

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Dalam hasil penelitian ini beberapa hal yang perlu dikemukakan, antara lain:

1. Gambaran Umum Perusahaan

Perusahaan *Used car* Suriani Jaya Motor yang telah didirikan pada tahun 2007 oleh pemiliknya yaitu H. Suriadi. Pada mulanya, perusahaan ini hanya berpusat di Bone Namun dua tahun kemudian dibuka cabang di Sungguminasa Kabupaten Gowa yang pada awalnya hanya berjualan motor tetapi dengan adanya peluang, maka empat tahun kemudian, yaitu tepatnya pada tahun 2011, H. Suriadi memperluas usahanya tidak hanya bisnis jual motor tetapi juga mulai memasuki bisnis baru yaitu jual-beli mobil. Langkah ini menunjukkan visinya untuk tumbuh dan beradaptasi dengan peluang pasar yang ada. Maka pada tahun 2012 menjadi awal yang sederhana, namun penting dalam bisnis mobil H. Suriadi, ia mulai hanya 3 (tiga) unit mobil, meskipun skala bisnisnya masih sangat kecil hal ini menjadi pondasi untuk pertumbuhan yang lebih besar dimasa depan.

Kerja keras dan ketekunan H. Suriadi mulai membuahkan hasil, maka pada tahun 2014 ia berhasil membuka *Used car* Mobil pertamanya dengan nama Suriani Jaya Motor (SJM). Ini merupakan pencapaian besar yang menandai ekspansi signifikan dalam bisnisnya. Selama satu dekade berikutnya, H. Suriadi terus mengembangkan bisnisnya dengan pesat dan fokus pada perluasan jaringan dan peningkatan inventory kendaraan. Upaya ini menghasilkan pertumbuhan yang luar

biasa. Hingga tahun 2024. H. Suriadi telah mencapai kesuksesan yang menggembirakan. Bisnis ini telah berkembang menjadi Used car mobil dengan 9 (sembilan) cabang tersebar diberbagai lokasi diantaranya Kabupaten Bone, Palopo, Gowa, Soppeng, Kendari dan Kolaka. Inventorinyapun meningkat secara drastis dengan ratusan unit mobil yang tersedia untuk dijual.

2. Deskripsi Obyek Penelitian

Deskripsi obyek penelitian ini adalah menampilkan beberapa karakteristik responden yang merupakan pelanggan pada perusahaan Used car Suriani Jaya Motor. Adapun karakteristik responden yang dimaksud adalah : jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan yang dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang datang ke perusahaan Used car Suriani Jaya Motor, tidak hanya didominasi oleh kaum laki-laki saja, tetapi juga kaum wanita. Prosentase kedua jenis kelamin ini dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
1.	Laki-laki	57	57,6
2.	Wanita	42	42,4
Jumlah		99	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2024.

Berdasarkan Tabel 2 tersebut di atas pelanggan yang mendominasi untuk datang ke perusahaan Used car Suriani Jaya Motor adalah pelanggan laki-laki, dengan jumlah 57 orang atau 57,6 persen. Sedangkan pengunjung wanita sebanyak 42 orang atau 42,4 persen.

b. Karakteristik responden berdasarkan Usiarya

Responden atau pengunjung yang datang ke perusahaan Used car Suriani Jaya Motor dari segi usia, bervariasi, dari usia 30 tahun sampai usia 60 tahun. Dari kelompok usia tersebut dapat dilihat pada Tabel 3 berikut :

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Kelompok Usia (Thn.)	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
1.	Usia 30 – 35	21	21,2
2.	Usia 36 – 45	43	43,5
3.	Usia 46 – 55	23	23,2
4.	Usia $\geq$ 56	12	12,1
Jumlah		99	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2024.

Berdasarkan Tabel 3 tersebut menunjukkan bahwa usia responden yang berkunjung ke perusahaan Suriani Jaya Motor yang paling dominan adalah usia 36 – 45 tahun yaitu sebanyak 43 orang atau sekitar 43,5 persen. Kemudian disusul dengan kelompok usia antara 46 – 55 tahun yaitu sebanyak 23 orang atau sekitar 23,2 persen. Sedangkan kelompok usia antara 30 – 35 yaitu sebanyak 21 orang atau sekitar 21,2 persen. Adapun kelompok usia antara 56 tahun keatas hanya 12 orang atau sekitar 12,1 persen. Pandangan psikologi agama, maka kelompok usia antara 36 sampai 45 tahun dinilai sebagai usia yang matang dalam mengambil keputusan. Maka pengunjung yang datang ke perusahaan Used car Suriani Jaya Motor adalah kelompok usia yang sudah matang dalam mengambil keputusan.

c. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan yang berkunjung ke Perusahaan Suriani Jaya Motor, juga bervariasi dari tingkat pendidikan Sekolah

Menengah Umum (SMU), Sarjana Strata Satu (S.1), Magister (S.2) sampai tingkat Strata Tiga/Doktor (S.3). Dari tingkat pendidikan tersebut dapat dilihat pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
1.	SMU	29	29,3
2.	Sarjana (S.1)	32	32,3
3.	Magister (S.2)	27	27,3
4.	Doktor (S.3)	11	11,1
Jumlah		99	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2024.

Tabel 4 tersebut menunjukkan bahwa dari 99 orang responden, dilihat dari aspek pendidikan, maka responden yang paling banyak berkunjung ke Used car Suriani Jaya Motor adalah responden yang berpendidikan Sarjana Strata Satu (S.1), yaitu sebanyak 32 orang atau 32,2 persen. Kemudian SMU sebanyak 29 orang atau 29,3 persen, dan yang Magister (S.2) sebanyak 27 orang atau 27,3 persen. Sementara Doktor (S.3) sebanyak 11 orang atau 11,1 persen.

d. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang berkunjung ke Used car Suriani Jaya Motor bervariasi dari mahasiswa, Pegawai Negeri Sipil (PNS), Pegawai Swasta, Wirausaha maupun yang lain. Dari jumlah masing-masing dapat dilihat pada Tabel 5 berikut :

Tabel 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
1.	Pelajar (Mahasiswa)	19	19,2
2.	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	36	36,4
3.	Pegawai Swasta	20	20,2
4.	Wirausaha	22	22,2
Jumlah		99	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2024.

Berdasarkan Tabel 5 tersebut ada empat kategori karakteristik berdasarkan pekerjaan, yaitu : Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan jumlah responden sebanyak 36 orang atau 36,4 persen dan kategori ini yang paling besar. Kemudian kategori wirausaha sebanyak 22 orang responden atau 22,2 persen, disusul dengan pegawai swasta dan pelajar (mahasiswa) yang masing-masing 20 responden atau 20,2 persen dan 19 responden atau 19,2 persen.

3. Deskripsi Statistik

Untuk mengetahui hasil deskripsi statistik masing-masing variabel yang diteliti, maka berikut dikemukakan deskripsi statistik pada Tabel 6 berikut :

Tabel 6

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Bukti Fisik	99	1,00	5,00	4,4142	,60269
Keandalan	99	1,00	5,00	4,4613	,65793
Daya Tanggap	99	1,00	5,00	4,3603	,66620
Jaminan	99	1,00	5,00	4,5555	,64450
Empati	99	1,00	5,00	4,5489	,64860
Kepuasan Pelanggan	99	1,00	5,00	4,5691	,65353
Valid N (listwise)	99				

Berdasarkan dari output statistik deskriptif di atas, dapat disimpulkan bahwa Variabel *Bukti Fisik* yang menjadi sampel dengan nilai minimum dari rata-rata

jawaban responden 1,00 dan nilai maximum 5,00 dengan nilai rata-rata dari jawaban responden 99 sampel data adalah 4,4142. Dan nilai standar deviasi. *Bukti Fisik* sebesar 0,60269 (dibawah nilai rata-rata), artinya *Bukti Fisik* memiliki tingkat variasi data yang rendah.

Variabel *Keandalan* yang menjadi sampel dengan nilai minimum dari rata-rata jawaban responden 1,00 dan nilai maximum 5,00 dengan nilai rata-rata dari jawaban responden 99 sampel data 4,4613. Dan nilai standar deviasi *Keandalan* sebesar 0,65793 (dibawah nilai rata-rata), artinya *Keandalan* memiliki tingkat variasi data yang rendah.

Variabel *Daya Tanggap* yang menjadi sampel dengan nilai minimum dari rata-rata jawaban responden 1,00 dan nilai maximum 5,00 dengan nilai rata-rata dari jawaban responden 99 sampel data adalah 4,3603. Dan nilai standar deviasi *Daya Tanggap* sebesar 0,66620 (dibawah nilai rata-rata), artinya *Daya Tanggap* memiliki tingkat variasi data yang rendah.

Variabel *Jaminan* yang menjadi sampel dengan nilai minimum dari rata-rata jawaban responden 1,00 dan nilai maximum 5,00 dengan nilai rata-rata dari jawaban responden 99 sampel data adalah 4,5555. Dan nilai standar deviasi *Jaminan* sebesar 0,64450 (dibawah nilai rata-rata), artinya *Jaminan* memiliki tingkat variasi data yang rendah.

Variabel *Empati* yang menjadi sampel dengan nilai minimum dari rata-rata jawaban responden 1,00 dan nilai maximum 5,00 dengan nilai rata-rata dari jawaban responden 99 sampel data adalah 4,5489. Dan nilai standar deviasi *Empati* sebesar 0,64860 (dibawah nilai rata-rata), artinya *Empati* memiliki tingkat variasi data yang rendah.

Variabel *Kepuasan Pelanggan* yang menjadi sampel dengan nilai minimum dari rata-rata jawaban responden 1,00 dan nilai maximum 5,00 dengan nilai rata-rata dari jawaban responden 99 sampel data adalah 4,5691. Dan nilai standar deviasi *Kepuasan Pelanggan* sebesar 0,65353 (dibawah rata-rata) artinya *Kepuasan Pelanggan* memiliki tingkat variasi data yang rendah.

4. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini adalah 5 (lima) variabel independen yang diteliti, yaitu kualitas layanan yang meliputi : bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) sedangkan variabel dependen adalah kepuasan (Y).

a. Variabel Bukti Fisik (X_1)

Variabel bukti fisik diukur dengan menggunakan 3 butir pertanyaan pada kuesioner yang dibagikan kepada responden yang jumlahnya 99 orang, dan jawaban dapat dilihat pada Tabel 7 berikut :

Tabel 7

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik (X_1)

Pernyataan	Skor Tanggapan Responden									
	1		2		3		4		5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
$X_{1.1}$	1	1,0	0	0	1	1,0	40	40,4	57	57,6
$X_{1.2}$	2	2,0	0	0	5	5,0	60	60,6	32	32,3
$X_{1.3}$	2	2,0	0	0	2	2,0	38	38,7	57	57,6

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2024.

Berdasarkan Tabel 7 tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan yang diberikan terkait bukti fisik (X_1), dan pernyataan $X_{1.1}$ merupakan pernyataan yang paling banyak dipilih oleh responden dalam bentuk indikator (kondisi sarana yang memadai). Tempat parkir yang memadai ($X_{1.2}$),

penampilan karyawan dengan pernyataan sebanyak 60 responden atau 60,6 persen. Sedangkan pernyataan $X_{1.3}$ sebanyak 57 responden atau 57,6 persen.

b. Variabel Keandalan (X_2)

Variabel keandalan diukur dengan menggunakan 3 (tiga) pernyataan atau indikator. Dari 99 responden yang memilih pernyataan atau indikator tersebut, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keandalan (X_2)

Pernyataan	Skor Tanggapan Responden									
	1		2		3		4		5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
$X_{2.1}$	2	2,0	0	0	1	1,0	47	47,5	49	49,5
$X_{2.2}$	2	2,0	0	0	0	0,0	38	38,4	59	59,6
$X_{2.3}$	2	2,0	0	0	3	3,0	43	43,4	51	51,5

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2024.

Tabel 8 tersebut menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai variabel keandalan dan responden lebih banyak memilih sangat setuju pada indikator $X_{2.1}$ (pelayanan sesuai yang dijanjikan) sebanyak 59 orang atau 59,6 persen dan indikator $X_{2.2}$ (perhatian karyawan terhadap pelanggan) sebanyak 47 orang atau 47,5 persen. Sedangkan indikator $X_{2.3}$ (cepat memberi respon) sebanyak 3 orang atau 3,0 persen.

c. Variabel Daya Tanggap (X_3)

Variabel daya tanggap (X_3) diukur dengan menggunakan 3 (tiga) butir pernyataan yang dibagikan kepada responden melalui kuisioner. Hasil sebaran kuisioner tersebut dapat dilihat pada Tabel 9 berikut :

Tabel 9
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tanggap (X₃)

Pernyataan	Skor Tanggapan Responden									
	1		2		3		4		5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
X _{3.1}	2	2,0	0	0	3	3,0	50	50,5	44	44,4
X _{3.2}	2	2,0	0	0	6	6,1	52	52,5	39	39,4
X _{3.3}	2	2,0	0	0	1	1,0	44	44,4	52	52,5

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2024.

Berdasarkan Tabel 9 tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan mengenai daya tanggap, terlihat bahwa yang paling banyak memilih sangat setuju adalah pernyataan pada indikator (X_{3.3}) pengunjung tidak lama menunggu yaitu sebanyak 52 orang atau 52,5 persen. Sedangkan yang memilih setuju (X_{3.2}) sebanyak 6 orang atau 6,1 persen, sementara pengunjung yang memilih pernyataan (X_{3.1}) sebanyak 50 orang atau 50,5 persen.

d. Variabel Jaminan (X₄)

Variabel jaminan diukur dengan menggunakan 3 (tiga) pernyataan (indikator) yang dibagikan kepada responden melalui kuisioner. Hasil dari sebaran kuisioner tersebut dapat dilihat pada Tabel 10 berikut :

Tabel 10
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Jaminan (X₄)

Pernyataan	Skor Tanggapan Responden									
	1		2		3		4		5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
X _{4.1}	2	2,0	0	0	3	3,0	37	37,4	57	57,6
X _{4.2}	2	2,0	0	0	1	1,0	34	34,3	62	62,6
X _{4.3}	2	2,0	0	0	0	0,0	29	29,3	68	68,7

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2024.

Berdasarkan Tabel 10 tersebut menunjukkan bahwa responden yang memilih sangat setuju (indikator $X_{4.3}$). Sebanyak 68 orang atau 68,7 persen. Responden yang memilih setuju ($X_{4.1}$) sebanyak 37 orang atau 37,4 persen. Adapun yang memilih kurang setuju sebanyak 3 orang atau 3,0 persen.

e. Variabel Empati (X_5)

Sebagaimana halnya dengan variabel sebelumnya, maka variabel empati ini juga diukur dengan menggunakan 3 (tiga) indikator yang diberikan kepada responden melalui kuisioner. Hasil dari sebaran kuisioner tersebut, dapat dilihat pada Tabel 11 berikut :

Tabel 11
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Empati (X_5)

Pernyataan	Skor Tanggapan Responden									
	1		2		3		4		5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
$X_{5.1}$	2	2,0	0	0	6	6,1	28	28,3	63	63,6
$X_{5.2}$	2	2,0	0	0	1	1,0	31	31,3	65	65,7
$X_{5.3}$	2	2,0	0	0	4	4,0	29	29,3	64	64,6

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2024.

Berdasarkan Tabel 11 tersebut terlihat bahwa pernyataan yang paling banyak dipilih oleh responden adalah pernyataan atau indikator ($X_{5.2}$), yaitu sebanyak 65 orang atau 65,7 persen. Sedangkan indikator setuju ($X_{5.2}$) sebanyak 31 orang atau 31,3 persen. Adapun yang memilih cukup setuju pada indikator ($X_{5.1}$) adalah 6 orang atau 6,1 persen.

f. Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Variabel kepuasan (Y) menggunakan 3 (tiga) indikator atau pernyataan yang diberikan kepada responden melalui kuisioner. Hasil sebaran kuisioner tersebut dapat dilihat pada Tabel 12 berikut :

Tabel 12
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan (Y)

Pernyataan	Skor Tanggapan Responden									
	1		2		3		4		5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Y ₁	2	2,0	0	0	1	1,0	33	33,3	63	63,6
Y ₂	2	2,0	0	0	1	1,0	37	37,4	59	59,6
Y ₃	2	2,0	0	0	1	1,0	28	28,3	68	68,7

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun 2024.

Berdasarkan Tabel 12 tersebut menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan Suriani Jaya Motor sebanyak 33 orang atau 33,3 persen yang menyatakan puas dan sebanyak 63 orang atau 63,6 persen yang menyatakan sangat puas. Dengan demikian standar kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan sudah memenuhi keinginan pelanggan.

g. Hasil Uji Kualitas Data

Hasil uji kualitas data dalam penelitian ini dapat dilakukan sebagai berikut:

1) Hasil Uji Validitas

Uji Validitas (uji kesahihan data) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah/tidaknya kuisisioner. Uji validitas dilakukan dengan cara menguji koreksi antara skor item dengan skor total masing-masing variabel dengan menggunakan *Pearson Correlation*. Butir pertanyaan dikatakan valid apabila tingkat signifikansinya dibawah 0,05 persen. Berikut ini dapat dilihat hasil perhitungan uji validitas pada tabel berikut :

Tabel 13
Hasil Uji Validitas

Pernyataan		<i>Pearson Correlation</i>	Sig (2-Tailed)	Keterangan
X ₁	X _{1.1}	0,847	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,872	0,000	Valid
	X _{1.3}	0,886	0,000	Valid
X ₂	X _{2.1}	0,903	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,915	0,000	Valid
	X _{2.3}	0,917	0,000	Valid
X ₃	X _{3.1}	0,900	0,000	Valid
	X _{3.2}	0,921	0,000	Valid
	X _{3.3}	0,899	0,000	Valid
X ₄	X _{4.1}	0,883	0,000	Valid
	X _{4.2}	0,908	0,000	Valid
	X _{4.3}	0,896	0,000	Valid
X ₅	X _{5.1}	0,847	0,000	Valid
	X _{5.2}	0,863	0,000	Valid
	X _{5.3}	0,871	0,000	Valid
Y	Y ₁	0,815	0,000	Valid
	Y ₂	0,809	0,000	Valid
	Y ₃	0,803	0,000	Valid

Tabel 13 menunjukkan hasil valid dari uji validitas karena nilai Sig (2-Tailed) < 0,05 pada tiga (3) variabel yang terdiri dari Bukti Fisik (X₁), Keandalan (X₂), Daya Tanggap (X₃), Jaminan (X₄), Empati (X₅) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

2) Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas ini dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden melalui pernyataan yang diberikan, menggunakan metode statistik *Crombach Alpha* dengan signifikansi yang

digunakan lebih dari satu atau sama dengan ($\geq$) 0,6. Adapun hasil dari pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 14
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Bukti Fisik (X_1)	0,835	Reliabel
Keandalan (X_2)	0,898	Reliabel
Daya Tanggap (X_3)	0,891	Reliabel
Jaminan (X_4)	0,876	Reliabel
Empati (X_5)	0,823	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,901	Reliabel

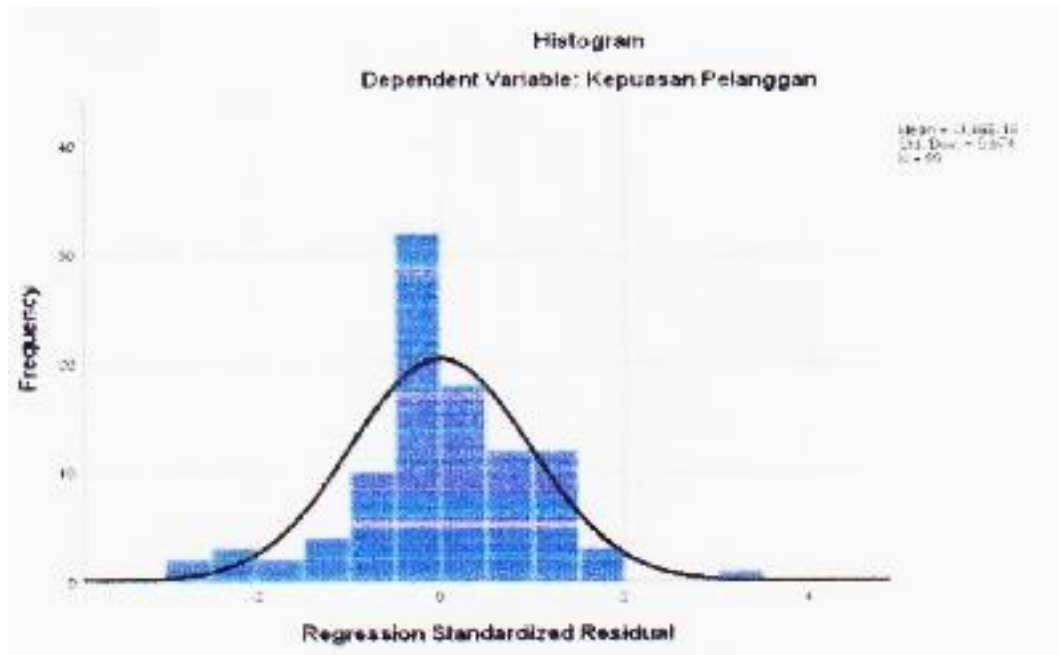
Tabel 14 menunjukkan bahwa variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), Empati (X_5) dan Kepuasan Pelanggan (Y) mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan ($\geq$) dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan dalam penelitian ini bersifat reliabel. Sehingga setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten dan apabila pernyataan diajukan kembali maka akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

3) Hasil Uji Asumsi Klasik

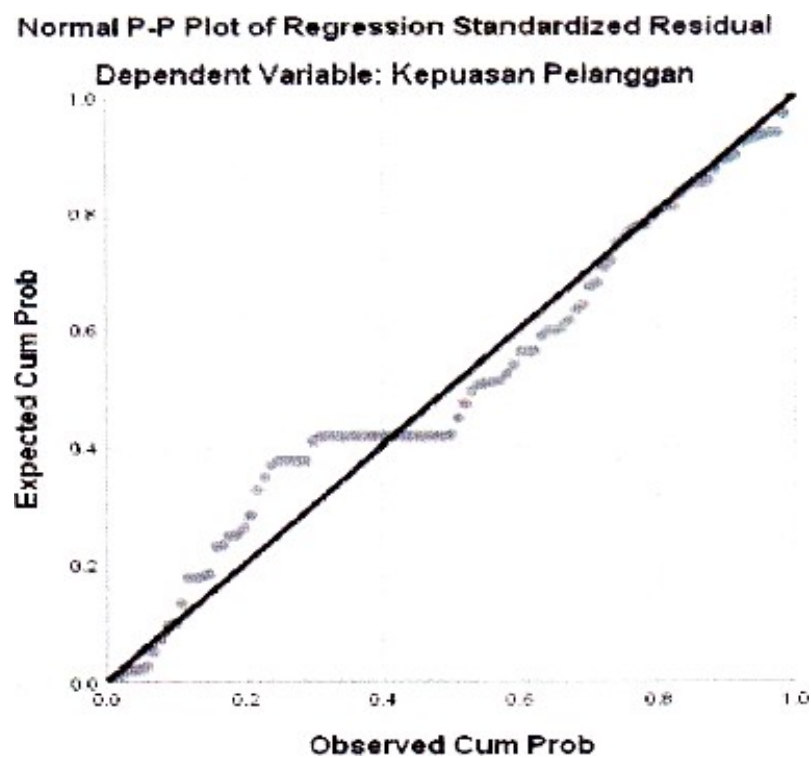
a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat normal *Probability Plot*, dan diagram Histogram. Adapun diagram

Histogram dan Normal *Probability Plot* dalam penelitian ini, dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Diagram Histogram



Gambar 3. Normal *Probability Plot*

Berdasarkan gambar di atas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta arah penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas. Jika terjadi multikolinearitas sempurna maka penaksir OLS (*Ordinary Least Square*) menjadi tidak tertentu dan varians atau kesalahan standarnya juga menjadi tidak tertentu (Gujarati dalam Sumarmo Zain, 1997).

Dalam penelitian ini, teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variances Inflation Factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya di atas, 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan nilai *tolerance* yang lebih kecil atau sama dengan 0,1 maka terjadi multikolinearitas. Sedangkan bila nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel bebasnya dan sebaliknya bila VIF lebih besar atau sama dengan 10 maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2005). Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 15

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

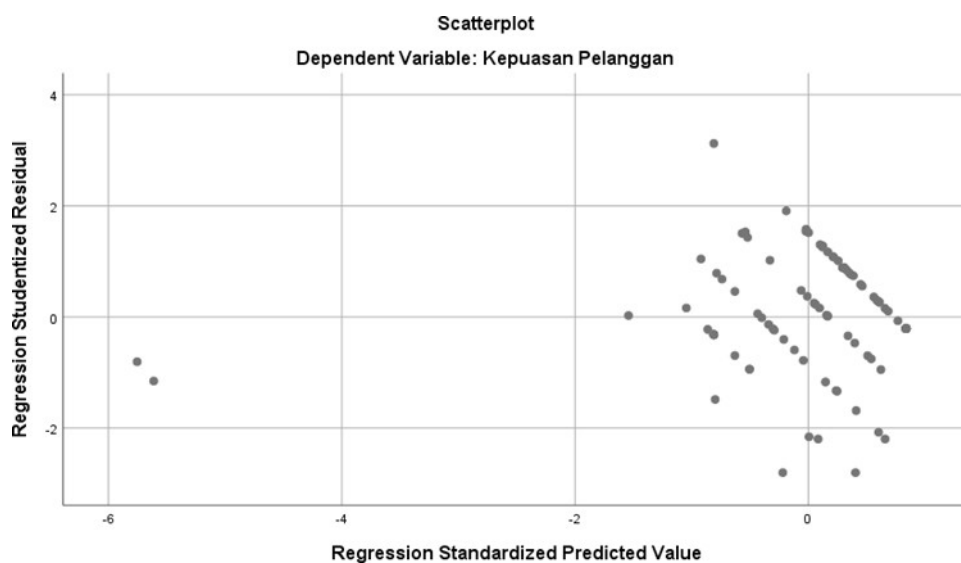
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Bukti Fisik	0,187	5,338
	Keandalan	0,185	5,392
	Daya Tanggap	0,150	6,676
	Jaminan	0,137	7,303
	Empati	0,199	5,035

a. Dependent Variabel Kepuasan Pelanggan

Dari hasil output di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas karena nilai *tolerance* untuk semua variabel lebih dari 0,1 dan nilai *Variances Inflating Factors* (VIF) kurang dari 10.

c. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatterplot* dimana penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu serta arah penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil pengujian heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari hasil uji heterokedastisitas di atas, dapat diketahui bahwa pada grafik *scatterplot* tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar secara acak di atas dan dibawah angka 0 pada Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada penelitian ini.

d. Hasil Uji Hipotesis

1) Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Setelah hasil uji asumsi klasik dilakukan dan hasilnya secara keseluruhan menunjukkan model regresi memenuhi asumsi klasik, maka tahap berikut adalah melakukan evaluasi dan interpretasi model regresi berganda.

Tabel 16
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
Coefficient's^a

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,219	,230		,951	,344
	Bukti Fisik	,125	,114	,115	1,097	,276
	Keandalan	,021	,105	,021	,200	,842
	Daya Tanggap	,197	,115	,200	1,710	,091
	Jaminan	,082	,124	,081	,659	,512
	Empati	,545	,103	,541	5,312	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah :

$$Y = 0,219 + 0,125b_1 + 0,021b_2 + 0,197b_3 + 0,082b_4 + 0,545b_5 + e$$

Model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

(a) Nilai Konstanta adalah 0,219 ini menunjukkan bahwa jika variabel independent (Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati) bernilai nol (0), maka variabel dependen Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,219.

(b) Koefisien regresi Bukti Fisik (b_1) adalah 0,125 dan bertanda positif.

Hal ini berarti, nilai variabel Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,125 jika nilai variabel X_1 mengalami kenaikan satu-satuan dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien bertanda positif menunjukkan adanya

hubungan yang searah antara Bukti Fisik (X_1) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y), Maka dukungan Bukti Fisik yang baik pada pelanggan akan memberikan dampak Kepuasan Pelanggan akan semakin baik.

- (c) Koefisien regresi Keandalan (b_2) adalah 0,021 dan bertanda positif.

Hal ini berarti, nilai variabel Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,021 jika nilai variabel X_2 mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya tetap. Koefisien bertanda positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Keandalan (X_2) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Maka dukungan keandalan yang baik pada pelanggan akan memberikan dampak Kepuasan Pelanggan akan semakin baik.

- (d) Koefisien regresi Daya Tanggap (b_3) adalah 0,197 dan bertanda positif

Hal ini berarti nilai variabel Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,197 jika nilai variabel X_1 mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien bertanda positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Daya Tanggap (X_3) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Maka adanya Daya Tanggap pada pelanggan akan memberikan dampak Kepuasan Pelanggan akan semakin baik.

- (e) Koefisien regresi Jaminan (b_4) adalah 0,082 dan bertanda positif.

Hal ini berarti nilai variabel Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,082 jika nilai variabel X_4 mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien bertanda positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Jaminan (X_4) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Maka adanya Jaminan pada pelanggan akan memberikan dampak Kepuasan Pelanggan akan semakin baik.

(f) Koefisien regresi Empati (b_5) adalah 0,545 dan bertanda positif.

Hal ini berarti nilai variabel Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,545 jika nilai variabel X_5 mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien bertanda positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Empati (X_5) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Maka adanya Empati pada pelanggan akan memberikan dampak Kepuasan Pelanggan akan semakin baik.

2) Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 17

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,899 ^a	,809	,799	,29336

a. Predictors: (Constant), Empati, Keandalan, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Jaminan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh nilai R sebesar 0,899 atau 89,9%, nilai ini menunjukkan bahwa Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) mempunyai hubungan dengan Kepuasan Pelanggan (Y).

Sedangkan nilai R Square (R^2) atau nilai koefisien determinasi pada intinya untuk mengukur sejauh mana kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai (R^2) diantara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel dependen memberikan

informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi semua variabel dependen. Nilai (R^2) yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu 0,809 atau 80,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel independen yang digunakan dalam model terbatas menjelaskan Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) dan hal ini 19,1% dari Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

3) Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Tabel 18

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized B	Coefficients Std.Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	,219	,230		,951	,344
Bukti Fisik	,125	,114	,115	1,097	,276
Keandalan	,021	,105	,021	,200	,842
Daya Tanggap	,197	,115	,200	1,710	,091
Jaminan	,082	,124	,081	,659	,512
Empati	,545	,103	,541	5,312	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji parsial Tabel 18 di atas dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri dari Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) yang akan dijelaskan sebagai berikut :

(a) Hipotesis 1 (H1)

Hipotesis 1 (H1), Bukti Fisik (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) ditolak, hal ini diperoleh dari hasil analisis regresi dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,097 dan nilai signifikan X_1 sebesar $0,276 > 0,05$

(taraf nyata 5%), maka dapat disimpulkan bahwa Bukti Fisik (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan kata lain H_1 ditolak.

(b) Hipotesis 2 (H_2)

Hipotesis 2 (H_2), Keandalan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) ditolak, hal ini diperoleh dari hasil analisis regresi dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,200 dan nilai signifikansi X_2 sebesar $0,842 > 0,05$ (taraf nyata 5%), maka dapat disimpulkan bahwa Keandalan (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan kata lain H_2 ditolak.

(c) Hipotesis 3 (H_3)

Hipotesis 3 (H_3), Daya Tanggap (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) ditolak, hal ini diperoleh dari hasil analisis regresi dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,710 dan nilai signifikansi X_3 sebesar $0,091 > 0,05$ (taraf nyata 5%), maka dapat disimpulkan bahwa Daya Tanggap (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan kata lain H_3 ditolak.

(d) Hipotesis 4 (H_4)

Hipotesis 4 (H_4), Jaminan (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) ditolak, hal ini diperoleh dari hasil analisis regresi dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,659 dan nilai signifikansi X_4 sebesar $0,512 > 0,05$ (taraf nyata 5%), maka dapat disimpulkan bahwa Jaminan (X_4) sebesar $0,512 > 0,05$ (taraf nyata 5%), maka dapat disimpulkan bahwa Jaminan (X_4) secara

parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan kata lain H4 ditolak.

(e) Hipotesis 5 (H5)

Hipotesis 5 (H5), Empati (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diterima, hal ini diperoleh dari hasil analisis regresi dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,312 dan nilai signifikansi X_5 sebesar $0,000 > 0,05$ (taraf nyata 5%), maka dapat disimpulkan bahwa Empati (X_5) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan kata lain H5 diterima.

4) Hasil Uji Simultan (Uji f)

Uji f dilakukan untuk menguji pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian dalam penelitian ini pada uji simultan ANOVA atau F_{test} seperti yang ditampilkan pada tabel berikut ini :

Tabel 19

Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33,852	5	6,770	78,673	0,000 ^b
	Residual	8,003	93	,086		
	Total	41,856	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Empati, Keandalan, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Jaminan

Dari tabel di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 76,673 dengan probabilitas 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 atau taraf nyata 5%, karena nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka variabel-variabel X yang terdiri dari Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) dalam

penelitian ini secara bersama-sama (Simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

B. Pembahasan

1. Pengaruh *Tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuji menggunakan analisis data SPSS, diperoleh hasil yang menyatakan bukti fisik berpengaruh positif dan tidak signifikan antara bukti fisik dengan kepuasan pelanggan. Arti dari kata positif yaitu apabila bukti fisik ini meningkat, maka kepuasan pengunjung juga meningkat. Sedangkan tidak signifikan yaitu terdapat pengaruh tetapi tidak berarti.

Hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik cenderung lemah dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan karena setiap pelanggan memiliki preferensi yang berbeda sehingga meskipun bukti fisik dapat menarik beberapa pelanggan tetapi tidak akan memuaskan semua pelanggan.

Suriani jaya motor merupakan perusahaan jual beli mobil bekas terkemuka yang menawarkan pengalaman berbelanja optimal bagi para pelanggannya. Dengan sarana yang memadai used car mereka dilengkapi dengan area pameran yang luas dan nyaman memungkinkan pelanggan untuk melihat dan menginspeksi berbagai pilihan mobil yang leluasa. Fasilitas ini juga mencakup ruang tunggu yang nyaman, dilengkapi dengan area refreshmen, sehingga pelanggan dapat bersantai selama proses pembelian atau negosiasi.

Komitmen suriani jaya motor terhadap karyawan pelanggan juga tercermin dari tersedianya tempat parkir yang luas dan aman. Area parkir ini mampu menampung banyak kendaraan memastikan bahwa setiap pengunjung dapat dengan mudah menemukan tempat untuk memarkirkan mobilnya. Selain itu, penampilan

karyawan suriani jaya motor selalu rapi dan professional mencerminkan standar tinggi perusahaan dalam pelayanan pelanggan. Setiap anggota tim mulai dari sales hingga mekanik berpakaian formal dan rapi memberikan kesan yang baik dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Penelitian ini didukung dengan penelitian Eka Yuliana Azhari, n.d (2021) menyatakan bahwa penilaian pelanggan Restoran Marimar tidak berdampak pada kesenangan yang dirasakan pelanggan. Mungkin pembeli tidak terlalu memperhatikan penampilan, peralatan, situasi lingkungan dan tampilan tata ruang dalam ruangan. Jadi, sekarang tidak lagi menunjukkan bahwa bukti fisik tidak lagi memiliki kekuatan pada kesenangan yang dirasakan oleh pembeli. Namun, pada penelitian Drs. H. Fuad & Asep Maburur, n.d. (2021) sama-sama berpengaruh positif tetapi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam waktu yang bersamaan aspek ini merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan, karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek bentuk fisik yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gabriela N. Timmerman, Djuwati Soepono, Michael Ch. Raintung (2023) yang menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Prong et.al., 2023).

2. Pengaruh *Reliability* (keandalan) terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil yang diuji menggunakan metode analisis data SPSS, diperoleh dari hasil bahwa keandalan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Arti dari kata positif yaitu apabila keandalan ini meningkat, maka kepuasan pengunjung juga meningkat. Sedangkan tidaksignifikan yaitu terdapat pengaruh tetapi tidak berarti.

Suriani jaya motor selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan. Setiap mobil bekas yang ditawarkan telah melalui pemeriksaan menyeluruh dan informasi yang diberikan selalu akurat, sehingga pelanggan dapat membuat keputusan pembelian dengan percaya diri. Ketika ada perjanjian mengenai perbaikan atau perawatan tambahan, perusahaan selalu menempatkannya tepat waktu tanpa ada biaya tersembunyi

Para karyawan suriani jaya motor dikenal sangat memperhatikan kebutuhan pengunjung dan cepat dalam memberikan respon. Mereka selalu menyambut pelanggan dengan ramah dan siap membantu menjawab pertanyaan atau memberikan saran yang diperlukan jika ada pertanyaan yang membutuhkan penelusuran lebih lanjut karyawan akan segera menghubungi pelanggan kembali dengan informasi yang dibutuhkan menunjukkan komitmen mereka terhadap kepuasan pelanggan.

Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung tetapi tidak signifikan hal ini menunjukkan bahwa keandalan kecil mempengaruhi kepuasan pengunjung, meskipun keandalan berkontribusi pada kepuasan pengunjung yang dampaknya tidak terlalu dilihat atau membedakan antar produk atau pelayanan yang satu dengan yang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Noerchoidah (2017) yang menyatakan bahwa keandalan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Drs. H. Fuad & Asep Mabur, n.d. (2021) yang menyatakan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurat yang tinggi, Keandalan jasa pelayanan parkir telah dilakukan sesuai dengan semestinya, artinya petugas parkir telah melakukan pelayanan dengan handal dan akurat.

3. Pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuji menggunakan analisis data SPSS, diperoleh hasil yang menyatakan pengaruh daya tanggap positif dan tidak signifikan antara daya tanggap dengan kepuasan pelanggan. Arti dari kata positif yaitu apabila antara daya tanggap meningkat, maka kepuasan pengunjung juga meningkat. Sedangkan tidak signifikan, yaitu terdapat pengaruh tetapi tidak berarti.

Meskipun daya tanggap penting untuk menyelesaikan masalah atau memberikan dukungan kepada pelanggan tetapi tidak terlalu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Faktor-faktor yang menjadi dampak lebih besar seperti kualitas produk atau pelayanan, harga dan pengalaman positif yang dimiliki.

Suriani Jaya Motor, perusahaan mobil bekas terkemuka, membanggakan diri dengan layanan pelanggan yang unggul. Para karyawan di Suriani Jaya Motor terkenal karena kecepatan mereka dalam melayani pelanggan, memastikan bahwa

setiap pengunjung mendapatkan perhatian segera saat memasuki used car. Pendekatan yang efisien ini memungkinkan pelanggan untuk menghemat waktu berharga mereka dan menikmati pengalaman belanja mobil yang menyenangkan.

Selain kecepatan, karyawan Suriani Jaya Motor juga dikenal karena kemampuan mereka dalam memberikan informasi yang jelas dan komprehensif. Mereka memiliki pengetahuan mendalam tentang setiap kendaraan dalam inventaris dan dapat menjawab pertanyaan pelanggan dengan tepat dan terperinci. Kombinasi antara layanan yang cepat dan informatif ini menghasilkan waktu tunggu yang minimal bagi pelanggan, memungkinkan mereka untuk membuat keputusan pembelian dengan cepat dan percaya diri.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afni Amalia et.al (2017) yang menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dimana pada penelitian ini menyimpulkan bahwa kurangnya daya tanggap, maka akan menyebabkan kurangnya kepuasan pengunjung. Ini dibuktikan dengan adanya prosedur atau alur yang diberikan oleh petugas rumah sakit yang masih membingungkan beberapa pasien. Tetapi, hal ini berbeda dengan teori Parasuraman *et al*, (1988) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2020) yang menyatakan bahwa daya tanggap adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Hal ini sejalan dengan penelitian Ali et.al (2021) yang menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Daya tanggap merupakan faktor kunci dalam menciptakan pengalaman layanan yang positif. Ketika konsumen merasa bahwa kebutuhan mereka dipenuhi dengan cepat, tepat dengan sikap ramah, mereka cenderung lebih

puas dengan layanan yang diterima, yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

4. Pengaruh *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung tetapi tidak signifikan ini menunjukkan bahwa jaminan tidak terlalu berpengaruh dalam kepuasan pengunjung. Arti dari kata positif yaitu apabila jaminan meningkat, maka kepuasan pengunjung juga meningkat. Sedangkan tidak signifikan yaitu terdapat pengaruh tetapi tidak berarti.

Hal ini merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan kepercayaan yang dimiliki oleh karyawan terpenuhi sebab positif tetapi tidak signifikan dikarenakan setiap pengunjung yang datang kadang kurang mendapatkan pelayanan yang sigap.

Suriani Jaya Motor adalah perusahaan mobil bekas terpercaya yang mengutamakan keamanan dan kepuasan pelanggan dalam setiap transaksi. Kami memahami bahwa membeli mobil bekas bisa menimbulkan kekhawatiran, oleh karena itu kami menjamin bahwa setiap kendaraan yang kami tawarkan telah melalui pemeriksaan menyeluruh untuk memastikan kualitasnya. Seluruh proses transaksi dilakukan dengan transparan dan aman, memberikan ketenangan pikiran bagi para pelanggan kami.

Sebagai bentuk komitmen kami terhadap kepuasan pelanggan, Suriani Jaya Motor memberikan garansi untuk setiap mobil yang dibeli. Hal ini membuktikan keyakinan kami akan kualitas produk yang kami tawarkan. Selain itu, kami bangga dengan hubungan yang erat antara karyawan dan pelanggan kami. Suasana

kekeluargaan yang tercipta membuat pelanggan merasa nyaman dan dihargai, sehingga banyak yang menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan Suriani Jaya Motor kepada kerabat mereka.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prihatin et.al. (2022) yang menyatakan bahwa jaminan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki petugas layanan kesehatan pada Puskesmas Wonokerto telah terpenuhi sebab pengaruh positif, namun karena pada penelitian ini hasilnya tidak signifikan maka artinya tidak terdapat kaitan antara jaminan terhadap kepuasan pasien. Hal ini dikarenakan kurangnya perhatian pasien terhadap kemampuan dan tidak yang dilakukan oleh para tenaga layanan kesehatan. Namun, pada penelitian Ali et.al (2021) menyatakan bahwa adanya pengaruh jaminan yang meliputi jaminan keamanan dari staf keamanan cafe, kenyamanan saat menikmati hidangan di cafe dan jaminan kebersihan yang selalu terjaga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. Pengaruh *Empathy* (empati) terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diperoleh pengaruh empati positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Arti dari kata positif, yaitu apabila empati meningkat, maka kepuasan pengunjung juga meningkat. Sedangkan signifikan yaitu terdapat pengaruh dan berarti.

Hal ini juga menunjukkan bahwa empati salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung karena dengan empati yang diberikan kepada pengunjung mereka merasa aman dan nyaman. Pengunjung menyadari dengan ada

empati yang diberikan mendorong pengunjung merasa puas. Dalam penelitian ini empati juga begitu diperlukan, untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui empati hal ini dapat disebabkan oleh pernyataan perhatian individual dari perusahaan sangat dibutuhkan demi pembaharuan yang semakin baik terhadap kepuasan pelanggan.

Suriani Jaya Motor, perusahaan jual beli mobil bekas terkemuka, dikenal luas karena kualitas pelayanan karyawannya yang luar biasa. Setiap pelanggan yang mengunjungi showroom disambut dengan senyum hangat dan keramahan yang tulus. Para karyawan tidak hanya memiliki pengetahuan mendalam tentang kendaraan yang dijual, tetapi juga kemampuan untuk mendengarkan dan memahami kebutuhan spesifik setiap pelanggan. Mereka selalu siap memberikan saran yang tepat dan membantu pelanggan menemukan mobil yang sesuai dengan keinginan dan anggaran mereka.

Di balik layar, Suriani Jaya Motor memperlakukan karyawannya dengan penuh perhatian dan kepedulian. Perusahaan ini menerapkan budaya kerja yang sangat familiar dan kekeluargaan, di mana setiap keluhan atau masalah karyawan ditanggapi dengan serius dan diselesaikan dengan cepat. Suasana kerja yang hangat dan supportif ini tidak hanya meningkatkan semangat dan loyalitas karyawan, tetapi juga tercermin dalam pelayanan prima yang mereka berikan kepada pelanggan. Dengan pendekatan yang berfokus pada kesejahteraan karyawan dan kepuasan pelanggan, Suriani Jaya Motor telah membangun reputasi sebagai dealer mobil bekas yang terpercaya dan berorientasi pada kualitas.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eska Yuliana Azhari, n.d. (2021) yang menyatakan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penilaian pelanggan Rumah Makan Marimar mempengaruhi kebanggaan yang dirasakan dengan bantuan menggunakan *customer*. Konsumen menyadari personel dapat memahami dengan tepat keinginan konsumen, personel menangani dengan hati-hati dan *customer* bersih untuk menceritakan kepada personel. Dengan demikian, empati memiliki kekuatan pada kebanggaan yang dirasakan dengan bantuan konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.