

Analisis Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel *Air Conditioner* (AC) Mobil

Muh. Ihsan¹⁾, Muhammad Farid^{*2)}, dan Faizal Amir³⁾

^{1,2,3)}Jurusan Pendidikan Teknik Otomotif, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar, Jl. Daeng
Tata Raya, Makassar, 90224, Sulawesi Selatan, Indonesia

Email: ikhs08972@gmail.com; muhammadfarid@unm.ac.id; faizalamir64@unm.ac.id

* *Corresponding author*

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif korelatif, bertujuan untuk: 1) mengetahui kualitas jasa, 2) mengetahui kepuasan konsumen, 3) pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen pada bengkel *Air Conditioner* (AC) mobil. Penelitian ini dilaksanakan pada tiga bengkel perawatan/perbaikan AC di Kota Makassar dengan sampel berjumlah 84 responden dan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Hasil analisis statistik deskriptif: 1) kualitas jasa 78,6% kategori sangat baik, 2) kepuasan konsumen 82,2% kategori sangat memuaskan. Analisis statistik inferensial pada uji linieritas, nilai signifikansi hitung 0,100 lebih besar dari probabilitas 0,05 (5%), maka kesimpulannya yaitu terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas jasa dan kepuasan konsumen. Selanjutnya, pengujian hipotesis diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) = 0,923 dan nilai R Square 85,2% sedangkan sisanya 14,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Kesimpulan penelitian ini ada pengaruh signifikan kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AC mobil.

Kata kunci: bengkel AC Mobil, kualitas jasa, kepuasan konsumen,

1. Pendahuluan

Industri otomotif, terbagi menjadi dua yaitu industri manufaktur dan jasa. Industri manufaktur melalui proses desain, pengembangan, produksi, pemasaran, dan penjualan (Day dan Farid, 2019). Industri jasa otomotif memberikan layanan purna jual industri manufaktur Di Indonesia industri ini umumnya dikenal dengan istilah bengkel mobil (Farid dan Wiratmadja, 2011). Bisnis bengkel mobil tumbuh dan berkembang dengan menawarkan ragam layanan. Secara umum bengkel mobil dapat dikategorikan menjadi 1) bengkel dealer, melayani satu merek mobil tertentu dan memiliki standar layanan dan lisensi; 2) bengkel umum, melayani beberapa merek mobil; 3) bengkel spesialis, melayani salah satu dari sistem mobil (Iqbal, 2006; Farid, 2010).

Dengan beragam pilihan bengkel mobil, memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memilih sesuai kebutuhan mereka. Kompetisi dari berbagai aspek, salah satunya perihal biaya perawatan/perbaikan yang tak jauh berbeda. Namun yang membedakan adalah kualitas, komunikasi, dan pendekatan personal antara pengelola bengkel dengan konsumen. Pemilik bengkel mobil akan memberikan layanan yang berkualitas sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Perkembangan dunia otomotif menunjukkan bahwa beberapa sistem atau komponen umumnya masuk dalam kriteria asesoris atau tertier, namun seiring perjalanan waktu telah menjadi sistem yang primer. *Air Conditioner* atau AC merupakan sistem utama yang dibutuhkan khususnya bagi mobil yang beroperasi di kota-kota besar yang rentan terjadinya kemacetan. (Triyono & Sumaryanto, 2002). AC adalah suatu sistem yang digunakan untuk mengatur atau mengkondisikan kualitas udara yang meliputi sirkulasi udara, mengatur kelembaban udara, mengatur kebersihan udara dan memurnikan udara (Setiawan, 2012). Sistem AC menjadi penting untuk memberikan kenyamanan dengan memberikan udara sejuk bagi penumpang.

Spesialisasi bengkel AC mobil fokus pada perawatan/perbaikan sistem AC, sehingga diharapkan kompetensi karyawan dapat memberi respon dengan cepat serta memberi solusi terhadap masalah yang dihadapi oleh konsumen saat membawa mobilnya ke bengkel. Terutama pada kemampuan mekanik/teknisi untuk mendiagnosa dan memperbaiki komponen

pada sistem AC mobil (Farid, 2022). Menurut Afriani (2019) kinerja pemeliharaan dan perbaikan AC mobil harus memiliki wadah ilmu atau *knowledge management* untuk menampung dan membagi pengetahuan karyawan.

Penggunaan AC pada mobil secara berkesinambungan memberi kontribusi terjadinya peningkatan jumlah konsumen yang berkunjung ke bengkel AC mobil setiap tahunnya. Berdasarkan Tabel 1. menunjukkan bahwa jumlah konsumen masing-masing bengkel AC mobil berfluktuatif setiap bulannya. Hal tersebut belum menjamin loyalitas konsumen kembali mengunjungi bengkel tersebut. Salah satu indikasi layanan yang belum optimal, masih terdapat konsumen yang kembali *job return* dengan rata-rata dua dalam sebulan. Peluang dan tantangan bengkel dalam memberikan layanan terbaik di tengah kompetisi yang terjadi.

Tabel 1. Data Jumlah Konsumen Tiga Bengkel di Kota Makassar tahun 2022

Bulan	Bengkel A		Bengkel B		Bengkel C	
	Jumlah Konsumen	Job Return	Jumlah Konsumen	Job Return	Jumlah Konsumen	Job Return
Juni	674	3	36	2	20	1
Juli	690	3	50	2	30	1
Agustus	720	4	80	3	35	2
September	652	-	20	-	15	-
Oktober	685	3	75	2	33	1
Jumlah	3.421	14	261	9	133	5
Rerata	684,2	2,8	52,2	1,8	26,6	1

Sumber: Dokumentasi dan Hasil Wawancara dengan Pengelola Bengkel

Kualitas jasa adalah suatu penilaian yang dirasakan, sebagai hasil proses evaluasi dimana konsumen membandingkan layanan yang diterima dengan harapan mereka (Gronroos, 1984). Proses yang ditawarkan mulai penyampaian informasi tentang keluhan konsumen terkait kinerja sistem AC mobil hingga penyerahan kembali mobil, akan menjadi penilaian apakah layanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan mereka. Berdasarkan variasi jasa dan intensitas interaksi yang menjadi pembeda setiap bengkel dalam memberikan kualitas (Farid, 2022).

Farid (2022) mengembangkan model *service quality* pada industri otomotif yang mengacu model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1985) pengukuran kualitas jasa meliputi lima dimensi yaitu

- Aksesibilitas (*accessibility*), yaitu kemudahan konsumen untuk menghubungi dan mengakses bengkel.
- Bukti fisik (*tangibility*), yaitu penampilan fasilitas secara fisik, perlengkapan, karyawan, dan peralatan.
- Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kesiapan dan kesediaan karyawan dalam merespon dan membantu konsumen.
- Kompetensi (*competence*), yaitu penguasaan pengetahuan dan keterampilan karyawan.
- Reliabilitas (*reliability*), yaitu konsistensi kinerja dan dapat dipercaya.

Secara umum, kepuasan konsumen adalah tingkat kesenangan dari pengalaman konsumen terhadap hasil jasa yang diterima (Darestemi dan Jahromi, 2009). Menurut (Tjiptono, 2014) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Memfasilitasi konsumen dalam menyampaikan evaluasi terhadap jasa yang diterima akan memberi kesempatan kepada penyedia jasa (bengkel AC mobil) untuk melakukan pembenahan tentang standar layanan yang diberikan kepada konsumen.

Penelitian ini bertujuan mengetahui gambaran kualitas jasa dan kepuasan konsumen pada bengkel AC Mobil. Selanjutnya hipotesis penelitian ini “ada pengaruh yang signifikan kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AC mobil”

2. Metode

2.1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif korelatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

2.2. Tempat Penelitian

1. Bengkel Toyota Kalla Cabang Urip Sumoharjo., Jl. Urip Sumoharjo No.227, Kota Makassar
2. Bengkel Kharisma AC., Jl. Sungai Saddang Baru No.50a, Kota Makassar
3. Bengkel Mahaputra (PT. Catur Putra Harmonis). Jl. Sultan Alauddin Makassar

2.3. Populasi dan Sampel

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pihak manajemen bengkel. Rata-rata konsumen dalam sebulan pada bengkel A = 720 orang, bengkel B = 80 orang, dan bengkel C = 35 orang, sehingga populasinya berjumlah 835 orang.

Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel mengadopsi pendapat Arikunto (2017). Pengambilan sampel 10-15%, jika subjeknya lebih dari 100, sehingga sampel penelitian ini adalah $835 \times 10\% = 84$ responden.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket

Pertanyaan/ Pernyataan dalam angket berisi variabel kualitas jasa disusun berdasarkan lima dimensi yaitu 1) aksesibilitas (*accessibility*), 2) bukti fisik (*tangibility*), 3) kehandalan (*reliability*), 4) daya tanggap (*responsiveness*), dan 5) kompetensi (*competence*). Selanjutnya variabel kepuasan konsumen dengan indikator mencakup 1) kepuasan layanan, 2) kebijakan memilih bengkel, 3) memilih bengkel, 4) kenyamanan, 5) kontinuitas kunjungan, 6) loyalitas, dan 7) rekomendasi, dengan mengadopsi model yang dikembangkan Farid (2022) dan referensi yang relevan. *Skala likert* dengan skor 1-5 menjadi alternatif jawaban pertanyaan/ pernyataan kuesioner.

2. Dokumentasi

Data dan informasi berbentuk arsip, buku, gambar, tulisan angka dan laporan menjadi acuan dalam mendukung penelitian ini. Adapun penelitian ini menggunakan dokumentasi berupa data jumlah konsumen dari ketiga bengkel.

2.5. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Penilaian yang diperoleh dari angket dihitung Mean (M_i) ideal dan standar deviasi (SD_i) ideal yang dikategorikan dalam empat kategori sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sangat Tinggi} &= M_i + 1,5SD_i < X \\ \text{Tinggi} &= M_i < X \leq (M_i + 1,5SD_i) \\ \text{Rendah} &= (M_i - 1,5SD_i) < X \leq M_i \\ \text{Sangat rendah} &= X \leq (M_i - 1,5SD_i) \end{aligned}$$

Keterangan :

M_i = Rata-Rata ideal

SD_i = Standar Deviasi ideal

2. Analisis Inferensial

a. Uji normalitas

Jika masing-masing variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian berdistribusi normal dan memenuhi syarat untuk uji hipotesis.

b. Uji linearitas

Jika signifikansi linearitas memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel penelitian memiliki hubungan yang linear dan memenuhi syarat untuk uji hipotesis

c. Uji hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi sederhana untuk menguji bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Uji Statistik Deskriptif

1. Kualitas Jasa

Tabel 2. Distribusi Kategori Kualitas Jasa

Kategori	Rentan Skor	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Baik	$79,95 < X$	66	78,6%
Baik	$60 < X \leq 79,95$	13	15,5%
Kurang Baik	$40,05 < X \leq 60$	4	4,7%
Tidak Baik	$X \leq 40,05$	1	1,2%
Jumlah		84	100%

Berdasarkan Tabel 2. dapat diketahui kategori sangat baik sebanyak 66 responden dengan persentase 78,6% dalam dimensi aksebilitas, bukti fisik, dan kehandalan. Selanjutnya kategori baik sebanyak 13 responden dengan persentase 15,51% dalam dimensi kehandalan, dan kategori kurang baik sebanyak empat responden dengan persentase 4,7% dalam dimensi kompetensi, dan kategori tidak baik sebanyak satu responden 1,2% dalam dimensi daya tanggap. Data tersebut menunjukkan bahwa kriteria kategori kecenderungan berpusat pada kategori sangat baik dengan perolehan sebanyak 66 dengan persentase 78,6%.

2. Kepuasan konsumen

Berdasarkan Tabel 3. dapat diketahui kategori sangat memuaskan sebanyak 69 responden dengan persentase 82,2% dalam aspek kepuasan layanan, kebijakan memilih bengkel, pilihan benar memilih bengkel, kenyamanan, dan loyalitas.

Tabel 3. Distribusi Kategori Kepuasan Konsumen

Kategori	Rentan Skor	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Memuaskan	$27,9 < X$	69	82,2%
Memuaskan	$21 < X \leq 27,9$	7	8,3%
Kurang memuaskan	$14,25 < X \leq 21$	8	9,5%
Tidak memuaskan	$X \leq 14,25$	0	0%
Jumlah		84	100%

Selanjutnya kategori memuaskan sebanyak tujuh responden dengan persentase 8,3% dalam aspek rekomendasi, dan data kategori kurang memuaskan sebanyak delapan responden dengan persentase 9,5% dalam aspek kontinuitas kunjungan, dan tidak memuaskan terdapat 0 %. Data tersebut menunjukkan bahwa kriteria kategori kecenderungan berpusat pada kategori sangat memuaskan dengan perolehan sebanyak 69 dengan persentase 82,2%.

3.2. Uji inferensial

Pengujian inferensial pada penelitian ini meliputi uji normalitas, linearitas, dan hipotesis dengan menggunakan bantuan software IBM SPSS 22. 1) uji normalitas, berdasarkan hasil pengolahan data nilai signifikansi asymp sig. (2-tailed) 0,200 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 (5%) sehingga disimpulkan nilai residual kedua variabel berdistribusi normal. 2) uji linearitas, nilai signifikansi hitung adalah 0,100 lebih besar dari probabilitas 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan terdapat hubungan linear antara variabel kualitas jasa dengan kepuasan konsumen. 3) uji hipotesis, berdasarkan dari hasil pengolahan data pada Tabel 4. diketahui $T \text{ hitung} = 21,770 > T \text{ tabel} = 1,989$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.797	1.330		.599	.551
	Kualitas Jasa	.340	.016	.923	21.770	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Selanjutnya, berdasarkan dari hasil pengolahan data pada Tabel 5. menunjukkan besarnya nilai korelasi (R) sebesar 0,923. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinan (R Square) sebesar 0,852, dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas jasa) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) adalah sebesar 85,2%.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 ^a	.852	.851	1.587

a. Predictors: (Constant), Kualitas Jasa

4. Simpulan

Simpulan pada penelitian ini yaitu 1) Kualitas jasa pada bengkel AC mobil sangat baik dengan persentase 78,6%, 2) konsumen merasa sangat puas dengan persentase 82,2%, 3) ada pengaruh yang signifikan kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AC mobil dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,923 dan koefisien determinan (R Square) sebesar 85,2%. Selanjutnya variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini berkontribusi 14,8%.

Daftar Pustaka

- Afriani, D. (2019). Perancangan Knowledge Management System dengan Seci Model Pada Layanan Perbaikan AC Mobil Di Bengkel Agung Motor Cinere Menggunakan Vb.Net. *Jurnal Informatika Semantik*, Vol 4, No 1, pp. 29-35.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darestemi, A.Y, dan Jahromi, A.E. (2009) Measuring Customer Satisfaction Using a Fuzzy Inference System , *Journal Of Applied Science*, Vol 9, No 3, pp. 469 - 478
- Day, J-D and Farid, M. (2019). Assessing Performance of Automobile Industry using Malmquist Productivity Index with R, *South African Journal of Industrial Engineering*, Vol 30, No 2, pp 61-70.
- Farid, M. (2010). Evaluasi Sistem Kerja Ergonomis pada Bengkel Mobil Kualifikasi Umum, *Barometer*, Vol 3, No 5, pp 12-21.
- Farid, M., dan Wiratmadja, I. I. (2011). Pengembangan Model Service Quality Industri Jasa Otomotif. *Prosiding Seminar Nasional Teknik Industri*. Medan, BKSTI.
- Farid, M. (2022). *Model Service Quality Industri Otomotif: Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kualitas Jasa*, Gowa: Global Research and Consulting Institute.
- Gronroos, C. (1984) A Service Quality Model and its Marketing Implication, *European Journal Marketing*, Vol 18, No 4, pp 36- 44.

- Iqbal, M. (2006). *Peluang Bisnis & Manajemen Bengkel Mobil*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Setiawan, T. D. (2012). Perbaikan Sistem Pengkondisian Udara Dan Sistem Pendingin Mesin Toyota Kijang 5k (Kompresor dan Kondensor). *Tugas Akhir*. Universitas Sebelas Maret.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V. A., Berry L.L., (1985), A Conceptual Model of Services Quality and Its Implication for Future Research, *Journal of Marketing*, Vol 49, No 4, pp 41-50.
- Triyono, W. dan Sumaryanto, D. (2002). *Pedoman Praktis Merawat AC Mobil*. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono. F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offiser.