

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL MOTOR LDR SPEED

Ahmad Nibras Azhari¹, Muhammad Ihsan², Indra Gumelar³

^{1,2}Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana, Purwakarta, Indonesia

Email: ahmadnibras111@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, *empathy*, dan *tangibles*, terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menyusun rekomendasi perbaikan berdasarkan pendekatan 5W+1H sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 150 pelanggan Bengkel Motor LDR SPEED sebagai responden penelitian. Data dianalisis menggunakan serangkaian pengujian statistik yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta analisis koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun secara simultan. Di antara seluruh variabel yang dianalisis, dimensi *assurance* merupakan faktor yang memberikan kontribusi paling besar terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,402. Selanjutnya, pengaruh diikuti oleh *empathy* sebesar 0,381, *reliability* sebesar 0,366, *responsiveness* sebesar 0,336, dan *tangibles* sebesar 0,192. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,667 mengindikasikan bahwa 66,7% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Bengkel Motor.

Abstract

This study aims to examine the influence of five dimensions of service quality, namely reliability, assurance, responsiveness, empathy, and tangibles, on the level of customer satisfaction. In addition, this study also compiles recommendations for improvement based on the 5W + 1H approach as an effort to improve service quality. The study uses a quantitative method with a descriptive approach. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 150 customers of LDR SPEED Motorcycle Workshop as research respondents. Data were analyzed using a series of statistical tests including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-test), simultaneous tests (F-test), and coefficient of determination (R^2) analysis. The results show that the five dimensions of service quality have a positive and significant influence on customer satisfaction, both partially and simultaneously. Among all the variables analyzed, the assurance dimension is the factor that provides the largest contribution to customer satisfaction with a beta coefficient value of 0.402. Next, the influence is followed by empathy at 0.381, reliability at 0.366, responsiveness at 0.336, and tangibles at 0.192. The coefficient of determination (R^2) value of 0.667 indicates that 66.7% of the variation in customer satisfaction can be explained by service quality, while the remainder is influenced by other factors outside the research model.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Bike Shop.

A. PENDAHULUAN

Industri jasa otomotif di Indonesia terus mengalami pertumbuhan karena jumlah kendaraan bermotor meningkat setiap tahun. Hal ini menyebabkan persaingan antara bengkel menjadi lebih ketat, sehingga setiap penyedia layanan harus bisa memberikan servis yang memuaskan agar dapat menarik dan menjaga pelanggan. Dalam industri jasa, kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan, karena pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir perbaikan motor, tetapi juga bagaimana mereka dilayani selama menggunakan jasa bengkel tersebut. Menurut Tjiptono (1994), kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan melalui penyampaian layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Di sisi lain, Kotler & Keller (2016) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah hasil layanan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang disediakan, maka semakin besar tingkat kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan minat pelanggan untuk kembali menggunakan jasa yang ditawarkan.

Bengkel Motor LDR SPEED adalah salah satu bisnis yang memberikan layanan perawatan dan perbaikan motor di Kabupaten Purwakarta. Dalam operasionalnya, tempat ini harus menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan bengkel lain yang menyediakan layanan yang sama. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi elemen krusial untuk meningkatkan daya saing dan menjaga kepuasan pelanggan. Namun, berdasarkan hasil pengamatan, masih ada beberapa masalah yang terlihat, seperti waktu pelayanan yang panjang, kurangnya kecepatan dalam merespon keluhan pelanggan, dan fasilitas pendukung yang belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi konsumen. Keadaan ini diduga berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan. Data jumlah pengunjung Bengkel Motor LDR SPEED dari November 2025 hingga April 2026 juga menunjukkan adanya fluktuasi yang signifikan. Target pengunjung setiap bulannya ditetapkan sebanyak 150 orang, tetapi pencapaian yang diperoleh belum mampu memenuhi sasaran tersebut. Persentase pengunjung hanya 55% pada bulan November, 62% di bulan Desember, 38% pada bulan Januari, meningkat menjadi 81% di bulan Februari dan 89% di bulan Maret, sebelum kembali menurun menjadi 47% pada bulan April. Fluktuasi ini menunjukkan bahwa ada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga diperlukan evaluasi terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Penyelidikan tentang hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan telah dilakukan secara luas sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Bimbing dkk. (2024) menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak sebesar 63,5% terhadap kepuasan pelanggan di bengkel. Mahardika & Almassawa (2025) juga menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan menurut analisis regresi berganda. Di samping itu, penelitian Claudia (2023) membuktikan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu elemen yang memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan di perusahaan yang bergerak dalam jasa. Meski begitu, belum ada penelitian yang secara khusus menganalisis lima dimensi kualitas layanan di Bengkel Motor LDR SPEED serta menyusun rekomendasi perbaikan menggunakan pendekatan 5W+1H.

Menurut Parasuraman, dkk. (1998), terdapat lima elemen dari kualitas layanan (SERVQUAL), yaitu keandalan, kepastian, responsivitas, empati, dan penampilan fisik sebagai faktor yang memengaruhi, sedangkan kepuasan pelanggan menjadi hasil yang diukur. Analisisnya dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS, menurut Alfatiyah dan Bastuti pada tahun 2021, untuk memahami dampak dari masing-masing dimensi serta dampak secara keseluruhan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Selanjutnya, hasil dari penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk merumuskan usulan perbaikan melalui metode 5W+1H agar rekomendasi yang dihasilkan lebih sistematis dan mudah diterapkan oleh pihak bengkel.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Bengkel Motor LDR SPEED serta memberikan rekomendasi perbaikan yang dapat meningkatkan kualitas layanan tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi oleh perusahaan untuk memperbaiki kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, serta menjadi referensi untuk penelitian lain yang mengkaji cara meningkatkan kualitas layanan di bidang jasa otomotif.

B. METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Bengkel Motor LDR SPEED, Kabupaten Purwakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif karena memungkinkan pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik (Sugiyono, 2019). Mengacu pada pendapat Sugiyono (2019), populasi penelitian terdiri atas seluruh pelanggan Bengkel Motor LDR SPEED. Penentuan jumlah responden dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) sebesar 5%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 150 orang. Teknik pemilihan sampel mengacu pada metode *probability sampling*, khususnya *simple random sampling*, sehingga setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden (Sugiyono, 2022).

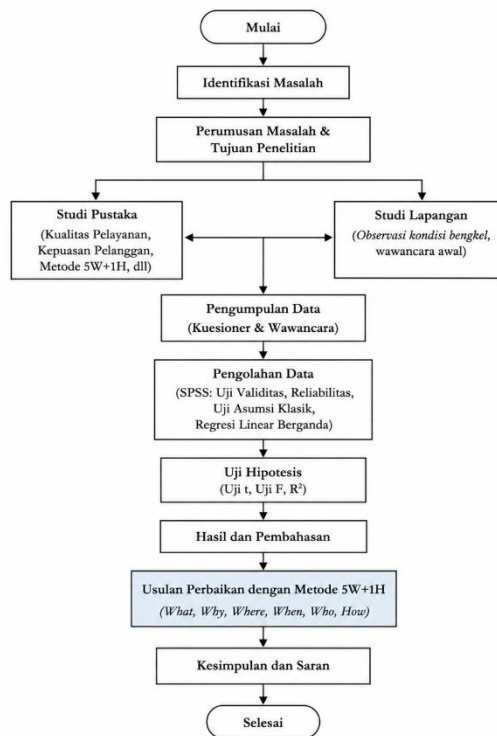
Penelitian ini melibatkan dua kelompok variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah kualitas pelayanan (X) yang diukur melalui lima dimensi SERVQUAL, meliputi *Reliability* (X1), *Assurance* (X2), *Responsiveness* (X3), *Empathy* (X4), dan *Tangibles* (X5). Sementara itu, variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga skor 5 (Sangat Setuju). Untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari responden, penelitian ini juga memanfaatkan observasi lapangan serta dokumentasi yang berkaitan dengan aktivitas operasional Bengkel Motor LDR SPEED.

Tahapan penelitian diawali dengan identifikasi permasalahan berdasarkan hasil pengamatan di lokasi penelitian. Setelah itu dilakukan kajian pustaka mengenai konsep kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai dasar penyusunan kerangka penelitian (Jasfar, 2004). Selanjutnya, instrumen penelitian disusun dalam bentuk kuesioner yang kemudian disebarkan kepada responden terpilih. Data yang berhasil dihimpun selanjutnya diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS melalui beberapa tahapan pengujian, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Rangkaian pengujian tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi yang diperlukan sebelum dilakukan analisis regresi (Mulyati, dkk., 2024).

Setelah seluruh asumsi statistik dinyatakan terpenuhi, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Mulyati, dkk., 2024). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t guna mengevaluasi pengaruh setiap variabel independen secara parsial, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) dihitung untuk mengukur proporsi kontribusi kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi tingkat kepuasan pelanggan.

Sebagai tahap akhir, hasil analisis dijadikan dasar dalam penyusunan rekomendasi peningkatan kualitas pelayanan menggunakan pendekatan 5W+1H, yang mencakup unsur *What, Why, Where, When, Who*, dan *How* (Nursyahbani dkk., 2023). Pendekatan tersebut diterapkan untuk merancang langkah-langkah perbaikan secara terstruktur, terutama pada dimensi pelayanan yang memperoleh penilaian paling rendah atau memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, rekomendasi yang dihasilkan

diharapkan dapat menjadi acuan bagi Bengkel Motor LDR SPEED dalam meningkatkan mutu pelayanan serta memperkuat kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.



Gambar 1. Diagram Alur Penelitian

Umumnya, dapat diamati pada gambar 1, bahwa tahapan penelitian dimulai dengan menemukan masalah, melakukan tinjauan Pustaka, menyiapkan alat penelitian, mengumpulkan data, memproses data melalui Spss, Menganalisis hasil penelitian, Menyusun rekomendasi perbaikan menggunakan metode 5W+1H dan akhirnya menarik kesimpulan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Hasil pengujian validitas instrument penelitian terhadap enam variabel dan 60 pernyataan, dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variable	Tidak Valid	Valid
<i>Reliability</i>	-	10
<i>Assurance</i>	-	10
<i>Responsiveness</i>	-	10
<i>Empathy</i>	-	10
<i>Tangibles</i>	-	10
<i>Kepuasan Pelanggan</i>	-	10

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang telah dilaksanakan terhadap 150 responden dengan enam variabel dan 60 pernyataan, diketahui bahwa semua pernyataan dalam variabel Keandalan, variabel Responsivitas, variabel Jaminan, variabel Empati, variabel Tangibles, dan variabel Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid, karena nilai r hitung melebihi r tabel sebesar 0,160 pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05).

Hasil uji reliabilitas instrument penelitian disajikan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach'Alpha	Kesimpulan
<i>Reliability</i>	0,896	<i>Reliable</i>
<i>Assurance</i>	0,884	<i>Reliable</i>
<i>Responsiveness</i>	0,873	<i>Reliable</i>
<i>Emphaty</i>	0,898	<i>Reliable</i>
<i>Tangibles</i>	0,896	<i>Reliable</i>
<i>Kepuasan Pelanggan</i>	0,746	<i>Reliable</i>

Berdasarkan pendapat Sugiyono dkk. (2017), hasil pengujian reliabilitas memperlihatkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai koefisien Cronbach's Alpha yang melebihi batas minimum 0,60. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa setiap instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian mempunyai tingkat konsistensi yang baik, sehingga kuesioner dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi memiliki pola distribusi normal, baik pada variabel independen maupun variabel dependen. Keberadaan distribusi data yang normal atau mendekati normal merupakan salah satu asumsi penting agar model regresi dapat menghasilkan estimasi yang akurat.

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 21 sebagaimana dijelaskan oleh Mulyati dkk. (2024). Mengacu pada Mulyati, dkk. (2024), pengujian normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov–Smirnov pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Data

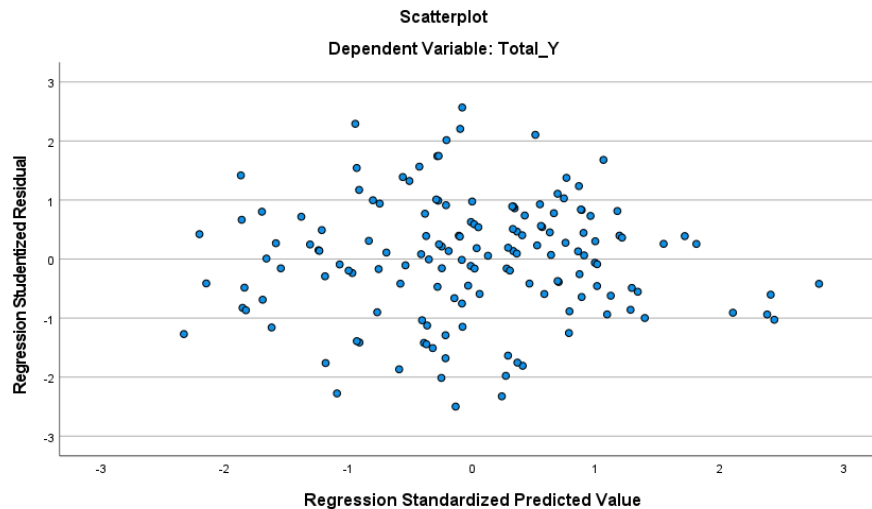
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov–Smirnov	Nilai
Jumlah Sampel (N)	150
Parameter Normal	
Mean Residual	0,000
Standar Deviasi Residual	2,713
Perbedaan Maksimum	
Absolute	0,050
Positive	0,038
Negative	-0,050
Statistik Kolmogorov–Smirnov	0,050
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	0,487
Interval Kepercayaan 99% (Batas Bawah)	0,474
Interval Kepercayaan 99% (Batas Atas)	0,500
Kesimpulan	Data Berdistribusi Normal

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,200, lebih besar daripada nilai α sebesar 0,05. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa data penelitian tidak menunjukkan penyimpangan yang signifikan dari distribusi normal. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa data penelitian telah memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian, data dinilai layak untuk digunakan dalam analisis regresi linier karena salah satu asumsi dasar model telah terpenuhi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah varians residual pada model regresi bersifat konstan atau justru mengalami perbedaan antarobservasi. Keberadaan

heteroskedastisitas dapat menyebabkan hasil estimasi regresi menjadi kurang akurat. Oleh karena itu, model regresi yang baik adalah model yang tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas (Mulyati, dkk., 2024).



Gambar 2. Scatterplot Heteroskedastisitas

Identifikasi heteroskedastisitas dilakukan melalui analisis scatterplot menggunakan IBM SPSS. Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan mengamati pola penyebaran titik-titik residual. Apabila titik-titik tersebut tersebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta berada di atas maupun di bawah garis nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila titik-titik membentuk pola tertentu, seperti mengerucut, melebar, atau bergelombang, maka terdapat indikasi terjadinya heteroskedastisitas.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan pada model regresi linier berganda yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel bebas yang digunakan dalam model penelitian. Tingkat hubungan tersebut dapat diketahui melalui nilai koefisien korelasi (r), sehingga dapat diketahui apakah masing-masing variabel independen memiliki keterkaitan yang tinggi satu sama lain (Mulyati dkk., 2024).

Menurut Mulyati, dkk. (2024), model regresi yang memenuhi asumsi klasik seharusnya tidak memperlihatkan adanya korelasi yang tinggi di antara variabel independen. Apabila antarvariabel bebas memiliki hubungan yang kuat, maka kondisi tersebut menunjukkan terjadinya multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
<i>Reliability</i> (X_1)	0,946	1,057	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Assurance</i> (X_2)	0,986	1,014	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Responsiveness</i> (X_3)	0,981	1,019	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Empathy</i> (X_4)	0,974	1,026	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Tangibles</i> (X_5)	0,939	1,065	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan table 6 diatas diketahui bahwa hasil pengujian tidak memperlihatkan adanya korelasi yang tinggi di antara variabel independen, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

5. Uji Linearitas

Uji linieritas adalah prosedur statistik untuk memastikan apakah terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Uji ini merupakan syarat penting dalam analisis regresi linear, di mana fungsi hubungan antar variabel harus direpresentasikan sebagai garis lurus.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

Hubungan Variabel	Sum of Squares	df	Mean Square	F Hitung	Sig.	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y) – Reliability (X ₁)	475,697	1	475,697	24,462	0,000	Hubungan linear
Kepuasan Pelanggan (Y) – Assurance (X ₂)	669,733	1	669,733	38,072	0,000	Hubungan linear
Kepuasan Pelanggan (Y) – Responsiveness (X ₃)	499,909	1	499,909	27,914	0,000	Hubungan linear
Kepuasan Pelanggan (Y) – Empathy (X ₄)	490,815	1	490,815	24,641	0,000	Hubungan linear
Kepuasan Pelanggan (Y) – Tangibles (X ₅)	421,529	1	421,529	22,819	0,000	Hubungan linear

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan menggunakan IBM SPSS Versi 21, diperoleh nilai signifikansi uji linearitas untuk setiap dimensi kualitas pelayanan, yaitu Reliability (X₁) sebesar 0,000, Assurance (X₂) sebesar 0,000, Responsiveness (X₃) sebesar 0,000, Empathy (X₄) sebesar 0,000, dan Tangibles (X₅) sebesar 0,000. Seluruh nilai signifikansi tersebut berada di bawah taraf signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki hubungan linear dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa model penelitian telah memenuhi asumsi linearitas sehingga analisis regresi linier berganda layak untuk digunakan pada tahap pengujian selanjutnya.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Mengacu pada Mulyati, dkk. (2024), analisis regresi berganda digunakan ketika suatu penelitian melibatkan lebih dari satu variabel independen yang secara bersama-sama digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap satu variabel dependen. Hasil estimasi model regresi tersebut disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Standar Error	Koefisien Beta (β)
Konstanta	3,930	1,813	-
Reliability (X ₁)	0,259	0,035	0,366
Assurance (X ₂)	0,293	0,035	0,402
Responsiveness (X ₃)	0,253	0,037	0,336
Empathy (X ₄)	0,268	0,034	0,381
Tangibles (X ₅)	0,131	0,034	0,192

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 6, diperoleh persamaan regresi $Y = 3,930 + 0,259X_1 + 0,293X_2 + 0,253X_3 + 0,268X_4 + 0,131X_5 + \varepsilon$. Nilai konstanta sebesar 3,930 menunjukkan bahwa apabila variabel Reliability (X₁), Assurance (X₂), Responsiveness (X₃), Empathy (X₄), dan Tangibles (X₅) diasumsikan tidak mengalami perubahan atau bernilai tetap, maka tingkat kepuasan pelanggan diperkirakan berada pada angka 3,930. Koefisien regresi pada variabel Reliability (X₁) bernilai 0,259. Nilai positif tersebut mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit pada aspek keandalan pelayanan akan diikuti oleh kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,259 unit, dengan asumsi variabel

independen lainnya tidak mengalami perubahan. Variabel *Assurance* (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,293. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan satu unit pada dimensi jaminan pelayanan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,293 unit, sementara variabel bebas lainnya dianggap tetap. Koefisien regresi *Responsiveness* (X_3) sebesar 0,253 mengindikasikan bahwa semakin baik daya tanggap dalam memberikan pelayanan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat sebesar 0,253 unit, dengan asumsi faktor-faktor lainnya berada pada kondisi yang sama. Nilai koefisien regresi untuk *Empathy* (X_4) adalah 0,268. Artinya, peningkatan perhatian dan kepedulian terhadap pelanggan akan memberikan tambahan kepuasan sebesar 0,268 unit, apabila variabel independen lainnya tidak mengalami perubahan. Variabel *Tangibles* (X_5) memperoleh koefisien regresi sebesar 0,131. Nilai tersebut menunjukkan bahwa perbaikan pada aspek bukti fisik, seperti fasilitas maupun penampilan, diperkirakan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,131 unit dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Seluruh koefisien regresi memiliki nilai positif. Kondisi ini mengindikasikan bahwa peningkatan pada setiap dimensi kualitas pelayanan cenderung diikuti oleh peningkatan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pelanggan. Berdasarkan nilai *Standardized Beta*, variabel *Assurance* (X_2) merupakan faktor yang memberikan kontribusi relatif paling besar terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai beta sebesar 0,402. Selanjutnya, pengaruh terbesar secara berturut-turut berasal dari *Empathy* ($\beta = 0,381$), *Reliability* ($\beta = 0,366$), *Responsiveness* ($\beta = 0,336$), dan *Tangibles* ($\beta = 0,192$). Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan aspek jaminan pelayanan menjadi prioritas utama dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan di Bengkel Motor LDR SPEED.

7. Uji F (Anova)

Pengujian F (ANOVA) digunakan untuk menilai apakah model regresi linier berganda yang dibangun memiliki kemampuan dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara simultan (Mulyati, dkk., 2024). Dalam penelitian ini, uji F diterapkan untuk mengetahui apakah *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Empathy*, dan *Tangibles* secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Motor LDR SPEED. Hasil uji F menjadi dasar dalam menentukan kelayakan model regresi sebagai alat analisis sekaligus sebagai model prediksi terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun hasil pengujian untuk masing-masing variabel disajikan pada bagian berikut:

Tabel 7. Uji ANO

Sumber Variasi	Jumlah Kuadrat (Sum of Squares)	df	Rata-rata Kuadrat (Mean Square)	F Hitung	Sig.
Regresi	2.197,685	5	439,537	57,703	0,000
Residual	1.096,875	144	7,617	-	-
Total	3.294,560	149	-	-	-

Hasil pengujian dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = (0,05)$, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima pada taraf nyata tersebut. Hal ini memberi kesimpulan bahwa ada pengaruh antara variabel variabel *responsiveness*, *reliability*, variabel *assurance*, variabel *empathy* dan variabel *tangibles* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Motor LDR SPEED. Dengan demikian variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel Motor LDR SPEED.

8. Uji t

Uji t (parsial) digunakan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah (Mulyati, dkk., 2024). Dalam penelitian

ini, pengujian tersebut bertujuan untuk mengetahui sejauh mana *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles* berkontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Motor LDR SPEED. Hasil pengujian parsial kemudian digunakan untuk menilai signifikansi pengaruh setiap variabel independen terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun interpretasi dari masing-masing variabel berdasarkan hasil uji t disajikan pada bagian berikut:

Tabel 8. Tabel Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,930	1,813		2,167	,032		
<i>Reliability</i> (X1)	,259	,035	,366	7,404	,000	,946	1,057
<i>Assurance</i> (X2)	,293	,035	,402	8,305	,000	,986	1,014
<i>Responsiveness</i> (X3)	,253	,037	,336	6,917	,000	,981	1,019
<i>Empathy</i> (X4)	,268	,034	,381	7,824	,000	,974	1,026
<i>Tangibles</i> (X5)	,131	,034	,192	3,873	,000	,939	1,065

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Output Spss Versi 21, Peneliti 2026

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel *Reliability* (X₁) memiliki nilai t hitung sebesar 7,404 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai tersebut memenuhi kriteria pengujian karena t hitung lebih besar daripada t tabel dan nilai signifikansi berada di bawah 0,05. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa *Reliability* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Koefisien regresi sebesar 0,259 mengindikasikan bahwa semakin baik tingkat keandalan pelayanan yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian, variabel *Assurance* (X₂) memperoleh nilai t hitung sebesar 8,305 dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dimensi jaminan pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena memenuhi ketentuan t hitung > t tabel dan Sig. < 0,05. Selain itu, variabel ini memiliki nilai *standardized beta* sebesar 0,402, yang merupakan nilai tertinggi dibandingkan variabel independen lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Assurance* merupakan faktor yang memberikan kontribusi paling dominan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Variabel *Responsiveness* (X₃) menghasilkan nilai t hitung sebesar 6,917 dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa daya tanggap pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,253 menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan responsif akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Empathy* (X₄) memiliki nilai t hitung sebesar 7,824 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena memenuhi kriteria pengujian statistik, maka variabel ini terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ditinjau dari nilai *standardized beta* sebesar 0,381, variabel *Empathy* menempati urutan kedua sebagai faktor yang paling berpengaruh setelah *Assurance*, sehingga perhatian dan kepedulian terhadap pelanggan menjadi aspek penting dalam meningkatkan kepuasan.

Variabel *Tangibles* (X₅) memperoleh nilai t hitung sebesar 3,873 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aspek bukti fisik juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun nilai *standardized beta* sebesar 0,192 merupakan yang paling rendah dibandingkan variabel independen lainnya, pengaruh yang diberikan tetap signifikan secara statistik. Hal ini

menunjukkan bahwa kualitas fasilitas, peralatan, serta penampilan fisik tetap memiliki peran dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil uji parsial membuktikan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Reliability* (X_1), *Assurance* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Empathy* (X_4), dan *Tangibles* (X_5), masing-masing memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Seluruh hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh parsial dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pada setiap aspek kualitas pelayanan akan berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan di Bengkel Motor LDR SPEED.

9. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel terikat (dependen) yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas (independen) dalam suatu model statistik.

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Indikator	Nilai
Koefisien Korelasi (R)	0,817
Koefisien Determinasi (R^2)	0,667
Adjusted R Square	0,656
Standar Error Estimasi	2,760
Nilai Durbin-Watson	1,895

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,656 menunjukkan bahwa setelah mempertimbangkan jumlah variabel independen dan ukuran sampel penelitian, model regresi mampu menjelaskan 65,6% variasi yang terjadi pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Sementara itu, 34,4% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Nilai *Standard Error of the Estimate* sebesar 2,75992 mencerminkan besarnya rata-rata kesalahan prediksi yang dihasilkan oleh model regresi. Semakin rendah nilai standar kesalahan tersebut, semakin baik tingkat ketepatan model dalam memperkirakan nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen yang digunakan.

Hasil pengujian menunjukkan nilai Durbin–Watson sebesar 1,895. Nilai tersebut berada pada kisaran yang mendekati angka 2, sehingga secara umum mengindikasikan bahwa residual model tidak menunjukkan adanya autokorelasi yang berarti. Meskipun demikian, untuk memperoleh kesimpulan yang lebih akurat mengenai ada atau tidaknya autokorelasi, nilai Durbin–Watson tetap perlu dibandingkan dengan nilai batas bawah (dL) dan batas atas (dU) pada tabel Durbin–Watson sesuai dengan jumlah observasi dan banyaknya variabel independen yang digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil analisis kuesioner secara deskriptif, terdapat beberapa indikator mengenai kualitas pelayanan yang memiliki nilai rata-rata yang paling rendah. Indikator tersebut menunjukkan ada aspek dalam pelayanan yang masih perlu diperbaiki oleh Bengkel Motor LDR SPEED agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran perbaikan dengan menerapkan metode 5W+1H seperti berikut:

Tabel 10 Tabel Usulan Perbaikan (5W+1H)

Variabel	Usulan Perbaikan
<i>Reliability</i>	Menyusun SOP estimasi waktu servis, membuat checklist pekerjaan, dan melakukan evaluasi keterlambatan servis secara berkala.
<i>Assurance</i>	Membuat prosedur pemberitahuan kepada pelanggan melalui komunikasi langsung, telepon, atau WhatsApp terkait perkembangan servis.
<i>Responsiveness</i>	Menyediakan kotak saran, formulir kepuasan pelanggan, serta melakukan tindak lanjut terhadap setiap keluhan pelanggan.

<i>Empathy</i>	Mengadakan briefing dan pelatihan pelayanan pelanggan serta membiasakan karyawan mendengarkan keluhan pelanggan dengan baik.
<i>Tangibles</i>	Menerapkan konsep 5R/5S (Ringkas, Rapi, Resik, Rawat, Rajin), menata rak spare part, meja kasir, serta membersihkan area bengkel secara rutin.

Rekomendasi perbaikan dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator kualitas pelayanan yang memperoleh nilai rata-rata paling rendah dari hasil pengisian kuesioner oleh pelanggan (Alfatiyah & Bastuti, 2021). Indikator-indikator tersebut diprioritaskan karena mencerminkan aspek pelayanan yang masih memerlukan peningkatan. Upaya perbaikan diarahkan pada peningkatan kecepatan dalam memberikan pelayanan, penguatan kemampuan komunikasi antara karyawan dan pelanggan, percepatan penanganan keluhan, pengembangan sikap empati karyawan terhadap kebutuhan pelanggan, serta penataan kembali fasilitas bengkel agar lebih nyaman dan mendukung proses pelayanan. Implementasi rekomendasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh sehingga berdampak pada meningkatnya tingkat kepuasan pelanggan Bengkel Motor LDR SPEED.

D. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Empathy*, dan *Tangibles*, memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Bengkel Motor LDR SPEED, baik ketika diuji secara parsial maupun secara simultan. Di antara kelima dimensi tersebut, *Assurance* merupakan faktor yang memberikan kontribusi paling dominan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *Standardized Beta* sebesar 0,402. Selain itu, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,667, yang mengindikasikan bahwa 66,7% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Adapun 33,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak menjadi bagian dari model penelitian ini. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merumuskan beberapa rekomendasi perbaikan menggunakan pendekatan 5W+1H. Rekomendasi tersebut meliputi penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan yang lebih terstruktur, peningkatan kompetensi teknis dan kemampuan komunikasi mekanik, optimalisasi kecepatan dalam menangani keluhan pelanggan, serta pembenahan fasilitas pendukung di lingkungan bengkel. Penerapan berbagai rekomendasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan, sehingga berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan Bengkel Motor LDR SPEED.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatiyah, R., & Bastuti, S. (2021). Peningkatan Kualitas Produk Sepatu Running Dengan Metode Fishbone, NGT Dan 5W+ 1H. *Jurnal ITMI*, 4(02), 82-90.
- Bimbing, A., Tamengkel, L. F., Mukuan, D. D. S., Administrasi, J. I., & Bisnis, A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Pelita Motor. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(1), 43-47.
- Claudia, V. G., Panjaitan, F., & Zamhari. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Service Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bengkel Motor Coms. *Jurnal Ilmiah Bisnis Elektronik*, 3(1), 54–59. <https://doi.org/10.61533/jinbe.v3i1.311>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Mahardika, R., & Almassawa, S. F. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andalas Jaya Motor Cibodas Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 5(1).
- Mulyati, E., Arsyad, M. R., Suryaningsih, S., Maryati, S., Gustina, L., Junianto, P., ... & Hidayati, S. (2024). *Pengantar SPSS: Teori, Implementasi dan Interpretasi*. Padang: Gita Lentera.

- Nursyahbani, Z., Sari, T. E., & Winarno, W. (2023). Usulan Penurunan Kecacatan Piston Cup Forging Menggunakan Fishbone Diagram, FMEA dan 5W+1H di Perusahaan Spare-part Kendaraan. *Go-Integratif: Jurnal Teknik Sistem dan Industri*, 4(01), 22–32. <https://doi.org/10.35261/gijtsi.v4i01.8703>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. (2021). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Tjiptono, F. (1994). *Manajemen jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.