto & Chandra, 2011) yakni(*realibility, responsivense, assurance, empathy, & tangible*), antara lain :

a. Kendalaan (*realibility*)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang diinginkan dengan cepat, tepat, dan memuaskan. Sehingga , kinerja yang diberikan harus sesuai dengan harapan konsumen.

b. Ketanggapan (*responsive*)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan dan membantu konsumen secara responsive dengan informasi yang jelas, apabila membiarkan konsumen menunggu terlalu lama tanpa adanya alasan tertentu, maka akan menimbulkan persepsi negative pada kualitas pelayanan.

c. Kepastian (*assurance*)

Kemampuan karyawan dalam menciptakan kepercayaan konsumen pada perusahaan yang terdapat beberapa komponen, antara lain :

1. *Communication* (Komunikasi)

Yaitu memberikan informasi pada konsumen dengan Bahasa yang mudah dipahami dan juga menyikapi keluhan konsumen secara responsive.

2. *Credibility* (Kredibilitas)

Memberikan jaminan terhadap kepercayaan yang telah diberikan oleh konsumen pada perusahaan penyedia jasa layanan menanamkan sikap kejujuran akan memberikan kredibilitas baik untuk perusahaan kedepan.

3. *Security* (Keamanan)

Kepercayaan tinggi yang diberikan konsumen pada pelayanan yang akan di dapatkan, pelayanan yang diberikan akan memberikan jaminan kepercayaan yang tinggi.

4. *Competency* (Kompetensi)

Keterampilan yang di miliki oleh karyawan sehingga ketika di

hadapkan pada konsumen karyawan mampu memberikan pelayanan yang optimal.

5. *Courtesy* (Sopan Santun)

Perusahaan dapat memberikan pelayanan dengan nilai moral yang dimiliki. Serta jaminan sopan santun yang diberikan pada konsumen sesuai kondisi keadaan yang ada.

d. *Empathy* (empati)

Perusahaan dapat memahami keluhan konsumen dan bertindak sesuai keinginan konsumen pada saat memberikan perhatian secara personal dan memiliki jam oprasional yang sesuai.

e. *Tangible* (keberwujudan)

Berkaitan dengan daya Tarik fisik, kelengkapan dan material yang digunakan perusahaan juga penampilan karyawan.

Adakalanya kualitas pelayanan yang diberikan karyawan tidak sesuai dengan standar kualitas yang diberikan perusahaan. Keadaann ini termasuk kedalam keadaan gap atau kesenjanga kualitas pelayanan kepada konsumen yang tidak tersampaikan standar kualitas pelayanan (Zheithaml dan Bitner, 2006).

2.1.3 Indikator kualitas pelayanan

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2012) mengidentifikasi 10 indikator kualitas pelayanan yang di rangkum menjadi lima indikator yaitu :

1. Realibitas (*REALBILITY*)
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*ASSURANCE*)
4. Empati (*EMPATHY*)

5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

2.2 Kepuasan Konsumen

2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan produk atau jasa (Brown 2012). Kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara yang di harapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha untuk memenuhi harapan konsumen (Mowen 2001).

Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Priansah (2017:p.196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil kinerja (hasil) produk yang di perkirakan terhadap kinerja (hasil yang di harapkan). Kepuasan konsumen merupakan factor paling penting bagi konsumen dalam pembelian ulang (Indasari, Purwani & Widowati, 2009). Maka dengan hal tersebut banyak perusahaan yang berlomba lomba dalam mengeluarkan dan menciptakan produk keinginan dan harapan konsumen. Sedangkan menurut Zheithami, dan Bitner (Lupiyoadi, 2013) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah cara pandang konsumen terhadap kualitas pelayanan yang di dapatkan dari perusahaan.

Menurut ferrinadewi (2005) kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen terhadap fitur fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan bagi konsumen. Menurut Mowen dan Minor (2002) menyatakan kepuasan konsumen didefenisikan sebagai

keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh atau mempergunakannya. Ini merupakan penilaian evaluative pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan barang atau jasa tersebut.

Pada dasarnya, kepuasan konsumen suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi ataupun jasa yang diterima (Siagian 2004).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan dan ekspektasi konsumen terhadap jasa dan produk yang diberikan. Hasil perbandingan konsumen yang sesuai dan kebutuhannya terpenuhi setelah membandingkan kinerja dengan harapannya. Konsumen merasa puas jika harapan terhadap produk dan jasa yang diberikan sesuai dan sebaliknya jika harapan dan ekspektasi terhadap jasa atau produk yang diberikan tidak sesuai maka konsumen merasa tidak puas dan berdampak pada perusahaan.

2.2.2 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen

Menurut Bitner, Zheithamil & Valeri dalam (Tjiptono.2012) faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen:

1) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bergantung pada tiga hal, yakni system, teknologi, dan manusia. Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas jasa yang diberikan merupakan hal yang paling mempengaruhi. Terdapat lima dimensi dalam kualitas pelayanan, yakni keandalan (*reability*), responsive (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*),

berwujud (*tangible*) dan empati (*empaty*).konsumen merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas jika membeli suatu produk yang digunakan dan ternyata kualitas produk yang digunakan bagus. Kualitas barang yang di dapatkan bersamaan dengan pelayanan dapat mempengaruhi persepsi konsumen terdapat delapan elemen dalam kualitas produk antara lain kinerja, reliabilitas, daya tahan, pelayanan, estetika, spesifikasi sesuai, kualitas premium.

3) Harga

Konsumen akan menilai harga sebagai indicator dari kualitas produk konsumen akan menggunakan harga sebagai dasar dugaan pada kualitas produk, maka konsumen akan berasumsi jika harga yang diberikan tinggi maka kualitas yang di dapatkan juga tinggi.

Factor situasi dan pribadi konsumen dapat mempengaruhi tingkat kepuasan terhadap suatu produk atau jasa yang digunakan. Seperti kondisi dan pengalaman yang akan membuat konsumen memilih suatu produk atau jasa , hal ini akan mempengaruhi harapan konsumen mengenai produk atau jasa yang digunakan.(Lupiyadi & Hamdani,2011) terdapat, tiga factor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, antarlain :

a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas jika produk yang digunakan sesuai dengan hasil yang dilakukan.

b. Kualitas pelayanan

Pada industry jasa, konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa senang ketika mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum ketika dia menggunakan produk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan tinggi. (Lupiyadi,2009) mengatakan bahwa ada beberapa factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan juga biaya yang di keluarkan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas peneliti menyimpulkan bahwa terdapat beberapa factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain, kualitas pelayanan, produk, harga dan situasi.

2.2.3 Ciri-Ciri Kepuasan konsumen

Menurut (Kotler,2005) ada beberapa ciri ciri kepuasan konsumen yang merasa puas yakni :

1. Loyal Terhadap Produk

Konsumen yang merasa puas cenderung akan loyal, mereka akan melakukan pembelian ulang terhadap produk dari perusahaan yang sama.

2. Adanya Komunikasi dari Mulut ke Mulut

Apabila konsumen puas terhadap produk atau jasa yang digunakan maka mereka akan merekomendasikan produk atau jasa yang digunakan pada orang terdekat seperti keluarga, teman-teman.

3. Perusahaan merupakan pertimbangan utama ketika membeli produk lain Ketika konsumen mendapatkan kepuasan pada suatu perusahaan maka akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk menggunakan produk yang berbeda dari perusahaan yang sama.

Sedangkan menurut Elitan (Ika,2010) dinyatakan bahwa ciri ciri kepuasan konsumen yaitu : tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi dengan baik oleh perusahaan, adanya kesesuaian antara ekspektasi atau harapan pelanggan dengan realita produk, konsumen yang puas tidak akan mengeluh produk maupun jasa yang dikonsumsi karena kualitas yang di dapatkan memenuhi harapan konsumen.

Bahwa dapat di simpulkan ciri ciri kepuasan konsumen adalah konsumen merasa puas tanpa adanya keluhan atau keluhan dari konsumen dapat diatasi dengan baik dan juga adanya minat beli ulang pada suatu produk dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

2.2.4 Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2012) menyatakan aspek aspek kepuasan konsumen dalam menerima kualitas pelayanan yaitu :

1. Kepuasan Konsumen Secara Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara sederhana untuk mengukur kepuasan konsumen adalah langsung menanyakan kepada konsumen seberapa puas mereka dengan produk atau jasa dan harga yang di tawarkan

2. Konfirmasi Harapan Proses Pelayanan Kepada Konsumen

Kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja actual produk perusahaan. Dalam hal ini lebih ditekankan

pada service quality yang memiliki komponen berupa harapan konsumen.

3. Kesiapan untuk merekomendasi (willingness to recommend)

Kesiapan untuk merekomendasi kepada teman atau keluarga menjadi pengukuran yang penting untuk di analisis. Apabila konsumen puas akan merekomendasikan pada teman dan keluarganya.

Menurut Kotler (2000) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek kepuasan konsumen yaitu : loyal terhadap produk, adanya komunikasi yang positif dari mulut ke mulut dan perusahaan menjadi pertimbangan utama.

1) Loyal Terhadap Produk

Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli produk atau jasa di tempat yang sama. Karena adanya keinginan mengulang pengalaman yang menyenangkan dan menghindari pengalaman yang buruk.

2) Adanya Komunikasi dari Mulut ke mulut yang Bersifat Positif

Kepuasan adalah faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth communication) yang bersifat positif.

3) Perusahaan Menjadi Pertimbangan Utama ketika Membeli Produk Lain

Hal ini merupakan proses kognitif adanya kepuasan, dimana konsumen lebih mengutamakan perusahaan yang sama untuk mendapatkan produk atau jasa dari perusahaan tersebut dan merupakan proses kognitif adanya kepuasan, dimana konsumen lebih

mengutamakan perusahaan yang sama untuk mendapatkan produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

2.2.5 Indikator Kepuasan Konsumen

Banyak produk dan jasa layanan yang tersedia membuat para konsumen memiliki berbagai macam pilihan untuk menggunakan suatu produk dan jasa.

Menurut (Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009), kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator, antara lain :

- a) Pembelian Kembali : Membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama
- b) Kinerja Produk : Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan puas
- c) Kebutuhan : Pelanggan merasakan kepuasan jika produk atau jasa memenuhi kebutuhan, keinginan atau tujuan mereka.
- d) Harapan : Sejauh mana kinerja suatu produk yang dirasakan sesuai dengan harapan pembeli.

Menurut (Tjiptono, 2009) kepuasan konsumen memiliki beberapa indikator antara lain :

- a) Kesesuaian Harga
- b) Minat Berkunjung Kembali
- c) Kesiediaan Merekomendasi

2.3 Ahass Gajah Mada Medan

2.3.1 Sejarah Ahass Gajah Mada

Usaha ini di mulai pada tanggal 18 Oktober 2018 dengan menyewa satu unit ruko di Jl. Gajah Mada No 71 A. Dengan komitmen yang tinggi untuk

mengutamakan jasa dan kualitas sperpart yang asli. Pada tahun 2018 Ahass Gajah Mada sebelumnya mempunyai nama CV. Yusuf Sepakat Honda Service,tetapi saran dari PT.Astra Honda Indonesia nama dagang menjadi Ahass Gajah Mada. Mekanik di Ahass Gajah Mada berjumlah lima orang,bagian frondesk tiga orang dan sebagai kepala bengkel berjumlah satu orang.

Namun pada tahun 2020 seiring berjalannya waktu jumlah mekanik sampai 2021 hanya dua orang dan frondesk satu orang,tetapi pada tahun 2022 jumlah frondesk di tambah menjadi satu orang,jadi total frondesk sampai saat ini berjumlah dua orang. Fasilitas yang di sediakan di Ahass Gajah Mada lebih baik,dengan adanya café, ketersediaan wifi gratis dan ruang tunggu serta mushollah yang nyaman. Seiring dengan perubahan banyak sekali yang sudah mulai di aktifkan seperti social media, promo dan kelebihan lain yang di berikan oleh Ahass Gajah Mada Medan.

2.4 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Bengkel merupakan suatu jenis wirausaha kecil dan menengah yang bergerak di bidang jasa pelayanan perbaikan motor dan mobil,lebih dari itu bengkel juga melakukan usaha penjualan spare part guna melengkapi kebutuhan pergantian spare part kendaraan yang rusak. Saat ini Ahass Gajah Mada memiliki kualitas pelayanan yang baik dan dapat memberikan kepuasan konsumen dengan baik.

Kepercayaan kepada konsumen akan pelayanan dan produk yang diberikan ialah sesuatu yang menjadi tujuan perusahaan. Untuk mendapatkan kepercayaan konsumen atas produk dan jasa yang diberikan perusahaan bukan sebuah hal yang

mudah untuk didapat. Terdapat tiga aspek dalam kepuasan konsumen menurut (Kotler (2000), yaitu (1) loyal terhadap produk yang berarti konsumen akan melakukan pembelian berulang secara terus menerus terhadap suatu produk yang membuatnya merasa puas. (2) adanya rekomendasi yang positif dari keluarga atau teman yang telah menggunakan produk, sehingga konsumen tertarik menggunakannya. (3) perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain, apabila konsumen merasa puas akan cenderung membeli produk yang berbeda dari perusahaan yang sama, karena mereka menilai kualitas produknya sangat baik.

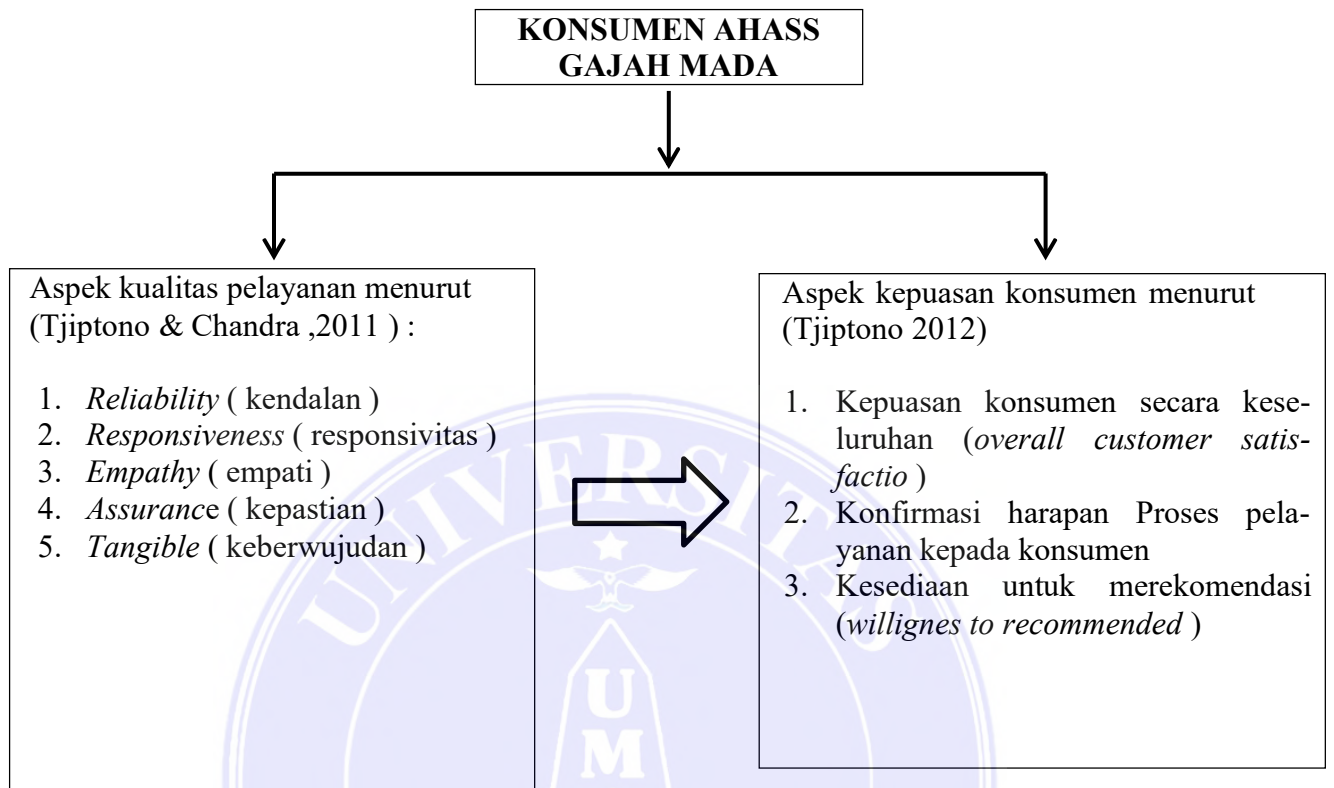
Aspek yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen ialah kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2009) kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam menjaga kepercayaan agar konsumen yang dilayani merasa puas dan diuntungkan. Kualitas yang baik bukan hanya dilihat dari pihak penyedia jasa tetapi juga berdasarkan persepsi konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen yang menggunakan dan menikmati secara langsung layanan yang diberikan, sehingga konsumen yang dapat menilai apakah kualitas pelayanan yang diberikan baik atau tidak. Menurut (Tjiptono, 2009) ada lima dimensi yang dalam kualitas pelayanan, Yakini, (1) Reliability (keandalan), yaitu usaha dilakukan perusahaan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat, (2) Responsive (ketangkapan), yaitu kemampuan perusahaan dalam membantu konsumen secara cepat (responsive) dan memberikan informasi dengan Bahasa yang mudah dipahami, (3) assurance (kepastian), yakni kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada perusahaan, (4) Empathy (empati). Yaitu dimana perusahaan mampu dengan mudah memahami kendala konsumen

dan bertindak sesuai harapan konsumen , (5) Tangible (keberwujudan), yaitu bentuk fisik peralatan yang digunakan dan media komunikasi.

Menurut Roesanto (dalam isyawanti,2010) kualitas pelayanan merupakan penilaian penilaian yang mengacu pada inti pelayanan yaitu pemberi pelayanan itu sendiri yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen bukan hanya mementingkan produk yang bermutu tetapi konsumen yang senang dengan pelayanan yang diberikan.

Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fahmi Alfaridzi (2021). Semakin tingginya kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Dimana kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan adanya. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Panjaitan, 2016) bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

2.5 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konsep di atas, bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana yang menjadi indikator pada kualitas pelayanan ialah aspek kendalan, responsivitas, empati, kepastian, keberwujudan. Sedangkan yang menjadi indikator pada kepuasan konsumen adalah aspek kepuasan konsumen secara keseluruhan, konfirmasi harapan proses pelayanan kepada konsumen, dan kesediaan merekomendasi.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian sebagai strategi ilmiah dalam mengumpulkan data dan mengolah data-data yang dianalisis sesuai dengan tujuan Penelitian untuk menentukan solusi dari fenomena yang diteliti

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian di lakukan di Ahass Gajah Mada Medan tanggal 28 juni 2023 hingga tanggal 10 juli 2023. Pertama kali fakultas psikologi mengeluarkan surat izin penelitian pengambilan data pada tanggal 30 mei 2023 dengan nomor surat 1216/FPSI/01.10/V/2023 kepada pihak Bapak/ibu kepala bengkel Ahass Gajah Mada Medan, lalu pihak Ahass Gajah Mada Medan mengeluarkan surat izin menyetujui untuk pengambilan data dilingkungan Ahass Gaajah Mada Medan pada tanggal 18 juli 2023. Setelah itu peneliti melaksanakan penelitian setelah mendapatkan surat izin penelitian dan pengambilan data.

Pengambilan data berlangsung selama hari dan di akhiri dengan surat selesai penelitian dari Ahass Gajah Mada Medan telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Ahass Gajah Mada Medan terhitung 23 juli - 28 juli 2023.

3.2 Bahan Dan Alat

3.2.1 Bahan

Adapun bahan yang digunakan dalam penelitian ini ialah kertas, pena dan handphone yang digunakan untuk menyebar kusioner dan mengisinya.

3.2.2 Alat

Pada skala kualitas pelayanan terdapat 24 butir soal pada angket guna mengetahui validitas setiap item. Aitem tersebut kemudian disebar kepada 60 orang yang tertera pada sampel yang telah di tetapkan. Didalam 24 item tersebut 8 item yang tidak valid dan 16 item yang valid. Penilaian yang diberikan kepada masing- masing jawaban subjek pada setiap pertanyaan *favourable* dan *unfavourable* adalah Sangat Setuju (SS) mendapatkan nilai 1,Setuju (S) mendapatkan nilai 2, Tidak Setuju (TS) mendapatkan nilai 3, Sangat Tidak Setuju (STS) mendapatkan nilai 4.

Pada skala kepuasan konsumen terdapat 20 butir soal pada anget guna mengetahui validitas setiap item. Aitem tersebut kemudian disebar kepada 60 orang tertera pada sampel yang ditetapkan. Didalam 20 item tersebut terdapat 10 item yang tidak valid dan 10 item yang valid. Penilaian yang diberikan kepada masing-masing jawaban subjek pada setiap pertanyaan *favourable* dan *unfavourable* adalah Sangat Setuju (SS) mendapatkan nilai 1, Setuju (S) mendapatkan nilai 2, Tidak Setuju (TS) mendapatkan nilai 3, Sangat Tidak Setuju (STS) mendapatkan nilai 4.

3.3 Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala. Menurut Sugiyono (2017) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Menurut Sugiono (2017)

skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Data-data yang diperlukan dalam penelitian kepuasan konsumen diperoleh melalui dua macam skala yaitu skala kualitas pelayanan dengan skala kepuasan konsumen Jenis skala yang digunakan dalam pengukuran ini adalah skala likert.

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

- a) Sangat setuju
- b) Setuju
- c) Tidak setuju
- d) Sangat tidak setuju

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor/nilai

- a) Sangat setuju 1
- b) Setuju 2
- c) Tidak setuju 3
- d) Sangat tidak setuju 4

3.3.1 Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas, maka diketahui bahwa skala kualitas pelayanan memiliki item yang valid sebanyak 16 item dan item yang gugur ditemukan sebanyak 8 item.16 item yang valid tersebut diantaranya adalah item nomor 1,2,3,5,7,9,11,13, 15,17,19,20,21,22,23, dan 24.sedangkan 8 item yang tidak valid tersebut diantaranya adalah item nomor 4,6,7,10,12,14,16,dan 18.

Berikut ini adalah butir-butir dari skala kualitas pelayanan dilihat pada table 3.

Tabel 3.1 Distribusi Sebaran Skala Kualitas Pelayanan Setelah Uji Validitas

Aspek	Indikator	Favorabel		Unfavorabel		Jlh
		Valid	Gugur	Valid	Gugur	
Reability	Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan	1,2		3	4	4
Responsive	Kemampuan perusahaan dalam membantu konsumen dengan informasi yang jelas	5,7			6,8	4
Assurance (Jaminan)	Kemampuan karyawan dalam menciptakan kepercayaan konsumen	9,11,13			10,12,14	6
Empathy	Memahami keluhan konsumen Bertindak sesuai keinginan konsumen memberikan perhatian secara Personal dan Memiliki jam oprasional yang jelas	15,17			16,18	4
Tangible	Daya Tarik fisik, kelengkapan material dan penampilan karyawan	19,21,22			20,23,24	6
Total		12	0	4	8	24

Berdasarkan hasil uji reabilitas, ditemukan bahwa skala kualitas pelayanan memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0,843. hal ini dapat disimpulkan bahwa skala kualitas pelayanan dapat dikatakan reliabel dengan tingkat reabilitas berada pada kategori sangat tinggi.

3.3.2 Analisis Data

1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memberikan hasil penyebaran data yang berdistribusi normal. hal ini dapat dianalisis dari nilai sig (2-tailed) pada uji one

sample kolmogorov smirnov yang dihasilkan untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,210. nilai dan untuk variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 0,320. tersebut dapat dikatakan lebih besar dari nilai standart signifikan uji normalitas sebesar 0,05.

Tabel 3.2 Hasil Uji Normalitas Sebaran Data

Variabel	Mean	SD	Statistic	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan	42,18	5,930	0,654	0,210	Normal
Kepuasan Konsumen	30,06	5,650	0,708	0,320	Normal

(Analisis data melalui SPSS versi 26 IBM, Asriana Harahap)

Keterangan :

Mean : Nilai rata-rata

SD : Standart Deviasi

2. Hasil Uji Linieritas

Pada uji linieritas bertujuan untuk membuktikan apakah variable bebas dan variabel terikat memiliki hubungan yang linier. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uji linieritas, ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang bersifat linier. hal ini didasari oleh nilai yang dihasilkan dari Deviation from Linearity sebesar 0,129. nilai tersebut dapat dikatakan lebih besar dari nilai standart signifikan uji linieritas sebesar 0,05.

Tabel 3.3 Hasil Uji Linieritas Variabel X dan Y

Korelasional	F	P (sig)	Keterangan
X – Y	1,525	0,129	Linier

(Analisis data melalui SPSS versi 26 IBM, Asriana Harahap)

Kriteria : Jika P (sig) pada *Deviation from Linearity* lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan linier.

Keterangan :

- X : Kualitas Pelayanan
Y : Kepuasan Konsumen
F : Koefisien Linieritas
 P (sig) : Signifikansi

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah suatu objek atau subjek dengan ciri-ciri dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan peneliti guna untuk diteliti dan dilakukan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan konsumen service motor di Ahass Gajah Mada Medan sebanyak 160 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh sebab itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif atau mewakili populasi (Erlina, 2011). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 60 orang.

3.5 Prosedur Kerja

penelitian meliputi skala yang digunakan dalam pengumpulan data. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

3.5.1 Skala Kualitas Pelayanan

Pada skala kualitas pelayanan terdapat 24 butir soal pada angket guna mengetahui validitas setiap item. Aitem tersebut kemudian disebar kepada 60 orang yang tertera pada sampel yang telah ditetapkan. Didalam 24 item tersebut 8 item yang tidak valid dan 16 item yang valid. Penilaian yang diberikan kepada masing-masing jawaban subjek pada setiap pertanyaan *favourable* dan *unfavourable* adalah Sangat Setuju (SS) mendapatkan nilai 1, Setuju (S) mendapatkan nilai 2, Tidak Setuju (TS) mendapatkan nilai 3, Sangat Tidak Setuju (STS) mendapatkan nilai 4.

3.5.2 Skala Kepuasan Konsumen

Skala kepuasan konsumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan dimensi/aspek-aspek konsumen menurut Tjiptono (2012), antara lain : (1) Kepuasan konsumen secara keseluruhan (*overall customer satisfaction*) (2) Konfirmasi harapan Proses pelayanan kepada konsumen (3) Kesiediaan untuk merekomendasi (*willignes to recommended*).

Pada skala kepuasan konsumen terdapat 20 butir soal pada angket guna mengetahui validitas setiap item. Aitem tersebut kemudian disebar kepada 60 orang tertera pada sampel yang ditetapkan. Didalam 20 item tersebut terdapat 10 item yang tidak valid dan 10 item yang valid. Penilaian yang diberikan kepada masing-masing jawaban subjek pada setiap pertanyaan *favourable* dan *unfavourable* adalah Sangat Setuju (SS) mendapatkan nilai 1,

Setuju (S) mendapatkan nilai 2, Tidak Setuju (TS) mendapatkan nilai 3, Sangat Tidak Setuju (STS) mendapatkan nilai 4.

3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability* sampling dengan teknik sampling yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik menentukan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu (Siregar, 2013). Teknik ini diperkirakan adalah teknik yang paling sesuai digunakan untuk mengumpulkan data.

Pada penelitian dalam melihat kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, peneliti menentukan sample dengan cara *purposive sampling* dimana peneliti ingin mendapatkan sample dengan kriteria-kriteria tertentu didalam populasi. Maka, penulis menentukan karakteristik sampel untuk penelitian ini berikut :

1. Melakukan service di Ahass Gajah Mada Medan kali.
2. Melakukan pembelian Spare Part di Ahass Gajah Mada Medan minimal dua kali di Ahass Gajah Mada Medan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh sebelumnya, maka kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji analisis dengan metode analisis *pearson product moment*, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Ahas Gajah Mada Medan, hal ini didasari oleh nilai signifikan yang dihasilkan sebesar 0,000 lebih kecil dari standart nilai signifikan uji korelasi 0,05 dan nilai pada *pearson correlation* bersifat positif. sehingga hasil uji korelasi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan ahas gajah mada maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen pada ahas gajah mada, Sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin rendah kepuasan konsumen. oleh sebab itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.
2. Dalam analisis uji korelasi, korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen juga memiliki nilai *pearson correlation*/kekuatan hubungan sebesar ,714 dan angka tersebut berada diantara interval koefisien 0,60-0,799. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dengan variabel Kepuasan Konsumen memiliki tingkat hubungan dengan kategori kuat.

3. Analisis data ini juga memperlihatkan nilai dari koefisien determinasi (r^2) yang dimana, nilai pada koefisien determinasi (r^2) dalam hubungan antara variabel X dan variabel Y yaitu sebesar 0,510. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ukuran kontribusi/sumbangsih Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 51%.
4. Hasil mean hipotetik dan mean empirik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berada pada kategori sedang dengan nilai rata-rata hipotetik sebesar 40 dan nilai rata rata empirik sebesar 42,18. Sedangkan kepuasan konsumen berada pada kategori sedang dengan nilai rata rata hipotetik sebesar 25 dan nilai rata-rata empirik sebesar 30,06.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti peroleh, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

5.2.1 Saran kepada kepala Bengkel Ahass Gajah Mada

Berdasarkan hasil penelitian, maka disarankan kepada bengkel motor Ahass Gajah Mada agar memiliki ketersediaan spare part yang lengkap untuk frontdesk sehingga akan menarik lebih lagi pelanggan yang datang. selain itu agar bengkel motor Ahass Gajah Mada membuka lowongan kepada para lulusan teknisi mekanik agar dapat meningkatkan jumlah karyawan yang membuat karyawan tetap di bengkel tersebut tidak mengalami kelelahan dalam melayani pelanggan. dan juga agar menciptakan program bagi karyawan yang bisa menumbuhkan motivasi dalam meningkatkan kinerja.

5.2.2 Saran kepada Pegawai Ahass Gajah Mada

Berdasarkan hasil penelitian, maka disarankan kepada pegawai Ahass Gajah Mada agar mengikuti program yang disediakan oleh bengkel motor Ahass Gajah Mada untuk meningkatkan kualitas layanan dan kinerja selama bekerja kepada pelanggan. selain itu diperlukan juga peningkatan wawasan mengenai spare part yang tersedia pada bengkel motor sehingga dapat memberikan informasi yang akurat ketika pelanggan ingin bertanya dan membeli spare part yang dibutuhkan.

5.2.3 Saran kepada peneliti selanjutnya

Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar meneliti lebih lanjut tentang faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Hariyanto, D., & Untarini, N. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel JW Marriot Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen.Vol. 2. No. 4, 1759-1769.
- Hariyanto, D., & Untarini, N. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel JW Marriot Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen.Vol. 2. No. 4, 1759-1769.
- AGSA M.S. (2018). Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada keude keupi ule kareng dan gayo sei serayu tahun 2016. Universitas Medan Area.
- Daga,R. (2017) Kepuasan Pelanggan, Makasar : Global Research And Consulting Institute.
- Sunarto. (2003). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium, Jilid 1*. Jakarta: PT. Prebalindo
- Suwarsono. (1999). *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: PT. Mandala Krida.
- Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran, Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Tjiptono. (2009). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Desanto, W. (2008). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Intensi Hunian Ulang Hotel Merdeka Madiun*. Laporan Akhir Penelitian. Politeknik Madiun. Skripsi Politeknik Madiun.
- Herdiyati, R. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Skripsi.Universitas Dipenogoro, Semarang.
- Husein. (2000). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT.Gramedia
- Indriastuty, N., Sudjnan, S., & Fitriyani, F. (2019). *Kualitas Pelayanan Hotel Le*.
- Istiningsih. (2011). *Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan “Perum Pegadaian Sukoharjo”*, Tugas Akhir. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Lestari, fuji (2020). *Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di waroeng steak and shake cabang margonda*. Diambil file:///C:/Users/user/Downloads/8321-24908-1-PB.pdf di unduh pada tanggal 5 deseMBER 2022.

- Marnovita (2004). *Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di waroeng steak and shake cabang margonda*. Vol 18, (2) universitas bina sarana informatika. Pegertian Ahas Honda https://id.wikipedia.org/wiki/Astra_Honda_Motor.
- Raharjani, Jeni. 2005. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja*. Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol. 2, No. 1.
- Ramadhan, riski .(2004). *Analisis hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah*. Skripsi Jakarta Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah 29.
- Setyawati, E. (2017). *Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada M-One Hotel & Entertainment*. Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen, 1(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2006). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Tabungan Britama BRI Kanca Kendal)*. Tesis. Universitas Diponegoro.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Data Penelitian Kualitas Pelayanan

KUALITAS PELAYANAN (X)

Responden	Kualitas Pelayanan																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	1	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2
2	1	2	2	1	2	1	4	2	3	1	3	3	3	1	3	1	3	2	3	1	2	3	3	2
3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	4	2	4	1	2	2	2	2	1	1	1	3	2	2	1
4	2	3	2	3	3	2	3	3	2	4	2	4	1	2	2	2	2	1	1	1	3	2	2	1
5	2	3	3	1	3	1	3	1	3	2	4	2	3	3	3	2	3	1	4	1	2	4	3	2
6	2	3	3	1	3	1	3	1	3	2	4	2	4	1	4	2	4	2	4	2	3	3	3	1
7	1	4	2	1	4	4	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	1
8	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2
9	1	3	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2
10	2	3	2	2	3	2	3	2	1	3	4	2	4	1	3	2	3	2	3	2	2	3	4	2
11	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	1
12	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2
13	1	4	3	1	4	2	4	1	4	2	2	1	4	1	3	2	4	1	3	1	1	4	4	1
14	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
15	2	4	3	1	3	1	3	2	3	2	3	1	3	2	3	1	3	1	4	1	2	4	3	2
16	2	3	2	2	3	2	3	1	3	2	4	2	3	2	3	2	3	1	3	1	2	4	3	2
17	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
18	1	3	3	1	3	1	3	1	3	2	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	2	3	3	1
19	2	3	4	2	4	2	4	2	3	2	4	4	4	1	3	1	4	2	4	2	1	4	3	2
20	1	3	3	1	3	1	3	1	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
21	2	3	3	2	3	1	4	2	3	3	3	1	3	1	3	1	3	1	3	2	2	3	3	2
22	1	3	3	1	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	1
23	1	4	3	2	4	2	4	2	3	3	3	1	4	2	4	2	3	1	4	2	2	3	3	2
24	1	3	2	1	2	1	3	1	3	2	3	1	4	1	3	1	3	1	3	1	1	3	3	1
25	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
26	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
27	1	1	2	1	3	1	4	1	3	2	4	1	4	1	3	1	3	1	4	1	1	4	3	1
28	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
29	2	2	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
30	1	4	3	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	4	1	1	3	3	1
31	1	3	2	1	3	1	4	2	3	3	4	1	3	2	3	1	4	1	4	1	1	3	3	1
32	2	2	3	2	4	1	4	1	4	2	3	2	4	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	2
33	1	2	4	1	4	1	4	1	4	2	3	2	4	1	3	1	4	1	4	1	1	4	4	1
34	1	1	1	1	3	1	3	4	1	3	1	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
35	1	2	3	2	1	2	3	2	2	2	4	2	3	2	3	1	2	1	3	2	1	3	3	1
36	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

37	2	3	2	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	1	3	2	2	3	3	2
28	1	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
39	1	4	4	1	4	1	4	1	4	2	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	1
41	2	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	2	4	2	4	2	3	2	3	2	2	3	2	2
41	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	4	2
42	1	1	1	1	1	1	4	1	4	1	4	1	4	1	1	1	4	1	4	1	1	4	1	1
43	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
44	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2
45	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
46	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
47	1	2	3	1	3	1	3	2	3	2	4	1	3	1	1	1	2	1	3	1	2	4	2	1
48	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
49	2	3	2	2	4	1	4	2	3	3	4	1	4	2	3	1	3	2	3	2	2	3	3	2
50	1	3	2	1	3	2	3	1	3	2	3	1	3	1	3	1	2	1	4	1	1	4	4	1
51	1	3	2	1	3	1	3	2	3	3	3	2	2	1	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2
52	1	4	4	1	4	1	4	1	4	2	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	1
53	1	3	3	1	4	1	3	1	3	1	4	1	1	1	3	1	3	2	3	2	1	4	3	1
54	2	3	3	1	2	2	4	1	2	1	3	1	4	1	3	2	3	2	3	1	1	3	3	1
55	1	4	1	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1
56	2	3	4	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2
58	1	4	2	2	4	1	4	2	3	2	4	1	4	1	4	2	3	1	4	2	2	4	4	4
59	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
60	1	3	3	1	4	1	4	2	3	2	3	1	3	2	3	1	3	1	4	2	1	4	3	2

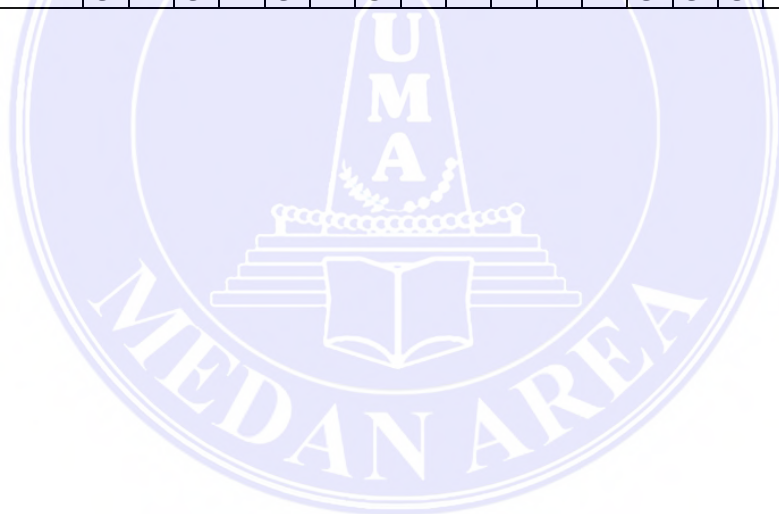


Data Penelitian Kepuasan Konsumen

KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Responden	Kepuasan Konsumen																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	3	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
2	3	1	3	1	3	2	3	1	3	1	3	2	2	1	3	1	2	4	3	2
3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	4	2	2
4	3	2	3	1	3	2	3	1	3	1	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2
5	3	2	3	2	4	1	3	1	3	1	4	2	3	2	3	2	1	4	4	1
6	3	2	3	2	4	2	3	1	3	2	4	1	4	2	2	2	2	3	4	2
7	4	1	4	1	1	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	1
8	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
9	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	2	2	3	3	2
10	3	2	4	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
11	3	2	1	1	3	1	4	2	4	4	4	2	4	2	2	2	1	2	3	1
12	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
13	3	1	3	4	1	3	2	3	1	4	1	4	2	2	4	1	1	4	4	1
14	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
15	3	1	3	1	4	1	4	2	3	1	4	2	3	1	4	1	1	4	4	1
16	3	2	3	1	4	1	3	2	3	1	4	1	4	2	3	2	1	3	4	2
17	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
18	3	1	3	1	4	1	3	1	4	1	3	1	4	2	4	1	2	4	3	1
19	4	1	4	2	4	1	4	2	3	1	4	2	3	2	4	1	1	4	3	2
20	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	1	3	3	1
21	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	1	3	3	2
22	3	1	3	2	3	1	3	1	3	2	3	1	3	2	3	2	2	3	3	2
23	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	1	2	1	1	3	4	1
24	3	1	4	1	4	1	3	1	4	1	4	4	4	1	3	1	1	3	4	1
25	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2
26	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2
27	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	3	2	4	1	1	4	4	1
28	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
29	3	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
30	3	2	3	1	3	1	3	1	1	1	3	1	3	1	3	1	1	3	4	1
31	3	1	3	2	3	1	3	1	3	1	4	1	4	1	3	1	1	4	4	1
32	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	2	2	2	2	3	3	2
33	4	1	3	1	4	1	3	1	4	1	4	3	4	1	3	2	1	3	4	1
34	1	2	1	1	1	2	1	1	1	3	1	3	1	3	2	4	3	3	2	1
35	2	1	3	1	2	2	3	3	3	2	4	2	1	1	1	1	2	1	4	2
36	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
37	2	2	3	1	3	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
38	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	1
39	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	1
40	3	3	3	2	3	2	3	1	2	2	3	1	3	2	1	2	2	2	3	2

41	4	1	4	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	
42	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	1	4	4	1
43	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
44	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2
45	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2
46	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	1	3	3	2
47	3	2	3	1	1	1	3	1	3	1	3	1	3	1	1	1	2	3	3	1
48	2	2	3	2	3	1	4	2	3	1	3	1	3	1	3	2	2	4	4	1
49	3	2	3	2	3	2	4	2	3	2	4	2	3	2	3	2	2	4	4	1
50	3	1	4	1	4	1	3	1	4	1	4	2	2	1	2	2	2	3	2	2
51	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2
52	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	1	1	4	4	1
53	4	2	3	1	4	1	4	1	3	1	4	1	4	2	3	1	2	3	3	2
54	3	1	3	1	3	2	3	1	3	2	3	1	3	2	3	2	1	3	3	2
55	4	4	1	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1
56	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
57	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	3	2
58	4	1	3	1	4	2	4	1	4	1	4	1	4	2	3	2	2	3	3	2
59	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
60	3	1	3	1	3	1	3	1	4	1	4	1	3	3	3	1	1	4	4	1



Lampiran 2

Uji Validitas Dan Realibilitas Kualitas Pelayanan

Validitas & Reliabilitas Var Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KS01	44,1167	18,308	0,586	0,524
KS02	45,3167	22,932	-0,134	0,625
KS03	44,1333	19,440	0,386	0,556
KS04	45,4500	21,947	0,027	0,606
KS05	44,0833	17,671	0,549	0,520
KS06	45,4333	22,046	0,041	0,602
KS07	43,9833	18,830	0,568	0,533
KS08	45,4000	21,939	0,031	0,606
KS09	44,0500	18,591	0,493	0,536
KS10	45,3500	22,808	-0,116	0,627
KS11	43,8333	19,260	0,402	0,553
KS12	45,2500	23,004	-0,145	0,630
KS13	44,0667	18,504	0,517	0,533
KS14	45,1833	21,813	0,040	0,606
KS15	44,2667	19,487	0,350	0,561
KS16	45,3833	22,952	-0,137	0,624
KS17	45,3000	23,264	-0,184	0,634
KS18	44,0333	20,236	0,244	0,578
KS19	43,8667	19,609	0,390	0,557
KS20	45,4500	22,523	-0,052	0,610

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	59	98,3
	Excluded ^a	1	1,7
	Total	60	100,0

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

Reliability Statistics	
ach's Alpha	N of Items
0,703	24

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KS01	27,1333	25,541	0,789	0,894
KS02	27,1500	26,706	0,608	0,905
KS03	27,1000	24,769	0,726	0,898
KS04	27,0000	26,068	0,804	0,894
KS05	27,0667	25,555	0,730	0,897
KS06	26,8500	25,418	0,773	0,895
KS07	27,0833	25,501	0,750	0,896
KS08	27,2833	27,461	0,470	0,913
KS09	27,0500	27,506	0,474	0,913
KS10	26,8833	26,681	0,657	0,902

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	60	100,0

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

Reliability Statistics	
ach's Alpha	N of Items
0,843	16

Uji Valliditas Dan Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Validitas & Reliabilitas Var X

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KS01	44,1167	18,308	0,586	0,524
KS02	45,3167	22,932	-0,134	0,625
KS03	44,1333	19,440	0,386	0,556
KS04	45,4500	21,947	0,027	0,606
KS05	44,0833	17,671	0,549	0,520
KS06	45,4333	22,046	0,041	0,602
KS07	43,9833	18,830	0,568	0,533
KS08	45,4000	21,939	0,031	0,606
KS09	44,0500	18,591	0,493	0,536
KS10	45,3500	22,808	-0,116	0,627
KS11	43,8333	19,260	0,402	0,553
KS12	45,2500	23,004	-0,145	0,630
KS13	44,0667	18,504	0,517	0,533
KS14	45,1833	21,813	0,040	0,606
KS15	44,2667	19,487	0,350	0,561
KS16	45,3833	22,952	-0,137	0,624
KS17	45,3000	23,264	-0,184	0,634
KS18	44,0333	20,236	0,244	0,578
KS19	43,8667	19,609	0,390	0,557
KS20	45,4500	22,523	-0,052	0,610

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	60	100,0

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

Reliability Statistics	
ach's Alpha	N of Items
0,597	20

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KS01	27,1333	25,541	0,789	0,894
KS02	27,1500	26,706	0,608	0,905
KS03	27,1000	24,769	0,726	0,898
KS04	27,0000	26,068	0,804	0,894
KS05	27,0667	25,555	0,730	0,897
KS06	26,8500	25,418	0,773	0,895
KS07	27,0833	25,501	0,750	0,896
KS08	27,2833	27,461	0,470	0,913
KS09	27,0500	27,506	0,474	0,913
KS10	26,8833	26,681	0,657	0,902

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	60	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,910	10

Lampiran 3

Uji Asumsi Normalitas

Uji Asumsi Normalitas

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
KP	42,1833	5,93036	60
KS	30,0667	5,65046	60

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	KP	KS
N	60	60
Norm Mean	42,1833	30,0667
al Std. Deviation	5,93036	5,65046
Para		
Most Absolute	0,654	0,708
Extre Positive	0,080	0,105
me Negative	-0,654	-0,708
Differ		
Test Statistic	0,654	0,708
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,21	,0,320
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Lampiran 4

Uji Asumsi Linieritas

Uji Asumsi Linieritas

Case Processing Summary						
	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KS *KP	60	100,0%	0	0,0%	60	100,0%

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KS *	Between Groups	(Combined)	1371,205	21	65,295	4,841	0,000
		Linearity	959,850	1	959,850	71,165	0,000
		Deviation from Linearity	411,354	20	20,568	1,525	0,129
Within Groups			512,529	38	13,488		
Total			1883,733	59			

Measures of Association				
	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KS *KP	0,714	0,510	0,853	0,728

Report

Report			
KS			
KP	Mean	N	Std. Deviation
25,00	16,0000	1	
29,00	14,0000	1	
32,00	25,2000	5	5,01996
35,00	21,5000	2	0,70711
37,00	30,5000	2	9,19239
38,00	20,5000	2	7,77817
39,00	36,0000	1	
40,00	29,5000	2	0,70711
41,00	30,8333	6	2,13698
42,00	31,4286	7	4,03556
43,00	30,3333	6	1,86190
44,00	31,4286	7	1,51186
45,00	29,0000	1	
46,00	31,8000	5	4,14729
47,00	29,6667	3	4,50925
48,00	36,0000	1	
49,00	32,6667	3	1,52753
50,00	37,0000	1	
51,00	37,0000	1	
52,00	40,0000	1	
53,00	36,0000	1	
55,00	40,0000	1	
Total	30,0667	60	5,65046

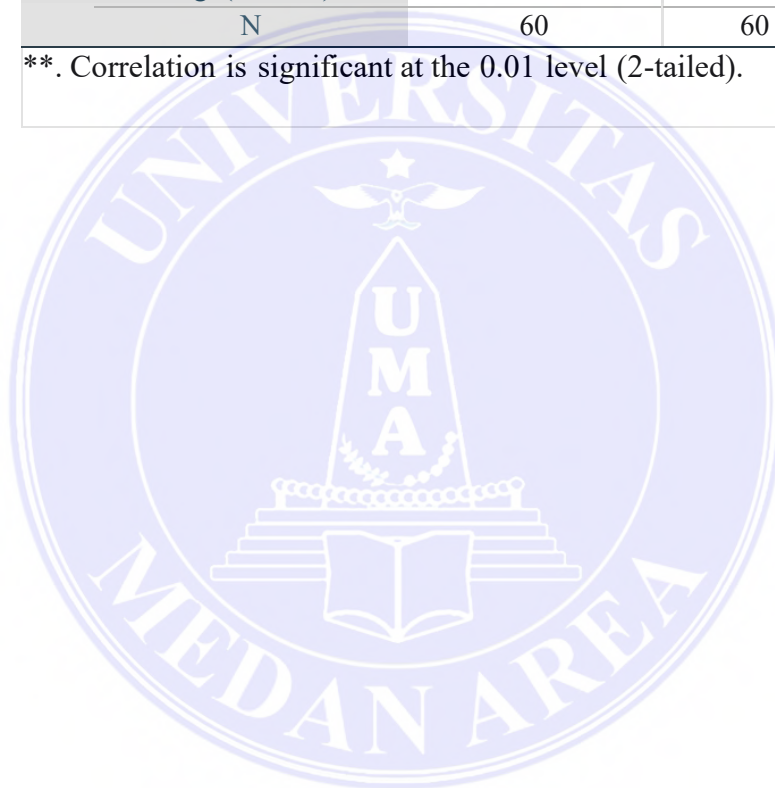
Lampira 5

Uji Kolerasi

Uji Kolerasi

Correlations			
		KP	KS
KP	Pearson Correlation	1	,714**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	60	60
KS	Pearson Correlation	,714**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	60	60

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



Lampiran 6

Alat Ukur Penelitian

DATA IDENTITAS DIRI

Isilah data berikut ini sesuai dengan keadaan diri Bapak/Ibu

1. Nama/Inisial : _____
2. Pekerjaan : _____

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama
2. Skala ini bukan tes, sehingga setiap orang bisa mempunyai jawaban yang berbeda. Tidak ada jawaban yang benar atau salah karena jawaban yang Bapak/Ibu isi adalah sesuai kondisi diri sebenarnya.
3. Kemudian berikan jawaban Bapak/Ibu pada setiap pernyataan dengan memberi tanda (\surd) pada salah satu pilihan yang tersedia. Adapun alternatif pilihan jawaban yang telah disediakan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju Dengan Pertanyaan Tersebut

S : Setuju Dengan Pertanyaan Tersebut

TS : Tidak Setuju Dengan Pernyataan Tersebut

STS : Sangat Tidak Setuju Dengan Pernyataan Tersebut
4. Untuk jawaban yang salah dan ingin diganti beri garis pada tanda centang (\surd) lalu pilih kembali jawaban untuk pernyataan yang benar (\surd)

☺ Terima Kasih ☺

Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Service di ahass gajah mada sudah sesuai dengan keinginan saya				
2.	Keluhan konsumen cepat di tanggapi oleh frondesk ahaasgajah mada				
3.	ketidaksigapan frondesk menanggapi keluhan konsumen				
4.	Saya tidak melakukan service rutin walaupun ada promo				
5.	konsumen di ahass gajah mada mendapatkan saran untuk motornya setelah service				
6.	tidak adanya informasi yang jelas setelah motor selesai diservice				
7.	konsumen ahass gajah mada mendapatkan penjelasan mengenai kendala dan perbaikan motornya				
8.	konsumen di biarkan begitu saja Ketika service				
9.	Konsumen mengerti penjelasan mekanik mengenai kerusakan motor				
10.	.Saya tidak mengerti Ketika mekanik menjelaskan kerusakan				
11.	Mekanik menyarankan pembelian spare part				
12.	Saya merasa di paksa untuk membeli spare part di ahass Ketika service motor				
13.	Saya akan melakukan service ulang di ahass ini				
14.	Tidak ada keinginan untuk saya Kembali lagi ke ahass ini melihat pelayanannya				
15.	Adanya potongan harga yang memuaskan di ahass gajah mada medan				
16.	Ketidaksesuaian potongan harga dengan indako trading				
17.	Jam pelayanan yang di berikan ahass gajah mada sesuai				
18.	Saya sering tidak tahu jam oprasional yang di berikan oleh ahass gajah mada medan				
19.	Frondesk selalu berpenampilan menarik				
20.	Saya merasa kurang nyaman Ketika service di ahass gajah mada dengan lingkungannya				
21.	Keadaan ahass gajah mada selalu rapi dan bersih				
22.	Spare part yang di jual di hass lengkap dan selalu adaketika saya melakukan pembelian				
23.	Saya tidak di layanin dengan bai sebagai konsumen				
24.	Tidak lengkapnya spare part yang saya butuhkan di ahass gajah mada				

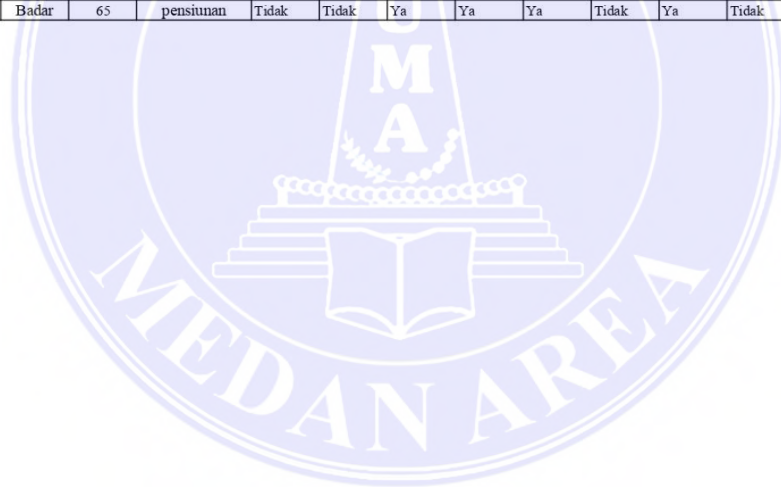
Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Spare part di ahass gajah mada lengkap Service di ahass gajahmada sudah sesuai dengan keinginan saya				
2.	Spare ppart yang saya butuhkan tidak selalu tersedia di ahassgajah mada medan				
3.	Spare part yang di jual di ahss gajah mada asli dan update sertalangsung dijelaskan oleh frontdesk				
4.	Penjelasan frontdesk mengenai keaslian spare part ahass gajahmada tidak update.				
5.	Konsumen ahass gajah mada mendapatkan free minum setiap service				
6.	Tidak adanya fasilitas yang baik jika service di ahass gajah mada				
7.	Saya akan Kembali ke ahass ini karena mereka selalu taukebutuhan motor saya				
8.	Tidak ada keinginan untuk Kembali sama seperti bengkel padaumunya				
9.	Fasilitas yang disediakan lengkap mulai dari muhsollah dan kamar mandi serta wifi.				
10.	Tidak merasakan fasilitas yang seperti di iklan kan ahass gajahmada				
11.	Proses adminstrasi di ahss gajah mada tidak ribet sudah mengikuti perkembangan				
12.	Pembayaran di ahass gajah mada di persulit dan lama				
13.	Motor saya semakin baik ketika di service di sini dan harganyaterjangkau				
14.	Ketika saya service motor saya tidak ada perubahan				
15.	Adanya boking service ketika saya tidak ingin mengantri				
16.	Tidak adanya system yang jelas di ahass gajah mada untuk orang yang ingin cepat dan terburu buru. (boking service)				
17.	Saya akan merekomendasikan ahass ini ke teman dan keluargasaya				
18.	Tidak adanya keinginan untuk merekomendasikan ahass ini kesiapapun				
19.	Saya selalu merasa puas dan sesuai keinginan saya ketika servicedi sini				
20.	Saya tidak merasa puas karena keginan dan harapan saya sering tidak sesuai				

A. Hasil Screening

No	Nama	Umur	Pekerjaan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Raja	25	Barista	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
2	Imam	27	Sales	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
3	Dewi	23	Ibu Rumah Tangga	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
4	Jaki	34	Karyawan	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
5	Fia	19	Mahasiswi	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
6	Anto	38	Satpam	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak
7	Mardian	40	Freelance	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
8	Samir	35	Pengusaha	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
9	Danil	26	Pengusaha	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
10	Eka	19	Pelajar	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
11	Iksan	28	Wirausaha	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
12	Putri	18	Pelajar	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
13	Irwan	27	Karyawan	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
14	Faiz	19	mahasiswa	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
15	Feldi	19	mahasiswa	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
16	Dika	39	Karyawan	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
17	Dadan	27	Karyawan	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
18	Fahdil	20	mahasiswa	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak
19	Idir	27	mahasiswa	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
20	Kelana	27	Karyawan	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
21	Rasya	35	Karyawan	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
22	Dora	25	guru	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
23	Daffa	30	Karyawan	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
24	Dandi	27	Karyawan	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
25	Farid	42	Karyawan	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
26	Fitri	40	Karyawan	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak
27	Bella	38	guru	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
28	Grace	27	desain	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
29	Arini	30	Karyawan	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
30	Ulan	26	Ibu Rumah Tangga	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
31	Widya	25	Ibu Rumah Tangga	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
32	Maulana	30	Karyawan	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
33	Bagus	21	mahasiswa	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
34	Aji	26	Karyawan	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
35	Andre	46	polisi	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
36	Anggi	22	mahasiswa	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak
37	Ilham	32	Karyawan	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
38	Dandi	29	Karyawan	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya

39	Fajar	27	Karyawan	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
40	Rahman	30	Pengusaha	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
41	Josua	27	Karyawan	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
42	Sakti	28	penganguran	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak
43	Fikri	37	Karyawan	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
44	Andre	27	Karyawan	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
45	Ellen	28	mahasiswi	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
46	Zain	35	staff toko	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak
47	Zulham	52	ojek online	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
48	Feri	44	Karyawan	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
49	Gilang	23	ojek online	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
50	Bayu	19	penganguran	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
51	Yaksa	33	Karyawan	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
52	Tio	21	mahasiswa	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya
53	Rafli	55	ojek online	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
54	Bima	25	ojek online	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak
55	Ridho	39	pengusaha	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
56	Fauzan	28	supir	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
57	Abdi	35	Karyawan	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
58	Sumono	40	tentara	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
59	Mulyo	38	pelatih bola	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
60	Badar	65	pensiunan	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tidak	Tidak



Lampiran 7

Dokumentasi



Lampiran 8

Surat Bukti Penelitian



AHASS GAJAH MADA MEDAN

Jl. Gajah Mada No. 71.A Medan , Babura , Medan Petisah

Telp. 081262623993 Kode Pos 20113



Medan, 31 Agustus 2023

Lampiran : 1 Lembar
sifat : Biasa
perihal : Pengambilan Data Untuk Skripsi Mahasiswa

Kepada Yth : Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan Pengembangan Kepada Masyarakat

Universitas Medan Area Fakultas Psikologi
Jl. Kolam No. 1 Medan Estate
Medan, 20155

Membalas surat dari Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan Pengembangan Kepada Masyarakat Universitas Medan Area Fakultas Psikologi 1216/FPSI/01.10/V/2023 tanggal 30 mei 2023 perihal izin pengambilan data di Ahass Gajah Mada Medan dengan data mahasiswa sebagai berikut :


No	Nama Mahasiswi	Nim Mahasiswi
1.	RIANI DEWI AGUSTIA	188600483

Dengan ini kami sampaikan bahwa :

1. Ahass GAJAH Mada sudah menerima mahasiswi saudara untuk melaksanakan pengambilan data di Ahass Gajah Mada Medan terhitung dari tanggal 23 juli 2023 – 28 juli 2023
2. Dalam pelaksanaan pengambilan data penelitian Ahass Gajah Mada hanya mengizinkan untuk tujuan ilmu pengetahuan dan pengembangan
3. Ahass Gajah Mada menyatakan bahwa mahasiswi tersebut telah selesai dalam pengambilan data guna membantu dalam penyusunan skripsi tersebut

Demikian kami sampaikan agar data yang telah dikumpulkan dapat digunakan dengan semestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Medan, 31 Agustus 2023
Kepala Bengkel

 AHASS 17194
AHASS GAJAH MADA
Ahass yang Ngerti Motor
Vicky Ramadan