



## Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan di Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang

Patotorijal<sup>1\*</sup>, Yusran<sup>2</sup>, Asmanurhidayani<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Mahasiswa Fakultas Sosial, Program Studi Administrasi Publik, Universitas Puangrimaggalutung, Indonesia

Email: [patotorijal@gmail.com](mailto:patotorijal@gmail.com)<sup>1\*</sup>

Alamat: Jl. Puangrimaggalutung, Maddukelleng, Kec. Tempe, Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan, Indonesia 90918

\*Penulis Korespondensi

**Abstract.** *The development of the Honda Tunas Dwipa Matra company is certainly inseparable from the form of service provided to its customers. This form of service will influence customer satisfaction which ultimately has an impact on increasing company revenue. Customer satisfaction is an important factor in efforts to facilitate sales and purchases, this cannot be separated from the level of service provided. Therefore, companies must think more carefully about the importance of customer satisfaction in providing customer service. It is now increasingly recognized that service quality and customer satisfaction are vital aspects in order to survive in business and win the competition. Viewed from the aspect of research data collection, this research is a type of quantitative research using a survey approach which aims to test the combination/influence of independent variables on the dependent variable, namely Customer Satisfaction with Services at the Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang Office. Based on the results of research regarding the influence of customer satisfaction on service at the Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang Office, it can be concluded as follows: 1) Satisfaction at the Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang Office is in the very good category. 2) Service at the Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang Office is in the very good category. 3) The results of data analysis show that the influence provided is positive and significant and the relationship provided is at a strong interval.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction; Customer Trust; Responsiveness; Service Satisfaction; Service.*

**Abstrak.** Berkembangnya perusahaan Honda Tunas Dwipa Matra ini tentu tidak terlepas dari bentuk pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya. Bentuk pelayanan ini akan mempengaruhi pada kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian hal itu tidak terlepas dari tingkat pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, perusahaan harus memikirkan pentingnya kepuasan pelanggan terhadap pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang. Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Di pandang dari aspek pengumpulan data penelitian, maka penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survei yang bermaksud menguji gabungan/pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Di Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang dapat di simpulkan sebagai berikut: 1) Kepuasan Di Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang berada pada kategori sangat baik. 2) Pelayanan Di Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang berada pada kategori sangat baik. 3) Hasil analisis data menunjukkan pengaruh yang diberikan adalah pengaruh positif dan signifikan dan hubungan yang di berikan berada pada interval yang kuat.

**Kata Kunci:** Kepercayaan Pelanggan; Kepuasan Jasa; Kepuasan Pelanggan; Pelayanan; Responsivitas.

### 1. PENDAHULUAN

Bisnis yang berkembang di kota Sengkang saat ini sangat beragam. Dengan beragamnya bisnis tersebut tentu membawa dampak pada persaingan bisnis. Berkembangnya perusahaan Honda Tunas Dwipa Matra ini tentu tidak terlepas dari bentuk pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya. Bentuk pelayanan ini akan mempengaruhi pada kepuasan pelanggan

yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing.

Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Survive tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian hal itu tidak terlepas dari tingkat pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, perusahaan harus memikirkan pentingnya kepuasan pelanggan terhadap pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang. Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak dan lebih sering.

Perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari pelanggannya. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain.

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, dimana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Adapun kepuasan pelanggan bergantung dengan bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan. Pelayanan menurut Bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain atau pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya.

**Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang mempunyai cara pelayanan tersendiri untuk memberikan kepuasan terhadap para pelanggannya, diantaranya :**

(1) Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang menyediakan bengkel resmi yang bersih untuk memberikan kenyamanan kepada pelanggan. (2) Pembelian unit motor bisa sistem COD. (3) Untuk pelayanan surat-surat kendaraan seperti STNK dan BPKB, konsumen diantarkan langsung untuk mempercepat proses. (4) Pelayanan administrasi lebih lengkap saat pembelian unit motor, seperti surat – surat kendaraan dan kwitansi pembayaran.

Namun demikian perusahaan tentu belum mengetahui sampai mana kepuasan pelanggannya dibandingkan dengan perusahaan yang lain dibidang yang sama. Perusahaan yang berpusat pada kepuasan pelanggan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik.

Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas maka pelayanan harus diaktifkan, oleh karena itu penulis tertarik mengkaji lebih mendalam suatu bentuk penelitian yang berjudul "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang"

## **2. METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian yang dijadikan tempat penelitian adalah Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang. Jenis penelitian dari penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survei yang bermaksud menguji gabungan/pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan informan dalam penelitian ini sebanyak 12 orang. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti melalui observasi, angket dan dokumentasi.

## **3. HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan hasil analisis data variabel kepuasan dan variabel pelayanan yang dijelaskan dan diuraikan secara rinci pada halaman sebelumnya, maka dapat disimpulkan pelayanan yang diberikan oleh pegawai di Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang termasuk dalam kategori sangat baik hal ini tergambar jelas pada tabel 4.2 yang dimana setiap jawaban responden merujuk pada kategori sangat baik begitupun dengan kepuasan yang diperoleh berada pada kategori sangat baik. Selanjutnya pada variabel pelayananpun demikian dimana gambaran pada tabel 4.3 jawaban pada responden mendapatkan skor atau kategori yang sangat baik. Kemudian dilihat dari pengaruh yang dihantarkan variabel kepuasan kepada variabel pelayanan memiliki pengaruh yang sedang terhadap kepuasan dan arah hubungan pengaruhnya positif dan sebagaimana yang tertera pada tabel 4.4.

Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang memiliki reputasi yang sangat baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, yang telah memberikan pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan mereka. Pelayanan yang disediakan oleh Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang tidak hanya terbatas pada penjualan kendaraan, tetapi juga mencakup layanan purna jual seperti perawatan, servis, dan penyediaan suku cadang. Para pelanggan merasakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh dealer ini sangat baik, karena dealer ini tidak hanya menawarkan produk berkualitas tinggi, tetapi juga memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

Salah satu aspek yang membuat pelayanan Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang sangat baik adalah tingkat responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan. Para pelanggan merasa bahwa dealer ini selalu siap membantu dan merespons pertanyaan atau masalah yang mereka hadapi dengan cepat dan efisien. Baik dalam hal pemesanan kendaraan baru, penjadwalan servis, atau penyelesaian masalah teknis, pelanggan merasa bahwa dealer ini selalu memberikan perhatian yang baik terhadap kebutuhan dan keinginan mereka.

Selain itu, kualitas pelayanan yang konsisten dan profesional juga merupakan faktor yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Para pelanggan merasa bahwa staf Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang selalu ramah, informatif, dan kompeten dalam membantu mereka dengan berbagai pertanyaan atau permintaan yang mereka miliki. Pelayanan yang diberikan oleh staf dealer ini tidak hanya memenuhi harapan, tetapi juga melebihi ekspektasi pelanggan.

Akibat dari pelayanan yang sangat baik ini, banyak pelanggan yang merasa puas dan memiliki pengalaman positif ketika berhubungan dengan Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang. Mereka merasa bahwa dealer ini benar-benar memperhatikan kebutuhan dan kepuasan pelanggan mereka, dan mereka siap untuk merekomendasikan dealer ini kepada teman, keluarga, atau kolega mereka. Oleh karena itu, pengaruh kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang sangat baik, yang tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga mendukung pertumbuhan bisnis dealer ini dalam jangka panjang.

#### **4. PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Di Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang dapat di simpulkan sebagai berikut :

- (1) Kepuasan Di Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang berada pada kategori sangat baik.
- (2) Pelayanan Di Kantor Honda Tunas Dwipa Matra Sengkang berada pada kategori sangat baik.

Hasil analisis data menunjukkan pengaruh yang diberikan adalah pengaruh positif dan signifikan dan hubungan yang di berikan berada pada interval yang kuat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, I., & Kasmir, A. N. (2019). Earning per share (EPS) dan debt to equity ratio (DER) terhadap harga saham. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 55–66.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (Edisi ke-8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kartono, K. (2008). *Pemimpin dan kepemimpinan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, A. N. (2021). Pengaruh price earning ratio (PER), earning per share (EPS), dan debt to equity ratio (DER) terhadap harga saham. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 40–57.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen pemasaran* (Jilid 1, edisi Bahasa Indonesia). Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ridwan, A. (2007). *Pendekatan mutu dan kepuasan dalam bidang pekerjaan*. Medan: Universitas Sumatera Utara Press.
- Singarimbun, M., & Singarimbun, I. (2003). *Reflections from Yogya: Portraits of Indonesian social life*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sugiyono. (2007). *Metodologi penelitian administrasi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian administrasi* (Cetakan ke-20). Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, S. (2004). Hubungan anggaran partisipatif dengan kinerja manajerial: Peran motivasi kerja dan kultur organisasional sebagai variabel moderating (Studi empiris pada badan usaha koperasi di Jawa Tengah). *MAKSI*, 4(2), 120–135.
- Sukarna, R., & Rivai, V. (2005). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sulastiyono, A. (2002). *Manajemen penyelenggaraan* (Edisi pertama). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2001). Peran penting promosi dan desain produk dalam membangun minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(1), 15–27.