

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra
Kota Singkawang**

Merry Rosida

merry.me217@gmail.com
STIE Mulia Singkawang, Indonesia

Bong Kim Sin

STIE Mulia Singkawang, Indonesia

Rudy Lesmana

STIE Mulia Singkawang, Indonesia

ABSTRACT

The research have purpose is to find the effect of service quality including reliability (X1) responsiveness (X2) assurance (X3), empathy (X4), and tangibles (X5), both simultaneously and partially on customer satisfaction (Y) on the driving course at Astri Bina Mitra in Singkawang City. This research method uses a quantitative method. Data obtained through observations and questionnaires. the sampling method using Nonprobability Sampling and then determined 100 respondents, and data analysis tools in this research are using Analysis SPSS version 22.0. Based on tests carried out simultaneously the results of this studies indicate that all independent variables are reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles with together (simultaneously) have positive and significant effect on the dependent variable is customer satisfaction. Based on testing done partially the results of the study indicate that the assurance, empathy and tangibles variables have a positive and significant effect to customer satisfaction. While the reliability and responsiveness variables does not have a significant effect to customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang yang sama membuat masing-masing perusahaan harus teliti dan memperhatikan kepuasan konsumen serta mengembangkan ide-ide baru dalam memberikan barang atau jasa yang ditawarkannya, dengan harapan bisa mempertahankan pasar dalam persaingan. Seiring meningkatnya perekonomian yang ada, Kota Singkawang semakin banyak perkembangan pada sumber daya manusia nya dalam membangun suatu usaha untuk pengembangan menjadi seorang pebisnis jasa ini, terlihat sangat berpeluang di kota Singkawang.

Konsumen memiliki kebebasan untuk memilih pelayanan yang terbaik demi kepuasan pribadi. Dari sini, pihak perusahaan mengembangkan bisnis jasa yang memang sedang diperlukan oleh khalayak ramai. Ada beberapa faktor yang menjadi alasan untuk mendapat tempat sendiri di hati konsumen, misalkan memberikan pelayanan yang melebihi harapan atau diluar ekspektasi dari yang konsumen rasakan. Selama memberikan pelayanan yang maksimal tentunya dari perusahaan kepada konsumennya akan mendapatkan yang namanya kepuasan. Dalam suatu kepuasan konsumen ini, dengan harapan yang didapatkan dari pelayanan yang lebih baik dari yang dibayangkan, maka konsumen juga tidak ragu dalam mempromosikan perusahaan yang dianggap bermanfaat dan professional untuk direkomendasikan secara WOM (*Word Of Mouth*) atau dalam prakteknya lebih sering dikatakan referensi/informasi dari mulut ke mulut (*Mouth To Mouth*) dimana konsumen memberikan informasi secara lisan kepada konsumen lain mengenai segala yang dirasakan dari pelayanan perusahaan baik itu kepuasan yang melebihi ekspektasi maupun masih perlu perbaikan atau masukan dari konsumen agar mendapatkan lebih baik lagi dari kepuasan konsumen.

Dalam suatu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen hal ini perusahaan jasa kursus mengemudi para pengusahanya yang sudah berdiri sejak lama dan maju hingga sekarang juga tidak kalah persaingannya dalam bisnis jasa ini. Perusahaan menyetir mobil matic maupun manual semakin berkembang pesat yang menjadikan peluang sebagai pelayanan jasa. Salah satu menjadi hal penting bagi perusahaan terutama dari kursus mengemudi ini, para karyawan dilatih dan dikembangkan agar bisa mendapatkan nilai baik di mata konsumen.

Apabila harapan konsumen telah dipenuhi, maka hal ini akan sangat berpengaruh bagi perusahaan terutama kursus mengemudi yang ada di kota Singkawang. Lembaga Kursus dan Pelatihan Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang adalah salah satu usaha yang sudah cukup lama bergerak dibidang kursus mengemudi yang ada di Singkawang. Dalam menjalankan usahanya, kursus mengemudi melatih konsumennya menyetir mobil dari matic maupun manual. Astri Bina Mitra menyediakan pelayanan jasa menyetir mobil yang membuat siswa mahir mengemudi mobil dengan baik dan benar serta mengerti peraturan lalu lintas dan sebagainya.

Berikut adalah daftar dalam persaingan lembaga kursus dan pelatihan mengemudi yang terdapat di Kota Singkawang pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Daftar Persaingan Lembaga Kursus dan Pelatihan Mengemudi Astri Bina Mitra Di Singkawang

No.	Nama Lembaga	Alamat
1	Kursus Mengemudi Ananda	Jalan Bambang Ismoyo No. 26 RT/RW : 008/03 Kel. Jawa Singkawang Tengah.
2	Kursus Mengemudi Active Mandiri	Jalan Tani, Gang Setia Negara (Eks PGRI 4) Kel. Sungai Wie, Kec. Singkawang Tengah.
3	LKP Mitra Mandiri	Jalan Raya Sedau RT : 35/XV No.34 Kota Singkawang.

Sumber : Data Olahan, 2019

Tabel 1. Kursus Mengemudi memiliki persaingan yang bergerak dibidang yang sama yaitu kursus mengemudi. Setiap kursus mengemudi memiliki caranya sendiri dalam bersaing dengan kursus mengemudi lainnya. Salah satu cara untuk menarik minat konsumen memberikan promosi yaitu dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik, dengan harga terjangkau untuk semua kalangan yang dibutuhkan oleh konsumen.

Berikut adalah daftar jumlah peserta didik kursus mengemudi pada Astri Bina Mitra Kota Singkawang pada saat ini pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Jumlah Peserta Didik Kursus Mengemudi Pada Astri Bina Mitra Kota Singkawang Tahun 2014-2018

Tahun	Peserta Didik	Persentase (Persen)
2014	693	-
2015	645	6,93
2016	533	17,63
2017	594	11,44
2018	643	8,25

Sumber : ABM Kursus Mengemudi Mobil, 2019

Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah peserta didik kursus mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang yang mendaftar mengalami fluktuasi dari tahun 2014 hingga tahun 2018. Pada tahun 2014 jumlah peserta didik yang mendaftar sebanyak 693 peserta didik. Pada tahun berikutnya 2015 jumlah pendaftar mengalami penurunan sebanyak 48

peserta didik atau 6,93 persen dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2016 jumlah pendaftar mengalami penurunan sebanyak 112 peserta didik atau 17,63 persen dari tahun sebelumnya. Selanjutnya, pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebanyak 61 peserta didik atau 11,44 persen dari tahun sebelumnya. Dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan kembali sebanyak 49 peserta didik atau 8,25 persen dari tahun sebelumnya.

Dengan berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis berminat untuk melakukan penelitian yang berjudul : “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang”.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2012: 5): “Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya”.

2.2 Pengertian Jasa

Menurut Prasetya dan Lukiastuti (2011: 72): “Jasa adalah sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Jadi, jasa tidak pernah ada dan hasilnya dapat dilihat setelah terjadi. Misal : Bila anda potong rambut, jasa dikonsumsi ketika diproduksi, tetapi hasil jasa tampak dan akan berakhir beberapa waktu. Kesenjangan produksi dan konsumsi merupakan perbedaan yang penting. Jasa tidak dapat diproduksi disatu tempat dan dikirim ketempat lain seperti barang, juga tidak dapat disimpan. Semua karakteristik ini dapat dihubungkan dengan kesenjangan produksi dan konsumsi”.

2.3 Pengertian Pelayanan

Menurut Adisaputro (2010: 187): “Pelayanan yang dipersepsikan atau yang diperoleh berada dibawah pelayanan yang diharapkan, maka pelanggaran menjadi kecewa. Bila mana pelayanan yang dipersepsikan sama atau bahkan melebihi pelayanan yang mereka harapkan pelanggan cenderung untuk menjadi puas ada kemungkinan mereka akan menggunakan jasa yang sama diwaktu yang akan datang”.

2.4 Dimensi Kualitas Jasa

Menurut Zeithaml, et al dalam bukunya Oentoro (2012: 132-133): Mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa, yaitu :

- a. *Reability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- b. *Responsiveness*, yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi: kesigapan karyawan dalam

menanggapi pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanggapan keluhan pelanggan.

- c. *Assurance*, meliputi kemampuan karyawan atas : perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberi informasi, dan kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan.
- d. *Emphaty*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan.
- e. *Tangibles*, meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan Front Office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

2.5 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013: 181): “Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen”.

2.6 Pengaruh X1, X2, X3, X4, X5 terhadap Y

H₁ : Terdapat pengaruh variabel keandalan (X1) terhadap kepuasan konsumen pada Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang.

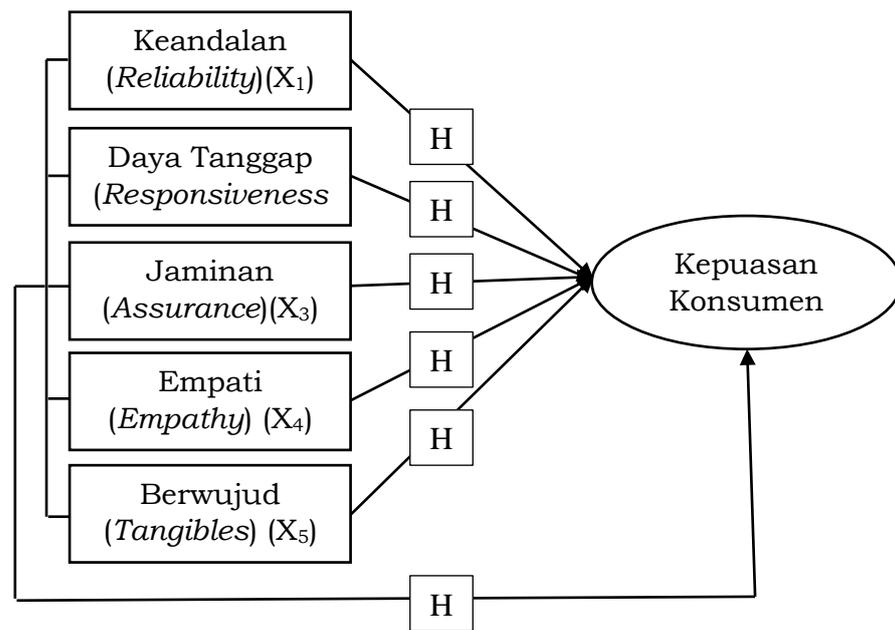
H₂ : Terdapat pengaruh variabel ketanggapan (X2) terhadap kepuasan konsumen pada Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang.

H₃ : Terdapat pengaruh variabel jaminan (X3) terhadap kepuasan konsumen pada Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang.

H₄ : Terdapat pengaruh variabel empati (X4) terhadap kepuasan konsumen pada Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang.

H₅ : Terdapat pengaruh variabel berwujud (X5) terhadap kepuasan konsumen pada Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang.

H₆ : Terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen pada Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang (Y).



Sumber: Data Olahan, 2019

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Penelitian dalam penulisan skripsi ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Untuk metode pengumpulan data penulis menggunakan dua cara yaitu Observasi (Pengamatan) dan Kuisioner (Angket) sebagai data primer. Kemudian Studi Dokumenter sebagai data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta didik Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang pada tahun 2018 yang berjumlah 643 orang.

Teknik pengambilan sampel adalah *Nonprobability Sampling* atau Sampling Purposive. Menurut Sugiyono (2015: 156): "Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Disini yang diambil menjadikan sampel adalah peserta didik yang masih aktif atau pernah mengikuti kursus mengemudi dan yang berada di Kota Singkawang. Alat yang dipakai dalam Analisis menggunakan aplikasi SPSS versi 22.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Evaluasi Hasil Analisis Data Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan uji prasyarat yang biasanya dilakukan jika akan melakukan analisis kolerasi atau regresi linear. Untuk uji linearitas pada SPSS digunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi pada *Linearity* kurang dari 0,05. Atau berdasar teori lain, yaitu jika signifikansi pada *Deviation From Linearity* > 0,05, maka kedua variabel berhubungan secara linear.

Berdasarkan dari hasil uji linearitas dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel. 5 Hasil Uji Linearitas

Variabel Independen	Variabel Dependen	Deviation from Linearity	Nilai Linearity	Ket
Keandalan	Kepuasan Konsumen	0,739	>0,05	Linear
Daya Tanggap	Kepuasan Konsumen	0,179	>0,05	Linear
Jaminan	Kepuasan Konsumen	0,985	>0,05	Linear
Empati	Kepuasan Konsumen	0,860	>0,05	Linear
Berwujud	Kepuasan Konsumen	0,068	>0,05	Linear

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Tabel 5 ini tentang uji linearitas menunjukkan bahwa semua nilai variabel yang terdiri dari Keandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empathy*) (X_4), dan Berwujud (*Tangible*) (X_5) mempunyai hubungan linear terhadap Kepuasan Konsumen (Y) karena semua linearitasnya mempunyai *Deviation From Linearity* diatas 0,05.

4.2 Evaluasi Hasil Analisis Data Uji Multikolonieritas

Agar dapat mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolonieritas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), bila *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas. Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

No.	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1.	Keandalan (X ₁)	0,491	2,035
2.	Ketanggapan (X ₂)	0,445	2,247
3.	Jaminan (X ₃)	0,543	1,843
4.	Empati (X ₄)	0,426	2,348
5.	Bukti Fisik (X ₅)	0,430	2,327

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF kurang dari sepuluh ($VIF < 10$) dan Tolerance lebih dari 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

4.3. Evaluasi Hasil Analisis Data Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Pada regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari Tabel 7 diatas Uji Heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk Keandalan (X₁) sebesar 0,266, Daya Tanggap (X₂) sebesar 0,127, berikutnya Jaminan (X₃) sebesar 0,495, dilanjutkan Empati (X₄) sebesar 0,653, dan yang terakhir berwujud (X₅) sebesar 0,110. Sehingga disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi di atas 0,05.

Berdasarkan dari hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

No.	Variabel	Ket
1	Keandalan (X ₁)	0,266
2	Daya Tanggap (X ₂)	0,127
3	Jaminan (X ₃)	0,495
4	Empati (X ₄)	0,653
5	Berwujud (X ₅)	0,110

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

5. Kesimpulan

Berdasarkan judul yang diangkat “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Berikut diuraikan kesimpulan dibawah ini :

5.1 Hasil Data Karakteristik Responden

Dari 100 responden yang menjadi sampel kursus mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang yang berdasarkan :

- Umur Responden : Kisaran usia dari 17 hingga 52 tahun yang menjadi sampel pembagian kuisioner, mayoritas mengikuti pelatihan kursus mengemudi yaitu umur 19 tahun sebanyak 12 orang dari 100 responden, dan yang paling sedikit adalah umur 27, 30, 35, 36, 38, 40, 45, 46, 47, 48, 52 masing-masing sebanyak satu orang.
- Jenis Kelamin : Secara kebetulan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 50 orang dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 50 orang dengan jumlah 100 responden.
- Daerah Kecamatan : Dari lima kecamatan daerah Singkawang Barat, Singkawang Tengah, Singkawang Selatan, Singkawang Utara, dan Singkawang Timur. Responden terbanyak berasal dari kecamatan Singkawang Barat sebanyak 26 orang dan yang paling sedikit berasal dari kecamatan Singkawang Timur sebanyak sembilan orang.
- Pekerjaan : Dari enam status pekerjaan sebagai Pelajar, Mahasiswa, Pegawai Negeri, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga, Lain-lain (Guru Honorer, Buruh, Pegawai Swasta, Asisten Toko) yang terbanyak menggunakan jasa kursus mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang adalah yang berstatus pekerjaan Wiraswasta sebanyak 43 orang dan yang paling sedikit adalah yang berstatus pekerjaan Lain-lain yang diluar pilihan kuisioner sebanyak sembilan orang.
- Pendidikan Terakhir : Tingkat pendidikan yang ada dalam kuisioner ialah dari SD, SMP, SMA/K, Diploma 3, Strata 1, Strata 2. Dari 100 responden yang terbanyak pendidikan terakhirnya adalah SMA/K sederajat sebanyak 59 orang dan yang paling rendah adalah Diploma 3 sebanyak tiga orang, untuk Strata 2 berjumlah nol responden.

- Penghasilan Rata-rata Per Bulan: kisaran yang ada pada kuisioner ada lima kelompok yang bisa dipilih yaitu, Rp1.000.000,00 – Rp2.000.000,00; Rp2.100.000,00 – Rp3.000.000,00; Rp3.100.000,00 – Rp4.000.000,00; Rp4.100.000,00 – Rp5.000.000,00; dan lebih dari Rp5.000.000,00. Dari 100 responden yang memiliki penghasilan rata-rata per bulan mayoritasnya adalah Rp1.000.000,00 – Rp2.000.000,00 sebanyak 52 orang, dan yang paling sedikit responden dengan penghasilan rata-rata per bulan adalah yang berpenghasilan lebih dari Rp5.000.000,00 sebanyak tiga orang.

5.2 Hasil Pengujian Hipotesis

Pada hasil penelitian dari persepsi responden, terdapat dua variabel yang tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (*Costumer Satisfaction*) yaitu variabel Keandalan (*Reliability*) dengan nilai rata-rata 4,27 yang dikategorikan sangat tinggi, dan variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) dengan nilai rata-rata 3,99 yang dikategorikan tinggi. Sedangkan sisa tiga variabelnya berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (*Costumer Satisfaction*) yaitu variabel Jaminan (*Assurance*) dengan nilai rata-rata 4,29 yang dikategorikan sangat tinggi, selanjutnya variabel Empati (*Emphaty*) dengan nilai rata-rata 3,89 yang dikategorikan tinggi, yang terakhir variabel Berwujud (*Tangible*) dengan nilai rata-rata 4,07 yang dikategorikan tinggi. Kesimpulannya pada variabel tertinggi adalah variabel Jaminan (*Assurance*) dan yang terendah adalah variabel Empati (*Emphaty*).

5.3 Hasil Analisis Data

Dari 100 responden yang tersebar pada kursus mengemudi Astri Bina Mitra mengenai penelitian ini Analisis Uji Validitas pada variabel independen (Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Berwujud) dan variabel dependen (Kepuasan Konsumen) masing-masing mempunyai signifikan sebesar 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan (indikator) yang terdapat dalam seluruh variabel tersebut adalah valid, karena semua item pertanyaan mempunyai nilai signifikan di bawah 0,05 atau lima persen.

Hasil Uji Reliabilitas pada nilai Alpha Cronbach semua variabel lebih besar dari 0,6. Sehingga disimpulkan di tiap indikator untuk masing-masing variabel semua dinyatakan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel. Hasil Uji Asumsi Klasik pada Uji Normalitas Residual diperoleh nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi telah berdistribusi secara normal.

Hasil Uji Linearitas menunjukkan bahwa semua nilai variabel yang terdiri dari Keandalan (*Reliability*) (X_1), Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empathy*) (X_4), dan Berwujud (*Tangible*) (X_5) mempunyai hubungan linear terhadap Kepuasan Konsumen (Y) karena semua linearitasnya mempunyai *Deviation From Linearity* diatas 0,05. Hasil Uji Multikolinearitas menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF kurang dari sepuluh ($VIF < 10$) dan Tolerance lebih dari 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk Keandalan (X_1) sebesar 0,266, Daya Tanggap (X_2) sebesar 0,127, berikutnya Jaminan (X_3) sebesar 0,495, dilanjutkan Empati (X_4) sebesar 0,653, dan yang terakhir berwujud (X_5) sebesar 0,110. Sehingga disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi di atas 0,05. Hasil Pengujian Hipotesis pada Uji Simultan (Uji F) menunjukkan F hitung = 18,358 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama Keandalan (X_1), Daya Tanggap (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4), dan Berwujud (X_5), disimpulkan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kursus Mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang.

Hasil Uji Parsial (Uji t) menunjukkan dua variabel yang tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (*Costumer Satisfaction*) yaitu variabel Keandalan (*Reliability*) dan variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*). Sedangkan sisa tiga variabelnya berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (*Costumer Satisfaction*) yaitu variabel Jaminan (*Assurance*),selanjutnya variabel Empati (*Emphaty*), yang terakhir variabel Berwujud (*Tangible*). Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan diatas hasil regresi dapat diketahui bahwa Koefisien Determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,494, hal ini bearti kesimpulannya nilai Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variabel Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Berwujud sebesar 49,4 persen. sedangkan sisanya 50,6 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Saran-Saran

Dari peneliti menyarankan kepada penelitian lanjutan yang mengambil marketing dan ingin meneliti di kursus mengemudi Astri Bina Mitra Kota Singkawang. Sangat merekomendasikan agar mempertimbangkan variabel-variabel independen diluar penelitian ini, terhadap variabel dependen agar bisa lebih menarik dan menantang dalam menjadikan judul skripsi lanjutan. Serta bisa mempertanggungjawabkan judul yang diangkat secara matang dan sistematis.

Maka dari itu, untuk penelitian lanjutan bisa lebih baik lagi disarankan untuk menambah beberapa indikator sebagai berikut :

1. Instruktur memberikan pelajaran kepada peserta didik mudah atau tidaknya dimengerti dengan yang diajari.
2. Peserta didik cepat pintar.
3. Peserta didik senang dan nyaman berada dilokasi pelatihan.
4. Peserta didik akan kursus bila mobil baru-baru.
5. Peserta didik diberikan minum dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2012, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Oentoro, Deliyanti, 2012, *Manajemen Pemasaran Modern*, Laksbang Pressindo, Yogyakarta.
- Prasetya, Heri dan Fitri Lukiasuti., 2011, *Manajemen Operasi*, Catatan Pertama, CAPS, Yogyakarta.
- Sengadji, Etta Mamang dan Sopiah., 2013, *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis)*, ANDI, Yogyakarta.