

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *POST SERVICE FOLLOW UP*
(PSFU) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. ASTRA
INTERNATIONAL TBK-TOYOTA SALES OPERATION (TSO) AUTO2000
CABANG PASTEUR KOTA BANDUNG**

Suparno Saputra – Adinda Syfa Apriliani

**Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia
Email: suparnosaputra@poltekpos.ac.id - adindasyfa341@gmail.com**

ABSTRACT

The aim to see how the quality of the Post Service Service Follow Up (PSFU) has affected customer satisfaction at astra international tbk-toyota sales operation (tso) auto2000 of the bandung Pasteur branch.

The type of research in this study uses a quantitative descriptive study method with technique sampling sampling and sample withdrawal using the simple random sampling. The number of samples used was 93 respondents to astra international tbk-toyota sales operation (TSO) auto2000 of the bandung Pasteur branch. Data processing research USES the SPSS statistics application. The data analysis techniques used are simple descriptive and regression analysis.

The results show the quality of the Post Service Service Follow Up (PSFU) should significantly affect customer satisfaction of 62.7% while the rest is 37.3% (from 100% - 62.7%) affected by other factors. Hypothesis testing has suggested that there is a simultaneous, partial impact on the complacency of astra international tbk-toyota sales operation (tso) auto2000 of the Pasteur city of bandung branch.

Key words: *service quality, customer satisfaction*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Di era globalisasi ini, industri otomotif transportasi kendaraan mobil di Indonesia berkembang pesat dari tahun ke tahun, terutama di kota-kota besar di Indonesia kendaraan mobil ini sangat dibutuhkan. Keadaan pasar yang menjadi luas dan peluang pasar berada dimana-mana hal ini mengakibatkan persaingan semakin terbuka dan ketat berlomba-lomba untuk dapat memenuhi kebutuhan serta permintaan yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Semakin terbukanya kompetisi ditengah persaingan yang ketat, banyak

perusahaan bekerja keras untuk memuaskan pelanggan dengan memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan sehingga akan muncul kepuasan di dalam benak pelanggan.

Salah satu perusahaan jasa penjualan, perawatan, perbaikan, dan penyediaan suku cadang Toyota adalah perusahaan PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation (TSO) Auto2000* cabang Pasteur kota Bandung. Untuk tetap menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dan tetap berkompetisi dipersaingan yang ketat karena banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menarik

hati pelanggan. Maka dari itu, perusahaan PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 cabang Pasteur kota Bandung menyediakan pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) yang merupakan pengembangan peningkatan layanan *service* di bengkel perbaikan kendaraan Auto2000 yang dimana untuk memastikan pelanggan puas terhadap kualitas kendaraan setelah *service* dibengkel. *Post Service Follow Up* (PSFU) bagian dari program layanan *service* yang menciptakan dan menjaga kepuasan pelanggan di *area after sales service*, mulai dari pelanggan datang ke bengkel untuk memperbaiki kendaraan sampai kendaraan diinformasikan kepada pelanggan kendaraan telah selesai diperbaiki. Dengan program layanan *service* ini *Post service Follow Up* (PSFU) dapat hubungan baik dengan pelanggan karena kepuasan pelanggan tercapai yang dapat membuat pelanggan datang kembali ke bengkel Auto2000 untuk melakukan *service* kendaraan mobil kembali. *Post Service Follow Up* (PSFU) adalah pelayanan yang menanyakan kepuasan pelanggan dengan melakukan *follow up* pelanggan melalui via telepon yang mendengarkan respon pelanggan untuk memastikan tanggapannya mengenai kepuasan, keluhan, serta saran dan menghubungi pelanggan yang tidak mengangkat telepon melalui WhatsApp yang dimana untuk memberikan saran setelah melakukan *service* kendaraan mobil serta pelayanan ini melakukan menginput data pelanggan dari sistem yang disediakan perusahaan yaitu TDMS (*Toyota Dealer Management System*) dan membuat catatan keluhan apabila ada pelanggan keluhan yang

nantinya akan disampaikan kepada *service advisor* dan mekanik.

Namun, dari pelanggan yang yang membalas pesan di WhatsApp dan pelanggan yang berhasil dihubungi oleh petugas PSFU ada yang memberikan keluhan pada kendaraannya setelah melakukan *service* di bengkel Auto2000 cabang Pasteur kota Bandung karena merasa kebutuhannya tidak terpenuhi dengan baik, yaitu sesuai dengan data terdapat penyampaian ketidakpuasan yang disampaikan oleh pelanggan yaitu Non FIR atau kualitas *service* kendaraan mobil setelah melakukan *service* kendaraan yang dimana masih belum ada perubahan pada kendaraan setelah melakukan *service* dan *Non Reasonable Time* atau lama waktu pengerjaan *service* kendaraan mobil yang melebihi estimasi yang telah disepakati dan pada *area* Non FIR kualitas *service* terdapat pelanggan yang kebutuhan dan keinginan tidak terpenuhi dibagian *engine, electrical, power train & chasis, body, dan non* teknis. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas bahwa perusahaan sangat bergantung pada pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) dampak positif yang dirasakan perusahaan dengan adanya *Post Service Follow Up* (PSFU) perusahaan dapat melihat besarnya kepuasan pelanggan setelah menggunakan layanan *service* kendaraan mobil.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO)

Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung”.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang masalah diatas rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung ?
- b. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung ?
- c. Apakah kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diperoleh peneliti dari pelaksanaan tugas akhir adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung.
- b. Untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung.

- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Manajemen Pemasaran

Pasar adalah sebagai suatu tempat di mana terjadi penawaran dan permintaan yang terjadi di mana saja dan kapan saja yang tidak dapat dibatasi oleh waktu.

Pemasaran merupakan sebuah sistem dari kegiatan-kegiatan yang beroperasi dalam suatu lingkungan yang dibatasi oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri yang berusaha untuk menghasilkan keuntungan dari hasil penjualan yang dicapai (Indrasari, 2019:2). Sedangkan manajemen pemasaran adalah suatu proses yang dimulai dari proses perencanaan, pengarahannya, pengendalian produk maupun jasa, penetapan harganya, distribusinya dan promosinya yang bertujuan dapat membantu perusahaan dalam mencapai sasarannya (Indrasari, 2019:9).

Menurut (Dharmesta dan Handoko (Indrasari, 2019:9) manajemen pemasaran adalah proses manajemen yang meliputi penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan suatu kegiatan pemasaran di dalam perusahaan.

2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Parasuranman (Indrasari, 2019:64-65), kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan.

Menurut (Fandy Tjiptono (Indrasari, 2019:61), kualitas pelayanan

adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dan ketepatan dalam penyampaianya yang diimbangi dengan harapan pelanggan. Sedangkan menurut (Lewis dan Booms (Kurniasih, 2021:15), kualitas pelayanan adalah sebagai suatu ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dan mampu terwujud sesuai harapan.

3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut (Parasuraman (Indrasari, 2019:64-65), yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi, antara lain sebagai berikut:

- a. *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b. *Reliability* (Kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* (Ketanggapan), yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan, keramahan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- e. *Empathy* (Empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

4. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah ungkapan perasaan senang atau kecewa dari seseorang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang terpikirkan kinerja yang telah diharapkan (Kotler dan Keller (Indrasari, 2019:82).

Menurut (Churchill (Candrianto, 2021:46), bahwa kepuasan pelanggan memiliki reaksi secara keseluruhan antara harapan konsumsi dengan produk atau jasa di dasar persepsi reaksi, evaluasi, dan psikologis.

Menurut (Kurniawan (Candrianto, 2021:46), kepuasan pelanggan adalah ketika informasi seperti produk diskon dan penawaran khusus lainnya pada produk yang berbeda perjalanan di masyarakat, dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

5. Indikator Kepuasan Pelanggan

Pada kepuasan pelanggan memiliki beberapa indikator-indikator menurut (Fandy Tjiptono (Indrasari, 2019:92), antara lain sebagai berikut:

- a. Kesesuaian Harapan adalah suatu tingkat kesesuaian antara hasil kerja secara kualitas dan kuantitas produk maupun jasa yang diharapkan oleh pelanggan dan digunakan oleh pelanggan.
- b. Minat berkunjung kembali adalah kesediaannya pelanggan untuk berkunjung kembali setelah melakukan pemakaian ulang terhadap produk maupun jasa yang digunakan.
- c. Kesiediaan merekomendasikan adalah dimana pelanggan sedia untuk merekomendasikan produk maupun jasa yang telah digunakan kepada kerabat terdekatnya.

6. Hipotesis Penelitian

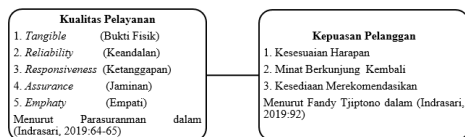
Hipotesis penelitian adalah dugaan sementara mengenai hasil penelitian yang telah diharapkan oleh peneliti. Berikut merupakan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_a : kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung.

H_0 : kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung.

7. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori menurut ahli yang telah disampaikan, maka dapat diketahui kerangka pemikiran diantaranya sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah oleh Peneliti 2022

C. METODOLOGI PENELITIAN

1. Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan asosiatif kuantitatif yang berkaitan dengan angka. Dalam penelitian ini terdapat variabel-variabel yang akan digunakan dan dijelaskan hubungannya antara variabel-variabel yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) dan kepuasan

pelanggan di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung.

2. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini untuk mengetahui tentang pengaruh antara kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) terhadap kepuasan pelanggan perusahaan PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung.

Dalam penelitian menggunakan dimensi yang digunakan untuk variabel kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Parasuraman dalam (Indrasari, 2019:64-65) dan sedangkan variabel kepuasan pelanggan perusahaan PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung yang selaras dengan teori yang disampaikan oleh Fandy Tjiptono dalam (Indrasari, 2019:92).

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian tempat yang dilakukan oleh peneliti yaitu di perusahaan PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung yang berlokasi di Jl. DR. Djunjunan No. 192, Sukagalih, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung.

4. Operasional Variabel

Operasional variabel dalam penelitian ini terdapat variabel-variabel yang akan digunakan dan dijelaskan hubungannya antara variabel-variabel yang akan diteliti yaitu antara variabel kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) dan kepuasan pelanggan di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000

Cabang Pasteur Kota Bandung, antara lain sebagai berikut:

- a. Variabel Bebas (Independen), Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU).
- b. Variabel Terikat (Dependen), Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan Pelanggan.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang mencakup objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan sifat tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk terlebih dulu dipelajari lebih lanjut. Kemudian, ditarik dalam sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2021:126). Berdasarkan Pernyataan ahli diatas populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan bengkel Auto2000 cabang Pasteur Kota Bandung. Jumlah populasi yang digunakan diperoleh dari data sekunder perusahaan yaitu data pelanggan selama 1 bulan terakhir yaitu bulan juni tahun 2022 dengan total sebanyak 1.300 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dengan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut (Sugiyono, 2021:127). Maka dari itu, sampel harus dilihat dari dugaan terhadap populasi. Berdasarkan Pernyataan ahli diatas maka pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagian dari pelanggan bengkel Auto2000 cabang Pasteur Kota Bandung.

Probablity Sampling merupakan teknik pengambilan *sampling* seluruh anggota populasi mempunyai peluang

yang sama untuk jadi anggota dari sampel (Sugiyono, 2021:128-129). Berdasarkan uraian penjelasan *probability sampling*, maka dari itu peneliti memutuskan untuk menggunakan teknik *Probability Sampling*, sedangkan metode penarikan sampel dalam penelitian ini yang dipilih dan digunakan adalah *Simple Random Sampling* atau teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata (penggolongan) populasi (Sugiyono, 2021:128-129). Jumlah populasi yang diketahui dari data sekunder sebanyak 1.300 orang. Maka dari itu, besar sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin.

$$\frac{N}{1 + (Ne)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

Maka:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.300}{1 + (1.300 \times (0,1)^2)} \\ &= \frac{1.300}{1 + 13} \\ &= \frac{1.300}{14} \end{aligned}$$

= 92,85 jumlah sampel

≈ dibulatkan menjadi 93 sampel

6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode pengumpulan data secara deskriptif

yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden, peneliti memutuskan melakukan penyebaran kuesioner karena dianggap lebih tepat serta memudahkan peneliti ketika melakukan penelitian. Adapun yang dimaksud dengan kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan golongan atau tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2021:199).

7. Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian kemampuan instrumen terhadap pengumpulan data penelitian (Kuesioner) apakah benar-benar mengukur apa yang ingin diukur (Silalahi, 2018:29). Pada penelitian ini menggunakan uji validitas untuk menguji kelayakan kuesioner apakah layak atau tidak sebagai pengujian instrumen penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian instrumen yang digunakan untuk menentukan sejauh mana hasil suatu pengukuran dari seperangkat kuesioner dapat stabil dan dipercaya (Silalahi, 2018:29). Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan terhadap kuesioner yang sudah memiliki validitas dan data yang didapatkan menunjukkan hasil yang stabil dan konsisten apabila melakukan pengukuran kembali.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian instrumen yang menentukan apakah data berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal (Silalahi, 2018:54). Dalam penelitian ini uji normalitas yang dilakukan untuk menguji variabel bebas (Independen)

dan variabel terikat (dependen) yang dimana dari keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak normal.

d. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik analisis yang dilakukan untuk menggambarkan dan mengukur karakteristik dari suatu fenomena sosial (Silalahi, 2018:97). Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra International Tbk-Toyota Sales Operation (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung.

e. Uji Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk dua variabel yaitu satu variabel bebas yang dihipotesiskan untuk memprediksi satu variabel terikat (Silalahi, 2018:280). Analisis regresi sederhana ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Nilai variabel dependen yang diprediksi

a = Harga konstan

b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen

x = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai independen.

f. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah pengukuran yang digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (Silalahi, 2018:300). Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui dan

mengukur presentase total variasi variabel terikat (Y) yang dijelaskan variabel bebas (X) di dalam suatu garis regresi.

g. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi dalam penelitian digunakan untuk mengetahui dua variabel yaitu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) setelah diregresikan memiliki korelasi yang erat dan korelasi tersebut signifikan atau tidak (Silalahi, 2018:283). Berikutnya untuk dapat memberikan interpretasi data dalam penelitian seberapa kuat hubungan tersebut. Maka dari itu, menggunakan pedoman interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2021:276).

- 00,00-0,199 = Sangat Rendah
- 0,20-0,399 = Rendah
- 0,40-0,599 = Sedang
- 0,60-0,799 = Kuat
- 0,80-1,000 = Sangat Kuat

8. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F adalah pengujian yang dipergunakan untuk mengukur uji kelayakan atau uji kecocokan model regresi (Silalahi, 2018:298). Model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinilai layak atau cocok tidaknya yaitu salah satunya dengan melakukan uji F.

b. Uji T

Uji t adalah pengujian yang dipergunakan untuk membuktikan apakah variabel secara individu memengaruhi variabel terikat (Silalahi, 2018:298).

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Kualitas Pelayanan Post Service Follow Up (PSFU) (X)	1	0.625	0.1716	Valid
	2	0.517	0.1716	Valid
	3	0.611	0.1716	Valid
	4	0.657	0.1716	Valid
	5	0.670	0.1716	Valid
	6	0.776	0.1716	Valid
	7	0.667	0.1716	Valid
	8	0.739	0.1716	Valid
	9	0.681	0.1716	Valid
	10	0.761	0.1716	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	11	0.645	0.1716	Valid
	12	0.703	0.1716	Valid
	13	0.659	0.1716	Valid
	14	0.741	0.1716	Valid
	15	0.816	0.1716	Valid
	16	0.681	0.1716	Valid
	17	0.775	0.1716	Valid
	18	0.725	0.1716	Valid
	19	0.673	0.1716	Valid
	20	0.747	0.1716	Valid

Sumber: Diolah Oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel diatas dengan bantuan aplikasi *IBM SPSS Statistics 25* dapat diketahui bahwa hasil analisis variabel kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) dan variabel kepuasan pelanggan semua indikator dengan pertanyaan masing-masing sebanyak 10 pertanyaan tersebut dinyatakan valid karena diketahui bahwa hasil koefisien validitas seluruh item pertanyaan lebih besar daripada r_{tabel} sebesar 0.1716.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2 Reliability Statistics Kualitas Pelayanan Post Service Follow Up (PSFU)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.908	.909	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel *reliability statistics* diatas dapat diketahui bahwa pertanyaan-pertanyaan kuesioner

mengenai variabel kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) menunjukkan hasilnya dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.908 yang dimana karena koefisien reliabilitas diatas 0.60.

Tabel 3 Reliability Statistics Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.926	.927	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel *reliability statistics* diatas dapat diketahui bahwa pertanyaan-pertanyaan kuesioner mengenai variabel kepuasan pelanggan menunjukkan hasilnya dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.908 yang dimana karena koefisien reliabilitas diatas 0.60.

3. Hasil Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.32236347	
Most Extreme Differences	Absolute	.110	
	Positive	.110	
	Negative	-.069	
Test Statistic	.110		
Asymp. Sig. (2-tailed)	.008 ^c		
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.196 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.186
		Upper Bound	.206
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas diatas dapat diketahui bahwa menunjukkan bahwa hasil signifikansi *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* dalam uji normalitas tersebut sebesar 0,196 yang menyatakan nilai

signifikansi >0,05 dan dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5 Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794 ^a	.631	.627	3.34057

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan PSFU

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel diatas bahwa besarnya angka *R Square* (R²) adalah 0.62,7. angka tersebut digunakan untuk melihat seberapa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan rumus menghitung koefisien determinasi (KD), antara lain sebagai berikut:

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

$$KD = 0.62,7 \times 100\%$$

$$KD = 62,7\%$$

Hasil koefisien determinasi tersebut memiliki maksud bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 62,7% sedangkan sisanya sebesar 37,3% (dari 100% - 62,7%) dipengaruhi oleh faktor lain.

5. Hasil Korelasi

Tabel 6 Correlations

Correlations			
		Kualitas Pelayanan PSFU	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan PSFU	Pearson Correlation	1	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	93	93
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	93	93

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel hasil koefisien korelasi diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0.794 dari nilai koefisien korelasi sebesar 0.794 menurut pedoman membuktikan adanya korelasi yang berada diantara 0,80 – 1,000 yang diartikan sangat kuat.

6. Hasil Uji F

Tabel 7 ANOVA^a

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1736.968	1	1736.968	155.651	.000 ^b
	Residual	1015.505	91	11.159		
	Total	2752.473	92			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan PSFU (X)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh peneliti 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 155.651 sedangkan untuk memperoleh F_{tabel} dengan menggunakan ketentuan taraf signifikan 0,05 dan derajat kebebasan (DK) dengan ketentuan jumlah responden dikurangi jumlah variabel $93-2 = 91$, maka dengan ketentuan tersebut maka diperoleh F_{tabel} sebesar 3,25.

Dari hasil pengolahan data diatas, didapatkan F_{hitung} sebesar $155.651 > F_{tabel}$ sebesar 3.25 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang berada dibawah nilai signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a dapat diartikan bahwa semua variabel bebas kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) yang terdiri dari dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

7. Hasil Uji T

Tabel 8 *Coefficients*^a

<i>Coefficients</i> ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.755	2.932		1.963	.053
	Kualitas Pelayanan PSFU	.841	.067	.794	12.476	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh peneliti 2022

Berdasarkan pada tabel diatas pengaruh dari variabel kualitas pelayan *Post Service Follow Up* (PSFU) terhadap variabel kepuasan pelanggan dapat diketahui dari arah tanda dan taraf signifikansi. Variabel kualitas pelayan *Post Service Follow Up* (PSFU) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayan *Post Service Follow Up* (PSFU) terhadap variabel kepuasan pelanggan karena berdasarkan tabel uji t diatas memperoleh nilai T_{hitung} sebesar 12.476 yang dimana nilainya lebih besar dari T_{tabel} sebesar 1.666 dan taraf signifikansinya 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 serta nilai T_{hitung} memiliki tanda yang positif. Maka dari itu, secara parsial variabel kualitas pelayanan *Post Service Follow UP* (PSFU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Auto2000*.

$$Y = 5.755 + 0.794x$$

Berdasarkan data tersebut dapat diartikan bahwa analisis regresi sederhana, apabila jika konstanta yang diperoleh sebesar 5.755 artinya apabila kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) $X=0$, maka kepuasan pelanggan sebesar 5.755. Sedangkan koefisien regresi kualitas pelayanan

Post Service Follow Up (PSFU) sebesar 0.794 berarti koefisien regresi kualitas pelayanannya positif/searah. Apabila jika kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan Auto2000 akan meningkat sebesar 0.794. Dapat diartikan bahwa jika kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) meningkat sebesar 1, berarti kepuasan pelanggannya akan meningkat sebesar 0.794.

8. Analisis Deskriptif kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU)

Kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan (Parasuraman (Indrasari, 2019:64-65). Berdasarkan hasil analisis deskriptif mendapatkan perolehan hasil bahwa kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) berada diposisi kategori sangat setuju. Dengan hal ini dibuktikan dari ulasan yang disampaikan dari pelanggan yang menjadi responden dan untuk indikator pertanyaan kualitas pelayanan yang dimana sebagian besar responden memberikan ulasan sangat setuju. Pengukuran indikator pertanyaan yang terdiri dari setiap jumlah dimensi kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) sebesar 4.017 sebagai titik garis kontinum sangat setuju.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu oleh Retno Wulansari (2020) yang menyatakan bahwa pentingnya kualitas pelayanan diukur dari kemampuan perusahaan memberikan pelayanan secara maksimal kepada para pelanggan.

9. Analisis Deskriptif Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah ungkapan perasaan senang atau kecewa dari seseorang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang terpikirkan kinerja yang telah diharapkan (Kotler dan Keller (Indrasari, 2019:82). Kepuasan Pelanggan di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung, berdasarkan pelanggan yang berhasil dihubungi oleh petugas PSFU. Diantaranya ada pelanggan yang memberikan keluhan pada kendaraannya setelah melakukan *service* karena merasa kebutuhannya tidak terpenuhi dengan baik.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Nadia Afrilliana (2020), yaitu menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat penting karena dapat mempengaruhi pelanggan untuk dapat menggunakan layanan perusahaan kembali di hari selanjutnya. Hal ini terwujud apabila pelanggan memperoleh pelayanan yang sesuai dengan harapan.

10. Pengaruh kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh antara kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana konstanta yang diperoleh sebesar 5.755 artinya apabila kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) $X=0$, maka kepuasan pelanggan sebesar 5.755. sedangkan koefisien regresi kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) sebesar 0.794 berarti koefisien

regresi kualitas pelayanannya positif atau searah sedangkan hasil dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 63,1% sedangkan sisanya sebesar 36,9% (dari 100% - 63,1%) dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan hasil uji hipotesis nilai signifikansi sebesar 0.000 berada dibawah nilai signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a dan dapat diartikan bahwa semua variabel bebas kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan dan dapat diterima.

Hasil penelitian didukung dari peneliti terdahulu yaitu Retno Wulansari (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dan dijelaskan peneliti memperoleh beberapa kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah. Berikut kesimpulan yang dapat diperoleh, yaitu sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU).
Penilaian berdasarkan analisis deskriptif membuktikan variabel kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) sangat baik karena ulasan yang disampaikan dari pelanggan yang menjadi

responden sebagian besar responden memberikan ulasan sangat setuju. Namun, untuk dimensi *responsiveness* dan dimensi *emphaty* yang memiliki skor terendah dibandingkan dengan dimensi *tangible* yang memiliki skor tertinggi.

- b. Kepuasan pelanggan.
Penilaian berdasarkan analisis deskriptif membuktikan variabel kepuasan pelanggan sangat puas karena ulasan yang disampaikan dari pelanggan yang menjadi responden sebagian besar responden memberikan ulasan sangat setuju. Namun, untuk dimensi kesediaan merekomendasikan memiliki skor terendah dibandingkan dengan dimensi kesesuaian harapan yang memiliki skor tertinggi.
- c. Pengaruh kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) terhadap kepuasan pelanggan.
Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuji dinyatakan bahwa kualitas pelayanan *Post Service Follow Up* (PSFU) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, hasil pembahasan, dan hasil penarikan kesimpulan yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa saran dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

- a. Diharapkan perusahaan PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 cabang Pasteur kota Bandung dapat meningkatkan keahlian petugas PSFU Auto2000 tentang pelayanan jasa yang ditawarkan untuk melayani

- pelanggan dengan baik karena dengan kualitas pelayanan yang baik, pelanggan akan merasa puas.
- b. Pada kepuasan pelanggan PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 cabang Pasteur kota Bandung, harus tetap memperhatikan dan mempertahankan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanannya agar pelanggan tetap merasa puas karena sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.
- c. PT. Astra *International Tbk-Toyota Sales Operation* (TSO) Auto2000 cabang Pasteur kota Bandung harus tetap memperhatikan pelanggan dan meningkatkan dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- F. REFERENSI**
- Bruri Manengal, J.A.F Kalangi, dan A.Y.P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis*, 1, 42–46.
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (M. R. Aqli (ed.); 1st ed.). Literasi Nusantara.
- Dwi Aliyah Apriyani dan Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*.
- Fachrul Alfajar, Mustainah, Muzakir Tawil, dan J. J. P. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada makassar jeans house kota palu. *Journal of Administration and Management Public Literation*, 1, 37–50.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2019). *service quality & customer satisfaction* (f. tjiptono (ed.); 5th ed.). cv. andi ofset.
- Heni Rohaeni dan Nisa Marwa. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2, 312–318.
- Indrasari, M. D. (2019). *Pemasaran & kepuasan pelanggan* (1st ed.). Unitomo press.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan konsumen studi terhadap word of mouth, kualitas layanan dan citra merek* (a. Rozi (ed.); 1st ed.). Bintang sembilan visitama.
- Mahira, Prasetyo Hadi, dan H. N. (2021). No Title. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1267–1283.
- Nadia Afrilliana. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1, 46–55.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Adi Maulana dan Wibi Hardani (ed.); 1st ed.). Erlangga.
- Priska Regina E. Mamesah. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Lucky Inn Manado. *Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sam Ratulangi*, 1, 46–52.
- Putri, N. T. (2018). *Manajemen kualitas terpadu konsep, alat, dan*

- teknik, aplikasi* (1st ed.).
Indomedia pustaka.
- Retno Wulansari. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada indomaret cabang pondok ranji. *Jurnal ekonomi efektif*, 2, 563–569.
- Reza Nurul Ichsan dan Lukman Nasution. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa Effect Of Quality Of Service And Price On Customer Satisfaction In PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4.
- Silalahi, D. U. (2018). *Metodologi analisis data dan interpretasi hasil untuk penelitian sosial kuantitatif* (n. F. Atif (ed.); 1st ed.). Pt refika aditama.
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif dan r&d* (2nd ed.). Alfabeta bandung.
- Suparno Saputra dan Resty Yulistianis Sudarsa. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9, 21–31.
- Dr. Kasmir, SE., M. (2017). *Customer Services Excellent Teori dan Praktik* (Cetakan pe). PT. RajaGrafindo Persada.