

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN INFORMASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA PT BINTANG MOTOR) CABANG TANGERANG

Muhammad Abdul Rohim<sup>1</sup>, Mutmainnah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>1</sup>rohim.plempem@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>2</sup>dosen01720@unpam.ac.id

### *Abstract*

*The purpose of this study was to determine the effect of service quality and information quality on Consumer satisfaction at PT Bintang Motor branch Tangerang either partially or simultaneously. The method used is the associative method in taking the sample, the Slovin formula was used and obtained 98 respondents. The data analysis used validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, determination coefficient analysis and hypothesis testing. The results of this study are Service quality and information have a significant effect on consumer satisfaction with the regression equation  $Y = 9,641 + 0,411X_1 + 0,354X_2$ . The coefficient of determination is 52,4% ,while the remaining 47.6% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained the value of  $F_{count} > F_{table}$  or  $(52,373 > 2.700)$ . Thus  $H_0$  is rejected and  $H_3$  is accepted. This means that there is a significant effect simultaneously between service quality and information on consumer satisfaction at PT. Bintang Motor Branch Tangerang.*

*Keywords: Service Quality, Information, Consumer Satisfaction*

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan informasi terhadap kepuasan konsumen pada PT Bintang Motor Jaya Cabang Tangerang baik secara parsial maupun secara simultan. Metode yang digunakan adalah metode asosiatif. Dalam pengambilan sample digunakan rumus Slovin dan diperoleh 98 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Kualitas pelayanan dan informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 9,641 + 0,411X_1 + 0,354X_2$ . Nilai koefisien determinasi sebesar 52,4% sedangkan sisanya sebesar 47.6% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(52,373 > 2,700)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan informasi terhadap kepuasan konsumen di PT Bintang Motor Cabang Tangerang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Informasi, Kepuasan Konsumen

## 1. PENDAHULUAN

Di era persaingan yang semakin kompetitif ini, PT. BINTANG MOTOR CABANG TANGERANG hadir untuk melayani masyarakat, perusahaan yang bergerak di bidang penjualan sepeda motor ini, khusus nya penjualan kendaraan dengan merek Honda ini dipimpin oleh Bapak Alexander Lunardi yang sudah berpengalaman lebih dari 25 tahun bekerja di perusahaan Astra Grup dalam industri otomotif dan tim manajemen handal. Bintang motor adalah salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yang bergerak di penjualan sepeda motor Honda, dengan 11 outlet di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Jawa barat dan Sumatra, perusahaan yang berdiri sejak tahun 2001 ini perusahaan Bintang motor berhasil mencapai penjualan 200.000 unit pada tanggal 9 oktober 2010, suatu prestasi yang tidak pernah tercapai oleh dealer sepeda motor manapun di Indonesia.

Dalam menghadapi persaingan seperti ini, perusahaan kendaraan bermotor sangat memerlukan pergerakan dan kegiatan untuk menjalankan strategi pemasaran yang merupakan rencana secara menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan di jalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran produk, maka kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Hampir semua konsumen yang datang dan akan membeli sepeda motor, pasti akan menuntut pelayanan yang prima. Terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai derajat kepentingan relatifnya) yaitu berwujud, empati, cepat tanggap, kehandalan dan kepastian. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi. Konsumen saat ini pun banyak yang menuntut untuk mendapatkan informasi se jelas mungkin, baik langsung ataupun tidak langsung. Tak jarang konsumen yang datang ke dealer hanya untuk mencari informasi, seperti informasi produk, informasi harga, informasi promo. Selain datang langsung ke dealer, tak sedikit juga konsumen yang mengunjungi situs website untuk mencari informasi yang akurat.

Menurut Nasution dalam Rusydi (2017:39), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen.

Sedangkan Informasi yang berkualitas tergantung pada informasi yang disampaikan, jika informasi yang diberikan akurat dan relevan maka informasi tersebut berkualitas dan dapat bermanfaat untuk konsumen. Menurut Jogiyanto (2017:10) mengemukakan pengertian kualitas informasi dapat digunakan untuk mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi.

Kepuasan dapat diartikan sebagai ukuran dimana seseorang atau pelayanan mendapatkan apa yang diinginkannya. Bila konsumen merasakan apa yang ada pada produk atau jasa sesuai dengan apa yang diinginkannya maka akan timbul rasa kepuasan dan menjadi dasar terciptanya pemakaian ulang atau loyalitas. Menurut Lovelock dan Wirtz yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2016:74) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan.

Berikut terlampir laporan penjualan pada PT. Bintang Motor Cabang Tangerang

Tabel 1.1  
Data Penjualan PT Bintang Motor Cabang Tangerang Tahun 2020 s/d 2022

Bulan	Penjualan Sepeda	Motor Periode	Tahun
	2020	2021	2022
Januari	652	460	250
Februari	551	404	347
Maret	602	500	403
April	616	456	489
Mei	580	491	489
Juni	686	581	374
Juli	548	385	490
Agustus	714	488	410
September	579	507	410
Oktober	602	502	459
November	566	521	460
Desember	642	475	450
<b>JUMLAH</b>	<b>7338</b>	<b>5770</b>	<b>4838</b>

sumber: laporan penjualan PT Bintang Motor Tangerang

Dari tabel 1.1 tersebut menunjukkan bahwa penjualan motor di PT. Bintang Motor Tangerang dalam 3 tahun terakhir ini mengalami penurunan penjualan, Dengan hasil ini menunjukkan bahwa adanya beberapa faktor yang dapat mempengaruhi, peneliti menduga beberapa diantaranya adalah kualitas pelayanan dan kualitas informasi. Dimana jika banyak konsumen yang merasa puas, dapat menjadi potensi untuk meningkatkan volume di

tahun berikutnya, terlebih 2-3 tahun kemudian karena adanya repeat order.

Dilihat dari Tabel 1.1 di atas menggambarkan bahwa perusahaan harus membenahi kondisi penjualan dengan melakukan pelayanan yang maksimal, pendugaan penurunan kualitas pelayanan pada bintang motor dapat diperkuat dengan melihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2  
 Aspek Pelayanan PT Bintang Motor Cabang Tangerang

Aspek Pelayanan	Bentuk Pelayanan yang seharusnya diberikan	Kondisi Real
Bukti fisik	Area parkir kendaraan	Sudah luas dan gratis
	Fasilitas fisik lainnya rapi dan teratur	Kurang rapi dan kurang teratur sehingga menyulitkan konsumen
	Peralatan yang digunakan	Sering ditemukan sistem pembayaran yang eror dengan menggunakan mesin debit
Kehandalan	Pelayanan sesuai janji	Ada beberapa penerbitan STNK yang tidak sesuai janji sebelum 14 hari kerja
	Penanganan komplain	Komplain dari konsumen sering diabaikan dan kurang mendapatkan solusi yang tepat
	Memuaskan konsumen	Masih adanya konsumen yang kurang puas
Daya tanggap	Membantu konsumen	Petugas seharusnya aktif menanyakan apa yang bisa dibantu kepada konsumen
	Memahami keinginan konsumen	Tidak disediakan kotak saran dimana konsumen seharusnya dapat menyampaikan keinginan
	Tidak membiarkan konsumen menunggu lama	Sering terjadi di kasir, konsumen menunggu terlalu lama akibat dari petugas yang terbatas
Asuransi/Jaminan	Memiliki pengetahuan yang luas terkait dengan produk	Sering di temukan karyawan kurang memahami terkait layanan
	Sabar, ramah dan sopan dalam melayani konsumen	Sering dijumpai adanya karyawan yang kurang sabar, kurang ramah dalam memberikan pelayanan ke konsumen
	Informasi yang disampaikan dapat dipercaya	Sering ditemukan karyawan dalam menyampaikan informasi berbeda dengan kenyataannya
Empati	Memiliki kemampuan komunikasi yang baik	Sering ditemukan karyawan yang dalam menyampaikan informasi sulit dipahami
	Perhatian pribadi	Masih adanya karyawan yang dalam melayani bersikap cuek

sumber: laporan aspek pelayanan PT Bintang Motor Tangerang

Dari tabel di atas, Bintang motor mengalami masalah dalam pelayanan yang dapat dilihat pada kasusnya, peneliti menduga kehandalan dan daya tanggap menjadi pemicu lemahnya kualitas pelayanan di Bintang motor, yang menjadikan kemungkinan salah satu faktor terjadinya penurunan penjualan pada Bintang motor ini.

Selain Kualitas pelayanan yang dapat dilihat dari tabel 1.2 diatas peneliti menduga kualitas informasi menjadi pemicu terjadinya penurunan penjualan pada Bintang motor.

Berikut data kualitas informasi Bintang motor yang dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3  
 Data Informasi PT Bintang Motor Cabang Tangerang

No	Standar	Kasus
1	Akurat	
	a. Kesalahan Informasi	Kesalahan informasi oleh tenaga penjual untuk memberikan info promo dan diskon
	b. Tepat	penyampaian informasi yang tidak tepat kepada konsumen dalam ketersediaan stok unit motor
	Standar	Kasus
2	Tepat Waktu	
	a. Keterlambatan Informasi	Keterlambatan informasi STNK dan BPKB yang sudah jadi kepada konsumen

Sumber: Data Kualitas Informasi PT Bintang Motor 2022

Dari table 1.3 diatas Bintang motor mengalami masalah dalam kualitas informasi yang dapat dilihat pada kasusnya, peneliti menduga keakuratan dan ketepatan waktu informasi menjadi pemicu lemahnya ketepatan informasi di Bintang motor yang menjadikan kemungkinan salah satu faktor terjadinya penurunan penjualan pada Bintang motor ini.

Berikut data konsumen PT Bintang Motor Cabang Tangerang Pada Tahun 2020 s/d 2022

Tabel 1.4  
 Data Konsumen PT Bintang Motor Cabang Tangerang

Tahun	Jumlah Konsumen		Pencapaian (%)	Keterangan
	Target	Realisasi		
2020	7500	7338	97,84%	Tidak Tercapai
2021	6700	5770	86,12%	Tidak Tercapai
2022	6900	4838	70,12%	Tidak Tercapai
<b>Rata-rata</b>	<b>21100</b>	<b>17946</b>	<b>85,06%</b>	<b>Tidak Tercapai</b>

sumber: laporan data konsumen PT Bintang Motor Tangerang

Berdasarkan dari tabel 1.4 pendapatan total selama 3 tahun dari tahun 2020 s/d 2022 bahwa hasil rekapitan pendatahuan konsumen pada PT Bintang Motor Cabang Tangerang mengalami penurunan pada tahun 2022 terdapat 4.838 konsumen dan data tersebut dapat dilihat dari pelayanan terhadap konsumen. Maka dari itu Pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## 2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Eswika Nilasari dan Istiatin, jurnal paradigma Vol.13 No 01, februari - Juli 2015 ISSN 1693-0827, Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT Ramayana Motor Sukoharjo Berdasar uji F & uji T dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Ida Bagus Gede Mawang Bangun Buana, Ni Gusti Putu Wirawati, E-Jurnal Akutansi Univ

ersitas Udayana, Vol. 22.1. Januari (2018) : 683-713, ISSN: 2302- 8556, Pengaruh Kualifikasi Sistem Informasi, Informasi, dan Perceived Usefulness Pada Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Pada PDAM tirta Manguntama kab Bandung Hasil Uji Signifikan t pada variabel Kualitas Informasi diperoleh tingkat signifikansi 0,015 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen Sistem Informasi Akuntansi, Sehingga H2 diterima

Putri Rahmayanti Tamunan dan Bethani Suryawardani, *Banking and Management Review* Vol 4 no 2 2015, ISSN 2252-8520 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. JNE perwakilan Kawaluan Koefisien Kualitas pelayanan dan Kualitas informasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen nilai 1 Koefisien Kualitas pelayanan adalah 3,750 dengan nilai sebesar Informasi adalah 3,922 dengan nilai sebesar 0,036.

Puteri Nilam Kencana, *jurnal mandiri* vol. 4, No. 1, juni 2020: 26-27 : ISSN : 2580 - 3220, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna Jasa Service di Dealer Honda Wahana Ciputat Pelayanan mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,489, nilai t hitung lebih besar dari 1 tabel (8.742 > 1.985) dan nilai signifikan.

Rizky Reza Putranto; Sasi Utami; Rinto Nurbambang, *JIMEK - Volume 2 Nomor 2 Desember 2019*; ISSN : 2621-2374, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus) Uji F Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 62,454 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Uji F Hasil perhitungan.

Ni Made Sri Rukmiyati & 1 Ketut Budiarta, *E- Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 5.1 (2016): 115-142, ISSN : 2337- 3067, Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi Perceived Usefulness Pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi (Studi Empiris Pada Hotel Berbintang di Propinsi Bali) Hasil Pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa Informasi memiliki pengaruh positif pada kepuasan pengguna akhir software akuntansi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003 (sig 0,05) dan nilai koefisien regresi b2 0,255.

Christy Elsa Ulita, *JOM FISIP* Vol. 6: Edisi II Juli - Desember 2019, ISSN : 2355-9616, Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Eka Sari Lorena "ext express" Dengan Uji t sebesar  $t_{hitung} = 13,879 > t_{tabel} 1,98447$ , dan signifikansi = 0,000 < 0,05 dan  $t_{hitung} = 13,879 > t_{tabel} 1,98447$  dan signifikansi = 0,000 < 0,05 maka dengan demikian kualitas pelayanan dan kualitas informasi mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan.

Ludviyatus Soleha, Sutrisno Djaja, Joko Widodo, *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial* Volume 12 Nomor 1 (2018), ISSN : 1907-9990, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahass Sumber Jaya Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi F hitung = 330, 18 > F Tabel = 3,949 dengan tingkat signifikansi F = 0,000 < a = 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yeni Marsih, *Jurnal Adminika* Volume 5, No. 1, Januari - Juli 2019, ISSN : 2442- 3343, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda PT. Nusantara Surya Sakti Sekayu hasil uji hipotesis (uji 1) didapatkan nilai  $t_{hitung}$  adalah 2,224 sedangkan  $t_{tabel} 1,988$ , oleh karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,224 > 1,988$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda di PT. Nusantara Surya Sakti Sekayu..

### 3. METODE PENELITIAN

#### a. Uji Instrumen Data

Analisis data ini dilakukan setelah data diperoleh dari sampel melalui instrumen, dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian atau untuk menguji hipotesis yang diajukan.

##### 1) Uji Validitas

Sugiyono (2019) menyatakan suatu skala atau instrumen pengukuran dapat dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang diukur. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dikatakan valid. Jika  $r_{hitung} <$

r-tabel maka instrumen dikatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan dalam melakukan pengujian ini

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

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Susan Stainback (1998) dalam Sugiyono (2015:267-268) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus metode chronbacht alpha

$$rca = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{\sum St}\right)$$

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120).

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya (Winarno, 2015:5.29).

c. Analisis Regresi Linier

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya dua, yaitu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X serta berpangkat satu.

$$Y = a + b.X$$

2) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi).

$$Y = (a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \epsilon)$$

d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2018:286) korelasi parsial digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap). Perhitungan korelasi parsial dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut

$$R_{yx_1 \cdot x_2} = \frac{ryx_1 - ryx_2 \cdot rx_1x_2}{\sqrt{1 - r^2_{x_1x_2}} \sqrt{1 - r^2_{yx_2}}}$$

e. Analisis Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut

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

f. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen

(Ghozali, 2017:22). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
  - b) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- 2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5 persen atau 0.05. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka hipotesis diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### a. Uji Validitas

Tabel 4.1  
 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan(X1)  
 Sumber: Data diolah 2023

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Fasilitas yang di sediakan bintang motor untuk konsumen sangat nyaman	0.337	0.199	Valid
2	Tempat parkir yang di sediakan cukup luas	0.322	0.199	Valid
3	Karyawan peduli atas keluhan konsumen	0.408	0.199	Valid
4	Karyawan memberikan perhatian dalam melayani dan memberi tanggapan	0.369	0.199	Valid
5	karyawan selalu sesuai janji penerbitan stnk selama 14 hari kerja	0.752	0.199	valid
6	karyawan membantu pelayanan terpercaya	0.489	0.199	Valid
7	Karyawan membantu konsumen	0.757	0.199	Valid
8	Tanggap dalam membantu dan memberikan pelayanan	0.742	0.199	Valid
9	Keterampilan karyawan bisa diandalkan	0.745	0.199	Valid
10	Sikap sopan dan santun karyawan memberikan kepercayaan konsumen	0.435	0.199	Valid

Berdasarkan data tabel di atas, variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai r hitung  $> r$  tabel (0.199), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu

kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 4.2  
 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Informasi (X2)

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	keterangan
1	Informasi mengenai pengiriman unit sesuai dengan waktu yang di sampaikan	0.53	0.199	Valid
2	Data stnk & bpkb sesuai dengan identitas	0.435	0.199	Valid
3	Bintang motor memberi hadiah ke konsumen	0.542	0.199	Valid
4	Bintang motor memberikan program promo	0.479	0.199	Valid
5	Bintang motor memberikan informasi akurat mengenai promo yang berlaku	0.612	0.199	valid
6	Unit yang dibeli konsumen diterima sesuai pesanan	0.497	0.199	Valid
7	Bintang motor memberikan buku pedoman	0.674	0.199	Valid
8	Bintang motor memberikan informasi untuk mengingatkan service berkala	0.454	0.199	Valid
9	Informasi penyampaian stok unit selalu tepat	0.519	0.199	Valid
10	Buku service diterima konsumen sebelum melewati waktu sevice	0.604	0.199	Valid

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan data tabel di atas, variabel informasi (X2) diperoleh nilai r hitung  $> r$  tabel (0.199), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 4.3  
 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Kuesioner	r hitung	r tabel	keterangan
1	Karyawan memberikan informasi motor yang akan di beli dengan jelas	0.454	0.199	Valid
2	Konsumen percaya motor yang di beli sangat baik	0.394	0.199	Valid
3	Perusahaan memiliki akses informasi yang terpercaya sangat membantu konsumen	0.419	0.199	Valid
4	Konsumen yakin produk yang di beli sangat baik	0.471	0.199	valid
5	konsumen menyukai motor yang di beli	0.595	0.199	valid
6	Kualitas yang dibeli konsumen sesuai harapan	0.516	0.199	Valid
7	Konsumen merasakan manfaat yang sesuai	0.678	0.199	Valid
8	Konsumen bersedia merekomendasikan pembelian unit kepada orang lain	0.531	0.199	Valid
9	Konsumen bersedia memberi review di sosial media	0.678	0.199	Valid
10	Pelayanan yang dibeiakan karyawan bintang motor meningkatkan kepuasan konsumen	0.522	0.199	Valid

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan data tabel di atas, variabel kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai r hitung  $> r$  tabel (0.199), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

##### b. Uji Reliabilitas

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.716	10

  

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.723	10

  

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.701	10

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,716, informasi (X2) sebesar 0,723 dan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,701. Dengan demikian seluruh variabel dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Chronbath Alpha lebih besar dari 0,600.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test**

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kepuasan Konsumen	.82	98	.107	.982	98	.200

a. Lilliefors Significance Correction  
 Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi ( $0.107 > 0,050$ ). Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal.

2) Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.6**  
**Hasil Pengujian Multikolinearitas Dengan Collinearity Statistic**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.841	2.883		3.344	.001		
	Kualitas Pelayanan	.411	.085	.430	4.886	.000	.641	1.560
	Informasi	.354	.082	.380	4.295	.000	.641	1.560

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
 Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas diperoleh nilai tolerance variabel kualitas

pelayanan sebesar 0,641 dan informasi sebesar 0,641, dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1. dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel kualitas pelayanan sebesar 1,560 serta informasi sebesar 1,560 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak ada gangguan multikolinearitas

3) Uji Autokorelasi

Tabel Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson

Model Summary <sup>a</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.724 <sup>a</sup>	.524	.514	2.554	2.131

a. Predictors: (Constant), Informasi, Kualitas\_Pelayanan  
 b. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen  
 Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 2,131 yang berada diantara interval 1.550-2.460

4) Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.8**  
**Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
B	Std. Error	Beta	t			
1	(Constant)	1.810	1.898		.849	.398
	Kualitas_pelayanan	-.007	.056	-.218	-1.739	.085
	Informasi	.102	.054	.235	1.875	.064

a. Dependent Variable: RES2  
 Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, glejser test model pada variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig) sebesar 0,085 dan informasi (X2) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig) sebesar 0,064 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas. Sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian

d. Uji Regresi Linier

Tabel 4.17  
 Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,933	2,834		5,270	,000
	Kualitas Pelayanan	,629	,074	,657	8,545	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
 Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 14,933 + 0,629 X_1$

Tabel 4.18  
 Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Informasi (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,157	2,839		5,691	,000
	Informasi	,594	,073	,637	8,098	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
 Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 16,157 + 0,594 X_2$ .

Tabel 4.19  
 Hasil Pengujian Regresi Berganda Variabel Kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Informasi (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,641	2,883		3,344	,001
	Kualitas_pelayanan	,411	,085	,430	4,886	,000
	Informasi	,354	,082	,380	4,295	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
 Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan dari hasil analisis perhitungan regresi pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 9,641 + 0,411 X_1 + 0,354 X_2$

e. Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4.20  
 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
		1	,657 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	98	98
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,657 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	98	98

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,657 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 4.21  
 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Informasi produk (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Informasi	Pearson Correlation	Kualitas Informasi	Kepuasan Konsumen
		1	,637 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	98	98
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,637 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	98	98

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,637 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 4.22  
 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Informasi (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,724 <sup>a</sup>	,524	,514	2,553

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Informasi  
 Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien korelasi sebesar 0,724 artinya variabel kualitas pelayanan dan kualitas informasi mempunyai tingkat hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen

f. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 4.23  
 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,657 <sup>a</sup>	,432	,428	2,778

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan  
 Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada table di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,432 maka dapat disimpulkan bahwa variable kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variable kepuasan konsumen sebesar 43,2% sedangkan sisanya sebesar (100-43,2%)= 56,8% dipengaruhi faktor lain

Tabel 4.24  
 Hasil Analisis Koefisien Secara Parsial Antara Informasi (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637 <sup>a</sup>	,406	,400	2,840

a. Predictors: (Constant), Informasi  
 Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan pada pengujian pada table diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,406 maka dapat disimpulkan bahwa variable

informasi berpengaruh terhadap variable kepuasan konsumen sebesar 40,6% sedangkan sisanya sebesar  $(100-40,6\%) = 60,4\%$  dipengaruhi faktor lain

Tabel 4.25  
 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Kualitas Pelayanan (X1) Dan Informasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 <sup>a</sup>	.524	.514	2.554

a. Predictors: (Constant), Informasi, kualitas pelayanan

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada table di atas, diperoleh bilai koefisien determinasi sebesar 0,524 maka dapat disimpulkan bahwa variable kualitas pelayanan dan informasi berpengaruh terhadap variable kepuasan konsumen sebesar 52,4% sedangkan sisanya sebesar  $(100-52,4\%) = 47,6\%$  dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

g. Uji Hipotesis

Tabel 4.26  
 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.933	2.834		5.270	.000
	Kualitas Pelayanan	.629	.074	.657	8.545	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel (8,545 > 1,985) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig.0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka Ho ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.27  
 Hasil Uji t Variabel Kualitas informasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.157	2.839		5.691	.000
	Informasi	.594	.073	.637	8.098	.000

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > 1 tabel atau (8,098 > 1,985). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < Sig 0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka Ho ditolak dan H2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat

pengaruh yang signifikan antara kualitas informasi terhadap kepuasan konsumen

Tabel 4.28  
 Hasil Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Kualitas pelayanan (X1) dan Informasi (X2) Terhadap Kepuasan konsumen (Y)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	683.242	2	341.621	52.373	.000 <sup>b</sup>
	Residual	619.666	95	6.523		
	Total	1302.908	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Informasi, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (52,373 > 2.700), hal ini juga diperkuat dengan p value < Sig 0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka Ho ditolak dan H3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan informasi terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bintang Motor Cabang Tangerang

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan informasi terhadap kepuasan konsumen, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. 1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 14,993 + 0,620 X1$ , nilai korelasi sebesar 0,657 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 43,2% dan uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (8,545 > 1,985). Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Bintang Motor Cabang Tangerang.
- b. 2. Informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 16,157 + 0,549X2$  nilai korelasi sebesar 0,637 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 40,6% dan uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (8,098 > 1,985). Dengan demikian H0 ditolak dan H2 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT Bintang Motor Cabang Tangerang.

- c. 3. Kualitas pelayanan dan informasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 9,641 + 0,411X_1 + 0,354X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,724 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 52,4% sedangkan sisanya sebesar 47,6% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (52,373 > 2,700). Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan kualitas pelayanan dan informasi terhadap kepuasan konsumen pada PT Bintang Motor Cabang Tangerang

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Christy Elsa Uлита, Pengaruh Kualitas Sistem, Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT Eka Sari Lorena" exl express", JOM FISIP Vol 6. Edisi II Juli-Desember 2019, ISSN: 2355-9619.
- [2] Eswika Nilasari & Istiatin, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT Ramayana Motor Sukoharjo, Jurnal Paradigma Vol. 13 No. 01. Februari-Juli 2015: ISSN: 1693-0827.
- [3] Ida Bagus Gede Mawang Mangun Buana, Ni Gusti Putu Wirawati, Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Informasi, dan Perceived Usefulness Pada Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi pada PDAM Tirta Mangutama Kabupaten Bandung. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol. 22.1. Januari (2018) 683-713, ISSN 2302-8536
- [4] Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja, Joko Widodo, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwang, Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial Volume 12 Nomer 1 (2018), ISSN 1907-0090.
- [5] Ni Made Sri Rukmiyati & I Ketut Budiarta, Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi Perceived Usefulness Pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi (Studi Empiris pada Hotel Berbintang di Propinsi Bali), E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.1 (2016): 115-142, ISSN: 2337-3067.
- [6] Rizky Reza Putranto, Sasi Utami; Rinto Nurbambang, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus JIMEK - Volume 2 Nomor 2 Desember 2019: ISSN: 2621-2374.
- [7] Puri Nilam Kencana, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service di Dealer Honda Wahana Ciputat, jurnal mandiri Vol. 4, No. 1, Juni 2020: 26-37 : ISSN: 2580 3220.
- [8] Patri Rahmayanti Tambunan dan Bethani Suryawardani, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kualitas informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT JNE perwakilan Kawaluyan, Banking and Management Review Vol 4 No.2 2015, ISSN 2252-8520.
- [9] Yeni Marsih, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda PT Nusantara Surya Sakti Sekayu, Jurnal Adminika Volume 5. No. 1. Januari-Juli 2019, ISSN: 2442-3343.