

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Mega Auto Central Finance (MACF) Cabang Sengkang

Agus Purwantoⁱ

ⁱSTIE Lamaddukelleng Sengkang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Mega Auto Central Finance (MACF). Penelitian yang dilakukan pada MACF ini menggunakan metode analisis kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sebanyak 89 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah rumus analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan nasabah pada MACF, dapat disimpulkan bahwa 1) Berdasarkan analisis regresi sederhana, jika variabel layanan sama dengan nol, maka nilai kepuasan nasabah sebesar 4.85. Bila kualitas layanan berubah menjadi 1 maka variabel kepuasan nasabah akan bertambah sebesar 40%. Artinya kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. 2) Berdasarkan analisis koefisien determinasi, nilai r^2 adalah 0.2209, hal ini menunjukkan bahwa 22.09% kepuasan nasabah ditentukan oleh variabel kualitas layanan. 3) Berdasarkan analisis regresi sederhana, hasil yang ditunjukkan adalah $b > 0$. Yaitu sebesar 0.40. Sedangkan untuk uji koefisien regresi secara partial atau uji T, hasil menunjukkan bahwa secara terpisah kategori pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah melalui $T_{hitung} > T_{tabel}$, yaitu $T_{hitung} = 6,0838$ dan $T_{tabel} = 1.663$. Baik secara bersama maupun partial (terpisah), berarti H_0 diterima, dengan arti ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada MACF.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, macf, sengkang*

PENDAHULUAN

PT. Mega Auto Central Finance (MACF) adalah perusahaan pembiayaan sepeda motor yang berkembang dengan pesat, didirikan pada 24 September 2007. Dengan jumlah karyawan saat ini sekitar 5000 orang, PT. Mega Auto Central Finance (MACF) fokus menangani pembiayaan sepeda motor Yamaha. MACF merupakan salah satu perusahaan dari kelompok usaha CT Corp yang memiliki beberapa perusahaan yang dalam sektor bisnis lainnya seperti: Bank Mega, Trans TV, Trans 7, Trans Studio, Coffe Bean, Metro, Mango, dan Detik. CT Corp sebagai pemegang saham utama MACF berkomitmen untuk selalu memberikan dukungan, baik dalam hal manajemen, pendanaan, pemasaran maupun operasional perusahaan.

Agar usaha dapat bertahan, perusahaan dituntut untuk mempunyai citra dan layanan yang baik yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Apabila kualitas layanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan,

pelanggan akan memberikan penilaian yang baik terhadap kinerja perusahaan dan mensosialisasikan kepada pelanggan lain, sehingga membuat citra dan eksistensi perusahaan akan diingat oleh pelanggan.

Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen atau pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Demikianlah sebagaimana yang disampaikan oleh banyak pakar ekonomi yang memberikan definisi mengenai kepuasan konsumen.

Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasa oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka tentu konsumen akan merasa puas. Jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu; *responsiveness, realibility, assurance, empathy*, dan *tangibles*. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif.

Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Hal ini menjadi perhatian penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hal tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dalam bentuk angka-angka yang diperoleh melalui penelitian yang dilakukan secara langsung pada objek penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dan data yang diperoleh berupa laporan, serta data kualitatif yang diperoleh bukan dalam bentuk angka-angka melainkan bentuk informasi-informasi sekitar pokok bahasan, baik lisan maupun tulisan yang berkaitan dengan penulisan ini. Data primer diperoleh melalui observasi (pengamatan), interview (wawancara) langsung dengan responden yang relevan dengan masalah yang diteliti. Sedangkan data pendukung lainnya (sekunder) diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh instansi terkait dalam bentuk laporan dan informasi tertulis lainnya yang telah dibukukan atau dipublikasikan dalam proses penyusunan.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan metode analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif untuk menganalisis secara deskriptif variabel penelitian yaitu deskripsi responden dan deskripsi variabel. Deskripsi responden berisi tentang klasifikasi kuesioner secara umum yang di antaranya terdiri dari umur, jenis kelamin, pendapatan perbulan, status, pendidikan dan pekerjaan dari responden tersebut. Deskripsi variabel berguna untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan MACF yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, empati dan variable kepuasan nasabah dilihat dari rata-rata (*mean*) dari masing-masing variabel. Nilai tersebut diartikan sesuai dengan pengategorian skor yang telah dibuat. Adapun metode analisis kuantitatif menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik, maka data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk mempermudah dalam menganalisis. Dan teknik analisis yang digunakan untuk mencari besarnya hubungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan analisis korelasi, menggunakan Metode Regresi Linear Sederhana.

$$y = \alpha + \beta x$$

$$\alpha = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

$$\beta = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Di mana;

x = Nilai yang diramalkan (kualitas pelayanan)

y = Variabel bebas (kepuasan nasabah)

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

n = Jumlah responden

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah maka kriteria penerimaan hipotesis yang digunakan adalah H_0 : tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah dan H_a : ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. H_0 diterima jika, $b \leq 0$, $t_{hitung} < t_{table}$ dan H_a diterima jika, $b > 0$, $t_{hitung} > t_{table}$.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan mengacu pada rumusan masalah terdiri dari kualitas pelayanan sebagai variabel (*x*) dan kepuasan nasabah sebagai variabel (*y*). Hasil pengolahan data untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Mega Auto Central Finance (MACF) Cabang Sengkang.

Layanan kepada nasabah.

Bukti langsung (tangible).

Tabel 1. Penilaian Responden terhadap bukti langsung (*tangible*) yang dimiliki Perusahaan

Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	31	34,83 %

Setuju	20	22,47 %
Cukup setuju	15	16,85 %
Tidak setuju	13	14,61 %
Sangat tidak setuju	10	11,24 %
Total	89	100 %

Sumber: hasil kuisioner diolah 2018

Diperoleh bahwa dari 89 responden, 31 atau 34.83% responden menyatakan sangat setuju, 20 atau 22.47% responden menyatakan setuju, 15 atau 16.85% responden menyatakan cukup setuju, bahwa peralatan dan perlengkapan yang digunakan perusahaan MACF tergolong canggih dan modern, akan tetapi ada 13 atau 14.61% responden menyatakan tidak setuju, dan 10 atau 11.24% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat diketahui bahwa ternyata tanggapan responden mengenai kualitas layanan yang ada begitu memperhatikan akan bukti langsung yang terdapat di sana, seperti perlengkapan dan peralatan yang dimiliki perusahaan serta penampilan karyawannya. Terbukti dengan banyaknya responden yang menjawab sangat setuju, setuju dan cukup setuju dan hanya beberapa responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa bukti langsung (*tangible*) mempengaruhi kepuasan nasabah.

Kehandalan (reability).

Tabel 2. Penilaian responden terhadap kehandalan perusahaan dalam melayani nasabah.

Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	29	32,58 %
Setuju	15	16,86 %
Cukup setuju	33	37,08 %
Tidak setuju	9	10,11 %
Sangat tidak setuju	3	3,37 %
Total	89	100 %

Sumber: hasil kuisioner diolah 2018

Hal ini menunjukkan bahwa dari 89 responden, 29 atau 32.58% responden menyatakan sangat setuju, 15 atau 16.86 % responden menyatakan setuju, 33 atau 37.08% responden menyatakan cukup setuju, bahwa karyawan MACF tergolong tepat waktu dalam melayani nasabah, akan tetapi ada 9 atau 10.11% responden yang menjawab tidak setuju, dan 3 atau 3.37% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan responden terhadap layanan yang diberikan perusahaan MACF memperhatikan kehandalan (*reability*) yang terdapat di sana, seperti ketepatan waktu karyawan dalam melayani nasabah dan kesesuaian antara layanan dengan janji yang ditawarkan perusahaan. Terbukti dengan banyaknya responden yang menjawab sangat setuju, setuju dan cukup setuju dan hanya beberapa responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa kehandalan (*reability*) memengaruhi kepuasan nasabah.

Variabel daya tanggap (responsiveness).

Tabel 3. Penilaian responden terhadap daya tanggap karyawan dalam melayani nasabah.

Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	17	19,10 %
Setuju	43	48,32 %

Cukup setuju	14	15,73 %
Tidak setuju	12	13,48 %
Sangat tidak setuju	3	3,37 %
Total	89	100 %

Sumber: hasil kuisioner diolah 2018

Diperoleh bahwa dari 89 responden, 17 atau 19.10 responden menyatakan sangat setuju, 43 atau 48.32% responden menyatakan setuju, 14 atau 15.73% responden menyatakan cukup setuju, bahwa nasabah sangat dimudahkan dalam berkomunikasi dengan karyawan perusahaan MACF melalui telepon, akan tetapi ada 12 atau 13.48% responden yang menjawab tidak setuju, dan 3 atau 3.37% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Dari 89 responden yang telah diteliti, ternyata tanggapan responden mengenai kualitas layanan yang ada pada MACF begitu memperhatikan akan daya tanggap yang terdapat di sana dalam hal kemudahan yang diberikan perusahaan kepada nasabah dalam mengutarakan keluhannya yaitu komunikasi melalui telepon dan kesigapan karyawan dalam melayani nasabah. Hal ini membuktikan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) sangat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Variabel jaminan (*assurance*).

Tabel 4. Penilaian responden terhadap jaminan yang diberikan kepada nasabah.

Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	34	38,20 %
Setuju	27	30,34 %
Cukup setuju	17	19,10 %
Tidak setuju	8	8,99 %
Sangat tidak setuju	3	3,37 %
Total	89	100 %

Sumber: hasil kuisioner diolah 2018

Diperoleh bahwa dari 89 responden, 34 atau 38.20% responden menyatakan sangat setuju, 27 atau 30.34% responden menyatakan setuju, 17 atau 19.10 % responden menyatakan cukup setuju, bahwa karyawan MACF ramah dan sopan dalam melayani nasabah, akan tetapi ada 8 atau 8.99% responden menjawab tidak setuju, dan 3 atau 3.37% responden menjawab sangat tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut, nasabah memberikan penilaian yang sangat baik terhadap keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani nasabah. Berdasarkan jawaban dari 89 responden, ternyata tanggapan responden mengenai kualitas layanan yang ada pada perusahaan begitu memperhatikan jaminan (*assurance*) yang terdapat disana, seperti memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang semua produk jasa yang ditawarkan serta menguasainya, selalu memberikan rasa aman kepada setiap nasabah yang datang, dan memiliki keterampilan dalam bekerja. Hal ini membuktikan bahwa jaminan (*assurance*) sangat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Variabel perhatian (*emphaty*).

Tabel 5. Penilaian Responden terhadap sikap Karyawan dalam Melayani Nasabah

Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	28	31,46 %

Setuju	36	40,45 %
Cukup setuju	19	21,35 %
Tidak setuju	6	6,74 %
Sangat tidak setuju	-	-
Total	89	100 %

Sumber: hasil kuisioner diolah 2018

Diperoleh bahwa dari 89 responden, 28 atau 31.46% responden menyatakan sangat setuju, 36 atau 40.45% responden menyatakan setuju, 19 atau 21.35% responden menyatakan cukup setuju, bahwa karyawan perusahaan simpatik terhadap keluhan nasabah, akan tetapi ada 6 atau 6.74 responden yang menjawab tidak setuju. Diperoleh dari 89 responden yang telah diteliti, ternyata tanggapan responden mengenai kualitas layanan yang ada di perusahaan begitu memperhatikan akan empati yang terdapat di sana, seperti selalu memberikan perhatian kepada setiap nasabah, selalu memperhatikan kepentingan setiap nasabah, selalu memahami setiap kebutuhan para nasabah dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik terhadap para nasabah. Hal ini membuktikan bahwa empati (*emphaty*) sangat memengaruhi kepuasan nasabah.

Tanggapan responden terhadap kepuasan nasabah (y).

Kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (*y*) yaitu persepsi individual nasabah terhadap kinerja layanan yang diterimanya, apabila kinerja yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka nasabah akan merasa puas, akan tetapi sebaliknya apabila kinerja yang dirasakan tidak sesuai yang diharapkan maka nasabah tidak akan merasa puas. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, yaitu hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas nasabah, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Respon karyawan terhadap keluhan nasabah.

Tabel 6. Tanggapan responden pada respon karyawan terhadap keluhan nasabah

Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat puas	29	32,59 %
Puas	31	34,83 %
Cukup puas	26	29,21 %
Tidak puas	3	3,37 %
Sangat tidak puas	-	-
Total	89	100 %

Sumber: hasil kuisioner diolah 2018

Diketahui bahwa dari 89 responden, 29 atau 32.59% responden menyatakan sangat puas, 31 atau 34,83% responden menyatakan puas, 26 atau 29.21% responden menyatakan cukup puas bahwa karyawan MACF merespon setiap keluhan nasabah, akan tetapi ada 3 atau 3.37% responden yang menjawab tidak puas. Dari jawaban responden tersebut lebih dominan nasabah merasa puas terhadap respon karyawan terhadap keluhannya.

Sikap karyawan dalam melayani nasabah.

Tabel 7. Penilaian responden terhadap sikap karyawan

dalam melayani nasabah

Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat puas	37	41,57 %
Puas	28	31,47 %
Cukup puas	23	25,84 %
Tidak puas	1	1,12 %
Sangat tidak puas	-	-
Total	89	100 %

Sumber: hasil kuisioner diolah 2018

Diketahui bahwa dari 89 responden, 37 atau 41.57% responden menyatakan sangat puas, 28 atau 31.47% responden menyatakan puas, 23 atau 25.84% responden menyatakan cukup puas, bahwa MACF bersikap baik dalam melayani setiap nasabah, akan tetapi ada 1 atau 1.12% responden menjawab tidak puas.

Kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan.

Tabel 8. Penilaian responden terhadap kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan

Alternatif jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat puas	41	46.07 %
Puas	34	38,02 %
Cukup puas	11	12,36 %
Tidak puas	3	3,37 %
Sangat tidak puas	-	-
Total	89	100 %

Sumber: hasil kuisioner diolah 2018

Diketahui bahwa dari 89 responden, 41 atau 46.07% responden menyatakan sangat puas, 34 atau 38,02% responden menyatakan puas, 11 atau 12.36% responden menyatakan cukup puas bahwa layanan yang diberikan MACF cukup memuaskan nasabahnya, akan tetapi ada 3 atau 3.37% responden yang menjawab tidak puas.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

Dalam pembahasan ini juga akan dijelaskan analisis statistik pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada MACF dengan menggunakan regresi.

Tabel 9. Analisis statistik pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

No	Kualitas Pelayanan (x)						Kepuasan Konsumen (y)				x ²	y ²	xy
	1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	Jumlah			
1	5	5	2	3	4	19	4	5	5	14	361	196	266
2	5	3	1	4	5	18	4	4	5	14	324	196	252
3	5	5	4	3	3	20	3	5	5	13	400	144	260
4	5	5	4	3	3	20	5	3	4	12	400	144	240
5	5	5	4	3	3	20	5	4	3	12	400	144	240
6	5	5	4	3	3	20	4	4	4	12	400	144	240
7	5	5	4	3	3	20	3	5	3	11	400	121	220
8	5	3	4	5	3	20	5	3	5	13	400	169	260
9	5	3	4	4	3	19	4	4	5	14	361	196	266
10	3	5	4	3	4	19	2	5	3	10	361	100	190
11	5	5	5	5	5	25	4	4	5	13	625	169	325

12	5	3	4	4	5	21	4	4	5	13	441	169	273
13	5	3	5	2	4	19	3	5	4	12	361	144	228
14	5	3	2	5	4	19	3	3	5	11	361	121	209
15	4	4	4	5	3	20	5	5	4	14	400	196	280
16	2	5	3	5	3	18	4	5	3	12	324	144	216
17	3	5	4	4	3	19	5	4	2	11	361	121	209
18	5	3	5	3	5	21	3	4	3	10	441	100	210
19	1	4	4	5	4	18	5	4	4	13	324	169	234
20	5	3	2	4	5	19	4	4	5	13	361	169	247
21	5	2	4	5	4	20	3	3	5	11	400	121	220
22	3	5	5	3	2	18	5	5	4	14	324	196	252
23	5	2	5	4	4	20	3	5	4	12	400	144	240
24	5	3	4	1	5	18	4	5	4	13	324	169	234
25	5	3	2	5	4	19	3	5	5	13	361	169	247
26	5	5	4	3	4	21	5	4	3	12	441	144	252
27	4	5	1	4	3	17	5	5	5	15	289	225	255
28	1	3	5	5	5	19	4	3	4	11	361	121	209
29	5	4	4	3	2	18	2	3	5	10	324	100	180
30	3	3	4	3	5	18	4	3	5	12	324	144	216
31	5	2	4	5	4	20	3	5	4	12	400	144	240
32	4	5	5	2	3	19	3	5	4	12	361	144	228
33	4	3	2	4	4	17	5	4	5	14	289	196	238
34	3	3	4	4	5	19	5	4	5	14	361	196	266
35	4	5	3	4	2	18	5	4	5	14	324	196	252
36	4	4	3	4	5	20	3	5	3	11	400	121	220
37	2	5	4	2	5	18	4	5	3	12	324	144	216
38	2	3	5	5	4	19	3	5	5	13	361	169	247
39	3	4	4	4	5	20	5	5	2	12	400	144	240
40	5	3	2	5	4	19	5	3	5	13	361	169	247
41	4	5	3	5	3	20	5	4	3	12	400	144	240
42	1	3	4	4	5	17	4	4	5	13	289	169	221
43	2	5	3	3	5	18	4	4	5	13	324	169	234
44	4	2	3	4	5	18	3	3	4	10	324	100	180
45	5	3	4	5	4	21	5	4	4	13	441	169	273
46	3	3	4	5	4	19	4	5	4	13	361	169	247
47	3	2	4	5	4	18	3	3	4	10	324	100	180
48	1	5	4	3	5	18	4	5	4	13	324	169	234
49	4	1	4	5	2	16	5	3	3	11	256	121	176
50	5	4	2	4	3	18	5	5	4	14	324	196	252
51	2	3	4	5	4	18	4	3	5	12	324	144	216
52	1	4	3	4	5	17	3	5	4	12	289	144	204
53	3	1	4	4	5	17	3	5	4	12	289	144	204
54	5	5	1	3	4	19	4	5	4	13	361	169	247
55	4	2	3	5	4	18	3	3	5	11	324	121	198
56	5	3	4	1	4	17	5	2	5	12	289	144	204
57	4	4	3	2	1	17	4	3	4	11	289	121	187
58	2	3	5	5	4	19	3	5	5	13	361	169	247
59	2	5	4	5	2	18	4	4	5	13	324	169	234
60	1	5	3	4	2	15	4	3	5	12	225	144	180
61	5	3	4	5	5	22	5	3	5	15	484	225	330

62	4	2	4	5	3	18	3	5	4	12	324	144	216
63	3	4	4	5	4	20	3	5	4	12	400	144	240
64	2	3	5	3	5	18	5	4	4	13	324	169	234
65	4	5	5	2	4	20	3	4	5	12	400	144	240
66	1	3	3	4	3	14	4	5	4	13	196	169	182
67	1	3	4	5	4	17	3	5	4	12	289	144	204
68	5	5	5	2	5	22	5	4	4	13	484	169	286
69	2	3	4	5	4	18	4	3	5	12	324	144	216
70	4	3	4	5	4	20	4	3	5	12	400	144	240
71	3	2	5	4	4	18	3	5	5	13	324	169	234
72	4	5	2	3	4	18	4	5	4	13	324	169	234
73	2	3	5	3	3	16	5	3	3	11	256	121	176
74	5	4	5	4	3	21	5	4	2	11	441	121	231
75	3	5	2	4	4	18	4	4	5	13	324	169	234
76	4	2	4	3	5	18	3	3	5	11	324	121	198
77	3	5	4	4	4	20	3	4	5	12	400	144	240
78	2	5	2	5	4	18	2	5	4	11	324	121	198
79	1	4	4	3	3	15	5	5	4	14	225	196	210
80	5	3	2	4	5	19	4	3	5	12	361	144	228
81	2	3	5	5	4	19	3	4	4	11	361	121	209
82	1	5	4	5	4	19	5	5	4	14	361	196	266
83	4	3	4	5	3	18	5	4	5	14	324	196	252
84	4	5	4	2	5	20	4	4	5	13	400	169	260
85	3	4	5	4	4	20	5	3	5	13	400	169	260
86	5	4	3	5	3	20	4	4	3	11	400	121	220
87	4	1	3	3	5	16	3	5	4	12	256	144	192
88	5	5	4	3	4	21	4	5	4	13	441	169	273
89	5	4	4	5	3	21	4	3	5	12	441	144	252
Σ						1.668				1.099	31.458	13.712	20.677

Sumber: hasil kuisioner diolah 2018

Data yang diperoleh dapat dianalisis dengan analisis regresi untuk menguji sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada MACF.

Analisis regresi linier sederhana.

$$y = \alpha + \beta x$$

$$\alpha = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

$$\beta = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Di mana;

x = Nilai yang diramalkan (kualitas pelayanan)

y = Variabel bebas (kepuasan nasabah)

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

n = Jumlah responden

$$\beta = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$
$$\beta = \frac{89(20.677) - (1.668)(1.099)}{89(31.458) - (1.668)^2}$$
$$\beta = \frac{1.840.253 - 1.833.132}{2.799.762 - 2.782.224}$$
$$\beta = \frac{7.121}{17.538} = 0.40$$

$$\alpha = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$
$$\alpha = \frac{1.099 - 0,40(1.668)}{89}$$
$$\alpha = \frac{431,8}{89} = 4.85$$

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier sederhana di atas, maka diperoleh nilai a (konstanta) sebesar $4,85$ dan nilai b (koefisien regresi) sebesar 0.40 . Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa jika kualitas layanan pada MACF meningkat maka kepuasan pelanggan akan ikut meningkat. Ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada MACF.

Analisis korelasi.

Setelah persamaan regresi diperoleh, maka yang menjadi keputusan adalah bahwa apakah hasil yang diperoleh signifikan atau tidak signifikan, maka langkah berikutnya adalah menentukan sejauh mana hubungan variabel yang ada dan ini dilakukan dengan perhitungan koefisien korelasi.

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$
$$r = \frac{89(20.677) - (1.668)(1.099)}{\sqrt{89(31.458) - (1.668)^2} \cdot \sqrt{89(13.712)(1.099)^2}}$$
$$r = \frac{1.840.253 - 1.833.132}{\sqrt{2.799.761 - 2.782.224} \cdot \sqrt{1.220.368 - 1.207.801}}$$
$$r = \frac{7.121}{\sqrt{17.538} \cdot \sqrt{12.567}}$$
$$r = \frac{7.121}{132,43 \cdot 112,10}$$
$$r = \frac{7.121}{14.847,40}$$
$$r = 0,47$$
$$r^2 = 0,2209 = 0,22\%$$

Diketahui bahwa koefisien korelasi (r) sebesar $0,47$, artinya kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada MACF.

Analisis koefisien determinasi.

Setelah diperoleh hasil koefisien korelasi, maka untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh antara variabel kualitas layanan (x) dengan variabel kepuasan nasabah (y), maka langkah berikutnya adalah melakukan perhitungan koefisien determinasi.

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

$$KD = 0,47^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,2209 \times 100 \%$$

$$KD = 22,09 \%$$

Uji T hitung.

Setelah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berdasarkan analisis regresi, maka perlu pengujian untuk mengetahui taraf signifikansi atau linieritas dari regresi pengaruh variabel x terhadap variabel y melalui *uji T*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah korelasi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh signifikan atau tidak.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,47\sqrt{89-2}}{\sqrt{1-0,47^2}}$$

$$t = \frac{0,47\sqrt{87}}{0,72}$$

$$t = \frac{0,47 \cdot 9,32}{0,72}$$

$$t = \frac{4,3804}{0,72}$$

$$t = 6,0838$$

$$df = n-2$$

$$= 89-2$$

$$= 87$$

Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa hasil dari koefisien korelasi sebesar $0,47$ untuk jumlah dalam penelitian sebanyak 89 responden dan jumlah variabel sebanyak dua variabel (x dan y). Setelah dilakukan proses perhitungan, maka hasil akhir dari proses perhitungan, maka hasil akhir dari perhitungan tersebut adalah sebesar $6,0838$ dan nilai tersebut bisa dibandingkan dengan nilai pada *t tabel*. Pada nilai *t tabel* dapat dilihat bahwa derajat bebas, $df = 87$ dengan menggunakan pengujian $\alpha = 5\%$, adalah sebesar $1,663$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *t hitung* sebesar $6,0838$ lebih besar dengan nilai *t tabel* sebesar $1,663$, yang berarti bahwa H_a diterima sedangkan H_0 ditolak. H_a dapat diartikan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Mega Auto Central Finance (MACF).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Mega Auto Central Finance (MACF), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah yang ada pada MACF Cabang Sengkang

Diasarankan untuk meningkatkan kualitas layanan maka perlu meningkatkan kualifikasi pengalaman tenaga kerjanya atau SDM, agar memberikan kepuasan pada nasabahnya. Meningkatkan kualitas pelayanan perlu diberikan motivasi kerja dan bonus bagi karyawan yang berkualifikasi tinggi. Penelitian ini dapat dikembangkan lagi untuk mengetahui kualitas layanan dan kepuasan nasabah pada PT. Mega Auto Central Finance (MACF) Cabang Sengkang,

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Djemma, Siardin. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Sengkang: Lampena Intimedia.
- Armstrong dan Kotler. (1999). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Fandy, Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fuad, M, dkk. (2000). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2004). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Naida. (2015). *Metode Penelitian*. Sengkang: STIE Lamaddukelleng.
- Ratminto, Atik Septi Winarsih. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Simamora, Bilson. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Provitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tim STIE Lamaddukelleng. (2015). *Petunjuk Penulisan dan Skripsi*. Sengkang: STIE Lamaddukelleng
- Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia