

ABSTRAK

Dewasa ini, banyak bisnis baru bermunculan yang mengindikasikan bahwa pasar mulai tidak bisa diprediksikan lagi karena mulai banyak persaingan ketat. GTI Motor adalah salah satu bisnis jasa yang bergerak dibidang otomotif yang memiliki banyak pesaing. Bagi perusahaan jasa, dituntut untuk dapat menyediakan kualitas pelayanan yang baik agar konsumen merasa puas. Karena kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi nilai tambah untuk bersaing bagi sebuah perusahaan jasa seperti GTI Motor. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya penemuan sejumlah konsumen yang belum puas atas kualitas pelayanan GTI Motor. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan variabel yang diambil dari teori Zeithaml, *et al* terdapat variabel bebas yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari lima sub variabel, yaitu *reliabilty*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Dan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Kedua variabel ini digunakan untuk meneliti bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh GTI Motor dan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen GTI Motor. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 orang konsumen GTI Motor dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini antara lain uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai dengan kategori baik yaitu sebesar 71,98%, sedangkan variabel kepuasan konsumen memiliki nilai dengan kategori baik yaitu sebesar 75,22%. Pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa *reliabilty*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dari hasil koefisien determinasi, diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen GTI Motor sebesar 56,4%.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu, GTI Motor diharapkan meningkatkan aspek-aspek yang bernilai baik, dan memperbaiki aspek-aspek yang masih kurang baik untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.