BAB IV

LAPORAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai

1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha jasa. Perusahaan ini bertempat di jalan H. M. Syarkawi dekat simpang 10 (samping pondok busana). PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai merupakan kantor cabang yang didirikan di kota Barabai, adapun kantor pusatnya berada di kota Banjarmasin.

Usaha ini bermula dari usaha kecil yang bergerak di bidang penyewaan mobil. Semakin lama usaha ini semakin maju hingga sekarang cukup banyak mempunyai pelanggan. Dalam usaha melancarkan kegiatan usaha dan agar lebih dikenal masyarakat luas khususnya kota Barabai, PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai memiliki surat izin yang menandai berdirinya usaha secara sah. Sehingga didirikan secara resmi berbentuk PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai dengan berbagai jasa yang ditawarkan.

Pada awalnya PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai dalam membuka usahanya hanya dalam bentuk penyewaan mobil. Usaha ini dibuka dengan tujuan untuk dapat menambah penghasilan keluarga, disamping alasan tersebut diatas mengingat bahwa pengusaha pada penyewaan mobil ini mempunyai keahlian dalam

bidang usaha jasa sewa mobil secara tidak langsung juga untuk mengembangkan keahlian yang dimilikinya.

Tenaga kerja yang digunakan pada saat itu hanya pengusahanya sendiri, hal ini disebabkan karena masyarakat luas belum banyak yang mengetahui keberadaan jasa sewa mobil dengan kata lain pada saat itu belum banyak pelanggan. Mobil yang disewakan juga cuma ada satu mobil, karena keterbatasan modal yang ada. Walaupun demikian dengan adanya tekad yang kuat dan seiring dengan meningkatnya pembangunan di kota Barabai, pada saat ini PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai dapat menjadi perusahaan jasa rental mobil yang terkemuka di kota Barabai. Jumlah mobil yang disewakan sekarang pun bertambah menjadi 3 buah.

Seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan juga dikarenakan tempat PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai yang berdekatan dengan pasar utama di kota Barabai. Sehingga banyak kalangan masyarakat yang memerlukan alat transfortasi dalam bentuk pelayanan jasa khususnya dibidang jasa sewa mobil.

PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai merupakan usaha pelayanan jasa penyewaan mobil dan lain-lain. Semakin meningkatnya pelanggan dan diikuti oleh penambahan modal yang ada, PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai saat ini bukan hanya pada usaha sewa mobil tetapi juga sudah mengembangkan usahanya meliputi tiket pesawat, haji plus & umroh, tour wisata dalam & luar negeri, pemesanan hotel dalam dan luar negeri, rental mobil serta pembuatan paspor.

Walaupun saat ini di kota Barabai banyak berdiri usaha-usaha yang sejenis sebagai saingan yang pada akhirnya mempengaruhi pendapatan, namun usaha PT.

Amalia Nur Safrina Cabang Barabai tetap eksis. Untuk tetap bertahan dan diminati oleh pelanggan, maka pihak manajemen atau pimpinan PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai selalu berusaha untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan ini meliputi banyak aspek baik pengetahuan tentang produk mobil, keamanan dalam pelayanan, komunikasi yang efektif, keramahan, kebersihan lingkungan, sarana dan prasarana yang ada dan lain-lain. Dengan upaya-upaya tersebut diharapkan kepuasan pelanggan dapat terpenuhi dan laba yang diperoleh perusahaan akan mengalami kenaikan.

Namun untuk membangun bisnis rental mobil tidaklah mudah dan seperti yang dibayangkan, karena banyak sekali hal yang harus diperhatikan namun jika melihat keuntungan yang dihasilkan oleh bisnis ini tertunya suatu kepuasan tersendiri karena laba yang dihasilkan dari usaha ini dapat dikatakan cukup menjanjikan.

Bisnis rental mobil memang cukup menjanjikan bila ditekuni karena kebutuhan akan peminjaman mobil di kota Barabai cukup tinggi, entah itu untuk keperluan perjalanan jauh atau untuk keperluan tertentu seperti untuk pernikahan atau perkawinan dan lain-lain. Selain keuntungan yang cukup besar, bisnis sewa mobil juga memiliki resiko yang tinggi pula. Seringkali ada oknum yang tidak bertanggung jawab, sengaja membawa kabur mobil sewaan hingga dijual kepada pihak lain. Belum lagi apabila terjadi kecelakaan, pihak pengusaha juga harus mengeluarkan budget untuk perbaikan. Tetapi untuk mencegah dan meminimalkan terjadinya berbagai resiko yang ada pihak perusahaan memanfaatkan jasa asuransi

untuk melindungi mobil dari berbagai resiko. Manajemen administrasi yang jelas dan lengkap juga diperlukan sehingga data diri para pelanggan dapat dilihat dan dilacak bila terjadi sesuatu yang tidak dinginkan.

2. Struktur Organisasi

Dalam melakukan kegiatan usahanya PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai mempekerjakan berbagai bidang keahlian dari karyawan sesuai dengan dibang masing-masing. Dimana pelaksanaan kerja dari seluruh karyawan terdapat perbedaan status fungsi yaitu mulai dari pimpinan sampai dengan karyawan, namun mereka dapat bekerjasama atau saling membantu sehingga perusahaan ini dalam menjalankan aktifitasnya dapat berjalan lancar.

Untuk lebih jelasnya tentang keadaan dan jumlah tenaga kerja yang bekerja pada PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Jumlah Tenaga Kerja
PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai

Uraian	Tenaga Kerja
1. Pemimpin	1
2. Bagian Keuangan	1
3. Bagian Administrasi/Umum	1
Jumlah	3

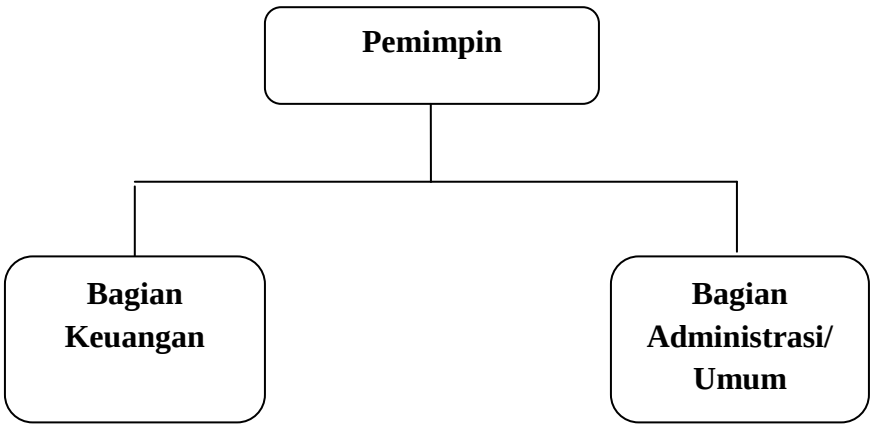
Sumber data: PT. Amalia Nur Safrina di kota Barabai tahun 2010

Struktur organisasi dari suatu perusahaan adalah merupakan hal yang penting karena struktur organisasi dapat memberikan penjelasan kepada para karyawan mengenai fungsi dan wewenang serta tanggung jawab setiap karyawan. Sehingga

pada hakekatnya struktur organisasi ini merupakan pola tertentu untuk melaksanakan aktifitas-aktifitasnya.

Mengenai struktur organisasi yang dibuat oleh PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai disesuikan dengan kondisi perusahaan, dimana pembagian tugas dari masing-masing karyawan ditetapkan oleh pemimpin. Adapun struktur organisasi PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi
PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai



Sumber data : PT. Amalia Nur Safrina di kota Barabai tahun 2010

3. Uraian Tugas Dalam Perusahaan

Uraian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing karyawan yang terdapat dalam struktur organisasi ini dapat dilihat sebagai berikut :

a. Pemimpin

Pemimpin perusahaan pada PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai merupakan pemilik perusahaan yang bertanggung jawab penuh terhadap kegiatan-kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Dengan sendirinya pemimpin perusahaan ini harus mempunyai pengalaman yang cukup dalam bidang usaha jasa.

b. Bagian Keuangan

Tugas bagian ini adalah menerima modal kerja dari pimpinan perusahaan untuk biaya operasional dan melaksanakan penyerahan unag pinjaman dan penerimaan pelunasan serta melakukan pencatatan kedalam laporan harian kas kemudian dimasukkan kedalam pembukuan.

c. Bagian Administrasi/Umum

Bagian administrasi/umum ini mempunyai tugas dan fungsi yaitu melayani para pelanggan bagi mereka yang akan menggunakan jasa produk pada perusahaan ini. Apabila karyawan ini mengalami kesulitan karena dengan kemampuan yang sangat terbatas maka hal ini akan disampaikan kepada pihak pimpinan perusahaan dan biasanya pimpinan perusahaan yang akan menangani sendiri. Dalam banyak hal biasanya pemilik perusahaan yang sekaligus pimpinan perusahaan juga ikut langsung menangani keinginan para pelanggan. Hal ini dilakukan agar para pelanggan tetap menggunakan jasa pada perusahaan ini, juga pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang ada.

B. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para pelanggan pada PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai

yang menjadi responden. Jumlah kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1	Laki-laki	38	69,09
2	Perempuan	17	30,91
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa proporsi terbesar dari responden melalui jenis kelamin adalah laki-laki yaitu sebanyak 38 orang, atau 69,09% dari total responden. Sedangkan responden perempuan sebanyak 17 orang, yaitu mencapai 30,91%. Banyaknya proporsi laki-laki dibandingkan dengan perempuan karena sebagian besar pelanggan berprofesi sebagai pedagang pasar.

2. Umur Responden

Tabel 4.3
Karakteristik Responden berdasarkan Umur

No.	Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase %
1	20-29 tahun	17	30,91
2	30-39 tahun	9	16,36
3	40-49 tahun	14	25,45
4	50-59 tahun	12	21,82

5	>60 tahun	3	5,45
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Keadaan umur responden dikelompokkan menjadi lima kategori, yaitu usia antara 20-29 tahun, 30-39 tahun, 40-49 tahun, 50-59 tahun dan diatas 60 tahun. Data yang diperoleh memperlihatkan bahwa proporsi terbesar dari responden adalah pada kelompok umur 20-29 tahun sebesar 30,91%, disusul oleh kelompok umur 40-49 tahun yaitu sebesar 25,45%, kemudian kelompok umur 50-59 tahun yaitu sebesar 21,82%, kelompok umur 30-39tahun sebesar 16,36 dan diatas 60 tahun merupakan proporsi terkecil yaitu sebesar 5,45%.

3. Jenis Pekerjaan Responden

Tabel 4.4
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
1	Buruh	5	9,09
2	Pedagang	29	52,73
3	PNS	11	20
4	Karyawan	10	18,18
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa pekerjaan pedagang memiliki proporsi terbesar yaitu 52,73%. Kemudian disusul PNS sebesar 20%, setelah itu disusul karyawan sebesar 18,18%. Sedangkan proporsi terkecil yaitu buruh sebesar 9,09%.

4. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4.5
Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuansi	Persentase %
1	Tidak sekolah	2	3,64
2	SD	13	23,64
3	SLTP	8	14,55

4	SLTA	21	38,18
5	S1	11	20
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Dilihat dari tingkat pendidikan responden, nampak data yang diperoleh memperlihatkan bahwa proposi responden yang berpendidikan sampai jenjang SLTA sangat dominan, yaitu sebesar 38,18%. Data diatas juga menunjukkan tingkat pendidikan pelanggan sangat bervariasi sampai tingkat kalangan yang tidak mengenyam pendidikan.

5. Penghasilan Responden

Tabel 4.6
Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan

No.	Tingkat Penghasilan	Frekuensi	Persentase %
1	< Rp. 500.000	2	3,64
2	Rp. 500.000 - Rp 1.000.000	15	27,27
3	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	26	47,27
4	> Rp. 1.500.000	12	21,82
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Dari data yang diperoleh, mayoritas responden yang memiliki pendapatan Rp.1.000.000-Rp. 1.500.000 sebanyak 47,27%. Dari data tersebut juga diperoleh 27,27% responden berpenghasilan dari Rp. 500.000 - Rp 1.000.000- per bulan. Data tersebut juga menunjukkan 21,82% responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 1.500.000 dan hanya 3,64% responden yang memiliki pendapatan kurang dari Rp. 500.000-.

C. Analisis Deskripsi Variabel

Pada hasil pengumpulan jawaban dari responden, maka gambaran mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dilihat dari variabel *tangible* (X_1),

reliability (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty* (X_5) mendapat beragam respon. Hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Penjelasan responden terhadap variabel *tangible* (X_1)

1. Indikator karyawan berpenampilan bersih dan rapi

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan berpenampilan bersih dan rapi dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Karyawan berpenampilan bersih dan rapi

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	3,64
3	Netral/Ragu-ragu	4	7,27
4	Setuju	19	34,55
5	Sangat Setuju	30	54,55
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *tangible* dalam hal karyawan berpenampilan bersih dan rapi sebanyak 30 responden dengan persentase 54,55% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 19 responden dengan persentase 34,55% menyatakan setuju, serta sebanyak 4 responden atau 7,27% menyatakan netral dan sisanya sebanyak 2 responden atau 3,64% menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut lebih dominan responden menyatakan sangat setuju dalam hal karyawan berpenampilan bersih dan rapi. Artinya dalam hal penampilan, karyawan menganggap bahwa bersih dan rapi merupakan hal penting dalam bertransaksi dengan pelanggan agar pelanggan merasa puas.

2. Indikator fasilitas mobil yang dimiliki perusahaan memadai

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal fasilitas mobil yang dimiliki perusahaan memadai dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Fasilitas mobil yang dimiliki perusahaan memadai

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1,82
3	Netral/Ragu-ragu	10	18,18
4	Setuju	17	30,91
5	Sangat Setuju	27	49,09
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *tangible* dalam hal fasilitas mobil yang dimiliki perusahaan memadai sebanyak 27 responden dengan persentase 49,09% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 17 responden dengan persentase 30,91% menyatakan setuju, serta sebanyak 10 responden atau 18,18% menyatakan netral dan sisanya 1 responden atau 1,82% menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut, responden paling banyak menyatakan sangat setuju dalam hal fasilitas mobil yang dimiliki perusahaan memadai. Kemudian disusul setuju dan netral. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas mobil baik dari perangkat yang dimiliki mobil maupun cara kerja mobil dianggap bagus sehingga pelanggan merasa nyaman dalam memakai mobil yang disewakan.

3. Indikator perusahaan memiliki sarana komunikasi yang lengkap

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal perusahaan memiliki sarana komunikasi yang lengkap dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Perusahaan memiliki sarana komunikasi yang lengkap

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	3	5,45
3	Netral/Ragu-ragu	15	27,27
4	Setuju	23	41,82
5	Sangat Setuju	14	25,45
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *tangible* dalam hal perusahaan memiliki sarana komunikasi yang lengkap, sebanyak 23 responden dengan persentase 41,82% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 14 responden dengan persentase 25,45% menyatakan sangat setuju, serta sebanyak 15 responden atau 27,27% menyatakan netral dan sisanya sebanyak 3 responden 5,45% menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut lebih dominan responden menyatakan setuju, kemudian disusul, netral, sangat setuju dan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sarana komunikasi yang dimiliki perusahaan cukup memadai. Bisnis rental mobil diperlukan sarana komunikasi yang lengkap karena pelanggan memerlukan bantuan dari pihak perusahaan apabila terjadi sesuatu terhadap mobil yang disewakan, misalnya apabila terjadi kerusakan mesin mobil.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel *tangible* (X_1) :

Tabel 4.10

Jumlah dan Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel *Tangible*

No	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral/Ragu-ragu		Setuju		Sangat Setuju			
		jlh	%	jlh	%	jlh	%	jlh	%	jlh	%		
1	karyawan berpenampilan bersih dan rapi	-	-	2	3,64	4	7,27	19	34,55	30	54,55	55	100
2	fasilitas mobil yang dimiliki perusahaan memadai	-	-	1	1,82	10	18,18	17	30,91	27	49,09	55	100
3	perusahaan memiliki sarana komunikasi yang lengkap	-	-	3	5,45	15	27,27	23	41,82	14	25,45	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

b. Penjelasan responden terhadap variabel *reliability* (X_2)

1. Indikator karyawan peduli terhadap masalah yang dihadapi pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan peduli terhadap masalah yang dihadapi pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Karyawan peduli terhadap masalah yang dihadapi pelanggan

No.	**Atlernatif Jawaban**	**Frekuensi**	**Persentase %**
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral/Ragu-ragu	11	20
4	Setuju	26	47,27
5	Sangat Setuju	18	32,73
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *reliability* dalam hal karyawan peduli terhadap masalah yang dihadapi pelanggan sebanyak 26 responden dengan persentase 47,27%

menyatakan setuju, kemudian sebanyak 18 responden dengan persentase 32,73% menyatakan sangat setuju, serta sebanyak 11 responden atau 20% menyatakan netral. Dari jawaban responden tersebut ternyata memiliki nilai yang paling besar adalah setuju, sangat setuju kemudian netral. Artinya pihak perusahaan sangat baik dalam hal penanganan berbagai masalah yang terjadi terhadap pelanggan. Pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan dalam menangani masalah pelanggan.

2. Indikator karyawan menyediakan pelayanan sesuai janji yang diharapkan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan menyediakan pelayanan sesuai janji yang diharapkan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Karyawan menyediakan pelayanan sesuai janji yang diharapkan

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	10	18,18
3	Netral/Ragu-ragu	18	32,73
4	Setuju	25	45,45
5	Sangat Setuju	2	3,64
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *reliability* dalam hal karyawan menyediakan pelayanan sesuai janji yang diharapkan sebanyak 25 responden dengan persentase 45,45%

menyatakan setuju, kemudian sebanyak 18 responden dengan persentase 32,73% menyatakan netral, serta sebanyak 10 responden atau 18,18% menyatakan tidak setuju dan sisanya sebanyak 2 responden atau 3,64% menyatakan sangat setuju. Dari jawaban responden tersebut ternyata memiliki nilai yang paling besar adalah setuju, netral, tidak setuju, kemudian sangat setuju. Dalam hal ini pihak perusahaan perlu meningkatkan pelayanan sesuai harapan pelanggan karena terdapat cukup banyak pelanggan yang masih kurang puas. Pelayanan yang disediakan pihak perusahaan masih tidak sebanding dengan harapan pelanggan.

3. Indikator karyawan bersungguh-sungguh menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan bersungguh-sungguh menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Karyawan bersungguh-sungguh menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral/Ragu-ragu	12	21,82
4	Setuju	24	43,64
5	Sangat Setuju	19	34,55
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *reliability* dalam hal hal karyawan bersungguh-sungguh

menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan sebanyak 24 responden dengan persentase 43,64% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 19 responden dengan persentase 34,55% menyatakan sangat setuju, serta sebanyak 12 responden atau 21,82% menyatakan netral. Dari jawaban responden tersebut ternyata memiliki nilai yang paling besar adalah setuju, sangat setuju, kemudian netral. Artinya pelanggan merasa puas karena pihak perusahaan sungguh-sungguh menyelesaikan masalah pelanggan. Pihak perusahaan memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi pelanggan agar masalah tersebut dapat terselesaikan dengan baik.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel *reliability* (X_2) :

Tabel 4.14
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel *Reliability*

No	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral/Ragu-ragu		Setuju		Sangat Setuju			
		jlh	%	jlh	%	jlh	%	jlh	%	jlh	%		
1	karyawan peduli terhadap masalah yang dihadapi pelanggan	-	-	-	-	11	20	26	47,27	18	32,73	55	100
2	karyawan menyediakan pelayanan sesuai janji yang diharapkan	-	-	10	18,18	18	32,73	25	45,45	2	3,64	55	100
3	karyawan bersungguh-sungguh menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan	-	-	-	-	12	21,82	24	43,64	19	34,55	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

c. Penjelasan responden terhadap variabel *responsiveness* (X_3)

1. Indikator karyawan bersikap ramah dan santun dalam menghadapi pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan bersikap ramah dan santun dalam menghadapi pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.15

Karyawan bersikap ramah dan santun dalam menghadapi pelanggan

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1,82
3	Netral/Ragu-ragu	14	25,45
4	Setuju	33	60
5	Sangat Setuju	7	12,73
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *responsiveness* dalam hal karyawan bersikap ramah dan santun dalam menghadapi pelanggan sebanyak 33 responden dengan persentase 60% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 14 responden dengan persentase 25,45% menyatakan netral, serta sebanyak 7 responden atau 12,73% menyatakan sangat setuju dan sisanya 1 responden atau 1,82% menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut ternyata memiliki nilai yang paling besar adalah setuju, netral, sangat setuju kemudian tidak setuju. Hal ini menunjukkan pelanggan merasa puas terhadap sikap karyawan dalam menangani pelanggan. Sikap ramah dan sopan merupakan hal utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan sesuai dengan tuntutan ajaran Islam yang menganjurkan sikap sopan santun dan ramah kepada sesama manusia.

2. Indikator karyawan memberikan pelayanan sewa mobil dengan cepat dan tanggap

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan memberikan pelayanan sewa mobil dengan cepat dan tanggap dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.16
Karyawan memberikan pelayanan sewa mobil dengan cepat dan tanggap

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1,82
3	Netral/Ragu-ragu	14	25,45
4	Setuju	30	54,55
5	Sangat Setuju	10	18,18
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *responsiveness* dalam hal karyawan memberikan pelayanan sewa mobil dengan cepat dan tanggap sebanyak 30 responden dengan persentase 54,55% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 14 responden dengan persentase 25,45% menyatakan netral, serta sebanyak 10 responden atau 18,18% menyatakan sangat setuju dan sisanya sebanyak 1 responden atau 1,82% menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut ternyata memiliki nilai yang paling besar adalah setuju, netral, sangat setuju kemudian tidak setuju. Ini menandakan bahwa kinerja perusahaan dalam hal memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap sudah sangat baik. Pelanggan menginginkan pelayanan yang cepat sehingga keperluan dari pelanggan dapat segera terlaksana.

3. Indikator karyawan bersedia menyelesaikan keluhan dan permohonan pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan bersedia menyelesaikan keluhan dan permohonan pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.17
Karyawan bersedia menyelesaikan keluhan dan permohonan pelanggan

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	13	23,64
3	Netral/Ragu-ragu	35	63,64
4	Setuju	7	12,73
5	Sangat Setuju	-	-
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *responsiveness* dalam hal karyawan bersedia menyelesaikan keluhan dan permohonan pelanggan sebanyak 35 responden dengan persentase 63,64% menyatakan netral, kemudian sebanyak 13 responden dengan persentase 23,64% menyatakan tidak setuju, serta sebanyak 7 responden atau 12,73% menyatakan setuju. Dari jawaban responden tersebut ternyata memiliki nilai yang paling besar adalah netral, tidak setuju kemudian setuju. Pihak perusahaan masih kurang dalam hal menyelesaikan keluhan pelanggan. Permohonan pelanggan akan keluhannya masih belum dianggap baik sehingga perlu ditingkatkan baik dari segi penanganan keluhan ataupun permintaan pelanggan.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel *responsiveness* (X_3) :

Tabel 4.18
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel *Responsiveness*

No	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral/Ragu-ragu		Setuju		Sangat Setuju			
		jlh	%	jlh	%	jlh	%	jlh	%	jlh	%		
1	karyawan bersikap ramah dan santun dalam menghadapi	-	-	1	1,82	14	25,45	33	60	7	12,73	55	100

	pelanggan												
2	karyawan memberikan pelayanan sewa mobil dengan cepat dan tanggap	-	-	1	1,82	14	25,45	30	54,55	10	18,18	55	100
3	karyawan bersedia menyelesaikan keluhan dan permohonan pelanggan	-	-	13	23,64	35	63,64	7	12,73	-	-	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

d. Penjelasan responden terhadap variabel *assurance* (X_4)

1. Indikator karyawan memiliki pengetahuan yang luas terhadap produk mobil yang disewakan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan memiliki pengetahuan yang luas terhadap produk mobil yang disewakan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.19
Karyawan memiliki pengetahuan yang luas terhadap produk mobil yang disewakan

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	9	16,36
3	Netral/Ragu-ragu	36	65,45
4	Setuju	10	18,18
5	Sangat Setuju	-	-
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *assurance* dalam hal karyawan memiliki pengetahuan yang luas terhadap produk mobil yang disewakan sebanyak 36 responden dengan persentase 65,45% menyatakan netral, kemudian sebanyak 10 responden dengan persentase 18,18% menyatakan tidak setuju, serta sebanyak 9 responden

atau 16,36% menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut lebih dominan responden menyatakan netral, disusul setuju, kemudian tidak setuju. Dalam hal ini pihak perusahaan masih terdapat kekurangan dalam hal pengetahuan produk mobil baik itu spesifikasi dari mobil maupun dari jenis mobil yang diperlukan oleh pelanggan.

2. Indikator perusahaan memberikan keamanan dalam pelayanan sewa mobil

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal perusahaan memberikan keamanan dalam pelayanan sewa mobil dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.20
Perusahaan memberikan keamanan dalam pelayanan sewa mobil

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1,82
3	Netral/Ragu-ragu	16	29,09
4	Setuju	31	56,36
5	Sangat Setuju	7	12,73
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *assurance* dalam hal perusahaan memberikan keamanan dalam pelayanan sewa mobil sebanyak 31 responden dengan persentase 56,36% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 16 responden dengan persentase 29,09% menyatakan netral, serta sebanyak 7 responden atau 12,73% menyatakan sangat setuju dan sisanya sebanyak 1 responden atau 1,82% menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut, lebih dominan responden menyatakan setuju, disusul netral, sangat setuju kemudian tidak setuju. Artinya kinerja pihak

perusahaan tentang keamanan dalam pelayanan sudah sangat bagus. Pengamanan yang ketat dalam pelayanan dimaksudkan agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga dengan baik.

3. Indikator karyawan memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.21
Karyawan memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1,82
3	Netral/Ragu-ragu	18	32,73
4	Setuju	26	47,27
5	Sangat Setuju	10	18,18
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *assurance* dalam hal karyawan memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan sebanyak 26 responden dengan persentase 47,27% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 18 responden dengan persentase 32,73% menyatakan netral, serta sebanyak 10 responden atau 18,18% menyatakan sangat setuju dan sisanya sebanyak 1 responden atau 1,82% menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut, lebih dominan responden menyatakan setuju, disusul netral, sangat setuju kemudian tidak

setuju. Artinya perusahaan sangat baik dalam memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Selain itu pihak perusahaan didukung kecakapan untuk menjelaskan kepada pelanggan. Sehingga dengan hal seperti itu, tidak sulit untuk membangun komunikasi yang efektif dengan pelanggan.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel *assurance* (X_4):

Tabel 4.22
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel *Assurance*

No	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral/Ragu-ragu		Setuju		Sangat Setuju			
		jlh	%	jlh	%	jlh	%	jlh	%	jlh	%		
1	karyawan memiliki pengetahuan yang luas terhadap produk mobil yang disewakan	-	-	9	16,36	36	65,45	10	18,18	-	-	55	100
2	perusahaan memberikan keamanan dalam pelayanan sewa mobil	-	-	1	1,82	16	29,09	31	56,36	7	12,73	55	100
3	karyawan memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan	-	-	1	1,82	18	32,73	26	47,27	10	18,18	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

e. Penjelasan responden terhadap variabel *emphaty* (X_5)

1. Indikator perusahaan memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal perusahaan memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.23
Perusahaan memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral/Ragu-ragu	5	9,09
4	Setuju	18	32,73
5	Sangat Setuju	32	58,18
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *emphaty* dalam hal perusahaan memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan sebanyak 32 responden dengan persentase 58,18% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 18 responden dengan persentase 32,73% menyatakan setuju, serta sisanya sebanyak 5 responden atau 9,09% menyatakan netral. Dari jawaban responden tersebut, lebih dominan responden menyatakan sangat setuju, disusul setuju kemudian netral. Dalam hal ini, perusahaan memberikan perhatian secara khusus kepada pelanggan. Karena perhatian yang khusus akan menimbulkan kepuasan dari pelanggan.

2. Indikator karyawan mampu memahami keinginan dari pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan mampu memahami keinginan dari pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.24
Karyawan mampu memahami keinginan dari pelanggan

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral/Ragu-ragu	3	5,45
4	Setuju	27	49,09
5	Sangat Setuju	25	45,45
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *emphaty* dalam hal karyawan mampu memahami keinginan dari pelanggan sebanyak 27 responden dengan persentase 49,09% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 25 responden dengan persentase 45,45% menyatakan

sangat setuju, serta sisanya sebanyak 3 responden atau 5,45 % menyatakan netral. Dari jawaban responden tersebut, lebih dominan responden menyatakan setuju, disusul sangat setuju kemudian netral. Pemahaman perusahaan terhadap pelanggan perlu ditekankan dalam hal ini agar pelanggan merasa tahu apa yang diinginkan dari perusahaan begitu juga sebaliknya. Pemahaman perusahaan terhadap dianggap penting agar tidak disalahartikan oleh pelanggan.

3. Indikator karyawan mudah dihubungi ketika pelanggan membutuhkan dan mendapatkan masalah

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan mudah dihubungi ketika pelanggan membutuhkan dan mendapatkan masalah dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.25
Karyawan mudah dihubungi ketika pelanggan membutuhkan dan mendapatkan masalah

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1,82
3	Netral/Ragu-ragu	12	21,82
4	Setuju	30	54,54
5	Sangat Setuju	12	21, 82
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel *emphaty* dalam hal karyawan mudah dihubungi ketika pelanggan membutuhkan dan mendapatkan masalah sebanyak 30 responden dengan persentase 54,54% menyatakan setuju, kemudian masing-masing sebanyak 12 responden dengan persentase 21,82% menyatakan sangat setuju dan

netral, serta sebanyak 1 responden atau 1,82% menyatakan tidak. Dari jawaban responden tersebut, lebih dominan responden menyatakan setuju, disusul sangat setuju, netral kemudian tidak setuju. Artinya pelanggan merasa puas karena perusahaan mudah dihubungi apabila membutuhkan dan mendapatkan masalah. Pelanggan menilai kemudahan untuk dihubungi sangat penting agar kebutuhan atau keperluan dari pelanggan dapat terpenuhi.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel *emphaty* (X_5) :

Tabel 4.26
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel *Empathy*

No	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral/Ragu-ragu		Setuju		Sangat Setuju			
		jlh	%	jlh	%	jlh	%	jlh	%	jlh	%		
1	perusahaan memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan	-	-	-	-	5	9,09	18	32,73	32	58,18	55	100
2	karyawan mampu memahami keinginan dari pelanggan	-	-	-	-	3	5,45	27	49,09	25	45,45	55	100
3	karyawan mudah dihubungi ketika pelanggan membutuhkan dan mendapatkan masalah	-	-	1	1,82	12	21,82	30	54,54	12	21,82	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

f. Penjelasan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

1. Indikator perusahaan memberikan fasilitas mobil yang nyaman untuk pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal perusahaan memberikan fasilitas mobil yang nyaman untuk pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.27
Perusahaan memberikan fasilitas mobil yang nyaman untuk pelanggan

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %

1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral/Ragu-ragu	7	12,73
4	Setuju	22	40
5	Sangat Setuju	26	47,27
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan dalam hal perusahaan memberikan fasilitas mobil yang nyaman untuk pelanggan sebanyak 26 responden dengan persentase 47,27% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 22 responden dengan persentase 40% menyatakan setuju, serta sebanyak 7 responden atau 12,73% yang menyatakan netral. Dari jawaban responden tersebut, lebih dominan responden menyatakan sangat setuju, disusul setuju lalu netral. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas mobil baik dari perangkat yang dimiliki mobil maupun cara kerja mobil dianggap bagus sehingga pelanggan merasa nyaman dalam memakai mobil yang disewakan.

2. Indikator perusahaaan menyediakan pelayanan sewa mobil sesuai dengan harapan pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal perusahaaan menyediakan pelayanan sewa mobil sesuai dengan harapan pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.28
Perusahaaan menyediakan pelayanan sewa mobil sesuai dengan harapan pelanggan

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %

1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	4	7,27
3	Netral/Ragu-ragu	18	32,73
4	Setuju	26	47,27
5	Sangat Setuju	7	12,73
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan dalam hal perusahaaan menyediakan pelayanan sewa mobil sesuai dengan harapan pelanggan sebanyak 26 responden dengan persentase 47,27% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 18 responden dengan persentase 32,73% menyatakan netral, serta sebanyak 7 responden atau 12,73% yang menyatakan sangat setuju dan sisanya sebanyak 4 responden atau 7,27% menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut, lebih dominan responden menyatakan setuju, disusul netral lalu sangat setuju kemudian tidak setuju. Dalam hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Sehingga menciptakan kepuasan dimata pelanggan.

3. Indikator karyawan bersikap ramah dan santun dalam bertansaksi sewa mobil

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal karyawan bersikap ramah dan santun dalam bertansaksi sewa mobil dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.29
Karyawan bersikap ramah dan santun dalam bertansaksi sewa mobil

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral/Ragu-ragu	4	7,27
4	Setuju	20	36,36

5	Sangat Setuju	31	56,36
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan dalam hal karyawan bersikap ramah dan santun dalam bertansaksi sewa mobil sebanyak 31 responden dengan persentase 56,36% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 20 responden dengan persentase 36,36% menyatakan setuju, sebanyak 4 responden atau 7,27% yang menyatakan netral. Dari jawaban responden tersebut, lebih dominan responden menyatakan sangat setuju, disusul setuju, kemudian netral. Hal ini menunjukkan pelanggan merasa puas terhadap sikap karyawan dalam menangani pelanggan. Sikap ramah dan sopan merupakan hal utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan sesuai dengan tuntutan ajaran Islam yang menganjurkan sikap sopan santun dan ramah kepada sesama manusia.

4. Indikator perusahaan memberikan kenyamanan dalam transaksi sewa mobil

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal perusahaan memberikan kenyamanan dalam transaksi sewa mobil dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.30
Perusahaan memberikan kenyamanan dalam transaksi sewa mobil

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	4	7,27
3	Netral/Ragu-ragu	15	27,27
4	Setuju	26	47,27
5	Sangat Setuju	10	18,18
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan dalam hal perusahaan memberikan kenyamanan dalam transaksi sewa mobil sebanyak 26 responden dengan persentase 47,27% menyatakan setuju, kemudian sebanyak 15 responden dengan persentase 27,27% menyatakan netral, serta 10 responden atau 18,18% menyatakan sangat setuju dan sisanya 4 responden atau 7,27% yang menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut, lebih dominan responden menyatakan setuju, disusul netral, sangat setuju kemudian tidak setuju. Dalam hal ini pihak perusahaan tidak mempersulit pelanggan dalam bertransaksi dan pelanggan menilai pihak perusahaan memberikan kemudahan dalam bertansaksi sewa mobil sehingga pelanggan merasa nyaman menggunakan jasa sewa mobil.

5. Indikator perusahaan memberikan tarif harga sewa mobil sesuai dengan harapan pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal perusahaan memberikan tarif harga sewa mobil sesuai dengan harapan pelanggan dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.31
Perusahaan memberikan tarif harga sewa mobil sesuai dengan harapan pelanggan

No.	Atlernatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral/Ragu-ragu	1	1,82
4	Setuju	22	40
5	Sangat Setuju	32	58,18
	Total	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan dalam hal perusahaan memberikan tarif harga sewa mobil sesuai dengan harapan pelanggan sebanyak 32 responden dengan persentase 58,18% menyatakan sangat setuju, kemudian sebanyak 22 responden atau 40% menyatakan setuju, serta sebanyak 1 responden atau 1,82% yang menyatakan netral. Dari jawaban responden tersebut, lebih dominan responden menyatakan sangat setuju, disusul setuju kemudian netral. Dalam hal ini pihak perusahaan telah memberikan tarif harga yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Perusahaan mengerti bahwa harapan pelanggan akan terpenuhi apabila menetapkan tarif harga yang tidak terlalu tinggi dan sesuai dengan keinginan pelanggan.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel kepuasan pelanggan (Y) :

Tabel 4.32
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral/Ragu-ragu		Setuju		Sangat Setuju			
		jlh	%	jlh	%	Jlh	%	jlh	%	jlh	%		
1	perusahaan memberikan fasilitas mobil yang nyaman untuk pelanggan	-	-	-	-	7	12,73	22	40	26	47,27	55	100
2	perusahaaan menyediakan pelayanan sewa mobil sesuai dengan harapan pelanggan	-	-	4	7,27	18	32,73	26	47,27	7	12,73	55	100
3	karyawan bersikap ramah dan santun dalam bertansaksi sewa mobil	-	-	-	-	4	7,27	20	36,36	31	56,36	55	100
4	perusahaan memberikan kenyamanan dalam transaksi sewa mobil	-	-	4	7,27	15	27,27	26	47,27	10	18,18	55	100
5	perusahaan memberikan tarif harga sewa mobil sesuai dengan harapan pelanggan	-	-	-	-	1	1,82	22	40	32	58,18	55	100

Sumber: Hasil penelitian 2010 (Data diolah)

D. Hasil Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor indikator dengan skor total. Valid tidaknya butir item pertanyaan variabel dapat dilihat dengan mengkonsultasikan nilai r hitung >r tabel. Dari tabel r (dilihat pada lampiran), untuk df = n – 2, atau dalam penelitian ini df = 55 – 2 = 53 dengan tingkat signifikansi 5%, diperoleh angka 0,2241. Jika r hasil positif, serta r hasil > r tabel, maka butir item tersebut valid. Sebaliknya jika r hasil < r tabel, maka butir item tersebut tidak valid. Berikut hasil dari uji validitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 16 *for windows* (dapat dilihat pada lampiran) pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.33
Hasil Uji Validitas Instrumen Data

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Tangible (X_1)	1	0,476	0,2241	Valid
	2	0,617	0,2241	Valid
	3	0,558	0,2241	Valid
Reliability (X_2)	4	0,653	0,2241	Valid
	5	0,355	0,2241	Valid
	6	0,345	0,2241	Valid
Responsiveness (X_3)	7	0,560	0,2241	Valid
	8	0,449	0,2241	Valid
	9	0,579	0,2241	Valid
Assurance (X_4)	10	0,369	0,2241	Valid
	11	0,665	0,2241	Valid
	12	0,619	0,2241	Valid
Emphaty (X_5)	13	0,398	0,2241	Valid
	14	0,261	0,2241	Valid
	15	0,464	0,2241	Valid

Kepuasan Pelanggan (Y)	16	0,418	0,2241	Valid
	17	0,313	0,2241	Valid
	18	0,235	0,2241	Valid
	19	0,244	0,2241	Valid
	20	0,398	0,2241	Valid

Sumber: Data diolah

Dari hasil uji validitas diatas dapat diketahui bahwa semua angka r hitung berada di atas r tabel yaitu 0,2241 yang menunjukkan bahwa semua butir item valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada masing-masing variabel diperoleh dengan mengkonsultasikan nilai r alpha dengan r tabel, apabila r alpha > r tabel, maka dikatakan reliabel dan sebaliknya jika r alpha < r tabel, maka dikatakan tidak reliabel. Dalam hal ini taraf signifikansinya adalah 5% dengan n = 55 sehingga df = n – 2, df = 53, maka didapat r tabel = 0,2241. Berikut hasil uji reliabilitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 16 *for windows* (dapat dilihat pada lampiran) pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.34
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

No.	Variabel	Apha Cronbach	Keterangan
1	*Tangible* (X_1)	0,624	Reliabel
2	*Reability* (X_2)	0,571	Reliabel
3	*Responsiveness* (X_3)	0,550	Reliabel
4	*Assurance* (X_4)	0,557	Reliabel
5	*Emphaty* (X_5)	0,593	Reliabel
6	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,241	Reliabel

Sumber : Data diolah

Dari uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa semua angka r *alpha cronbach* berada di atas r tabel yaitu 0,2241 yang menunjukkan bahwa semua reliabel.

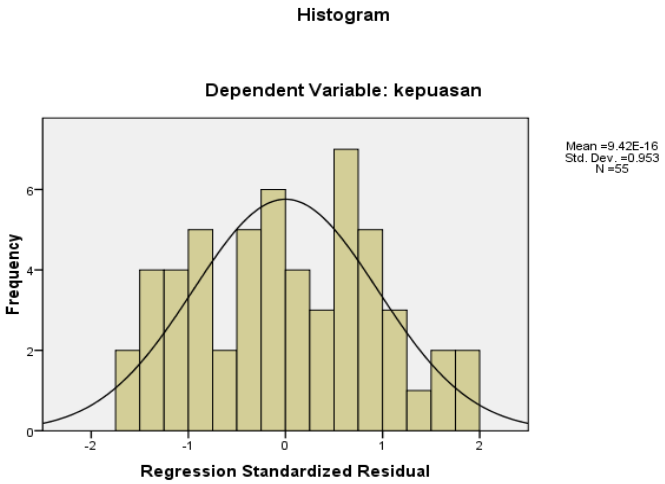
E. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasa (*ordinary Least Squares* / OLS) merupakan model regesi yang menghasilkan estimator linier tidak bias yang terbaik (*Best Linear Unbias Estimator* / BLUE). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik sebagai berikut:

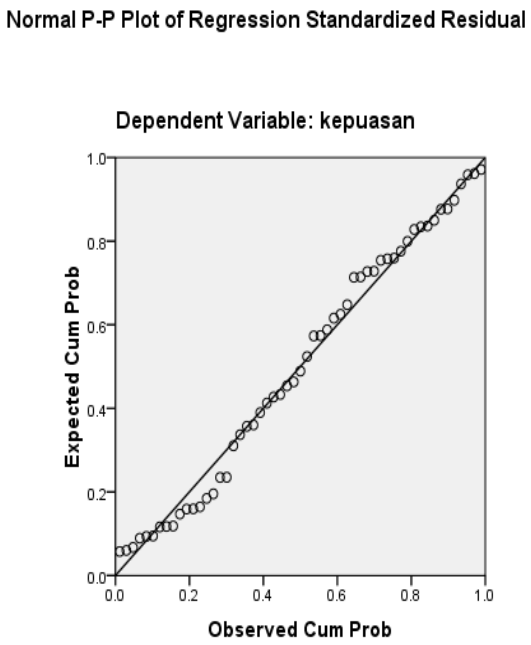
1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *histogram regression residual* serta melihat diagram *normal P-P plot regression standardized* dengan bantuan SPSS 16 *for windows* yang dihasilkan gambar sebagai berikut:

Gambar 4.2



Gambar 4.3



Dengan melihat dari histogram menunjukkan bahwa gambar 4.2 diatas berbentuk lonceng dan juga melihat gambar 4.3, yang menunjukkan bahwa pada grafik tersebut terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta

penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas antar variabel, salah satu caranya adalah dengan melihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Menurut Algifari (2000), jika nilai VIF tidak lebih dari 5, maka model tidak terdapat multikolinearitas. Hal ini menunjukkan tidak terjadinya gejala multikolinearitas artinya tidak adanya hubungan antar variabel bebas.

Setelah melalui perhitungan SPSS 16 *for windows*, nilai VIF dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.35
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	tangible	.936	1.068
	reliability	.856	1.168
	responsiveness	.696	1.437
	assurance	.670	1.492
	emphaty	.957	1.045

a. Dependent Variable: kepuasan

Dari tabel 4.35 diatas, terlihat pada bagian *coefficient* untuk kelima variabel bebas menunjukkan angka VIF < 5, sehingga tidak terjadinya gejala multikolinearitas artinya tidak adanya hubungan antar variabel bebas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini digunakan metode *Park Gleyser* dengan menggunakan metode ini gejala heteroskedastisitas akan ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel independen terhadap nilai absolut residunya (e), jika nilai probabilitasnya > nilai alphanya (0,05), maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur heteroskedastisitas atau t hitung ≤ t tabel pada alpha 0,05. Berikut tabel dari hasil uji heteroskedastisitas melalui SPSS 16 *for windows*:

Tabel 4.36
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.155	1.497		-.771	.444
tangible	.042	.062	.098	.681	.499
reliability	-.020	.070	-.042	-.280	.781
responsiveness	.029	.087	.056	.337	.738
assurance	.066	.087	.128	.757	.453
emphaty	.078	.079	.141	.994	.325

a. Dependent Variable: ABRESID

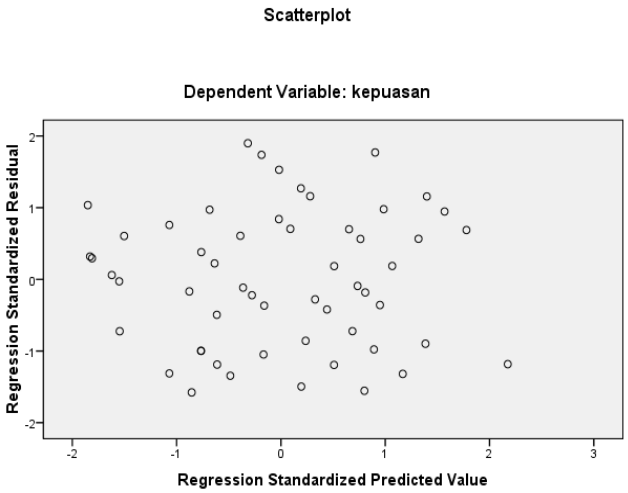
Dari tabel 4.36 di atas dapat diketahui bahwa pada model tidak terjadi gejala heteroskedatistisitas karena nilai Sig. > 0,05 (alpha).

4. Uji Linearitas

Dalam penelitian ini, pengujian linieritas terpenuhi jika plot antara nilai residual terstandarisasi dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak membentuk

suatu pola tertentu (acak). Hasil dari pengujian linearitas melalui SPSS 16 *for windows* dapat dilihat dari gambar sebagai berikut:

Gambar 4.4



Dilihat dari gambar 4.3 di atas nampak bahwa plot antara nilai residual terstandarisasi dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak membentuk suatu pola tertentu (acak) sehingga pengujian linieritas terpenuhi.

5. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi pada penelitian ini dengan metode Durbin Watson melalui perhitungan SPSS 16 *for windows* dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.37
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.792[a]	.628	.590	1.449	1.980

a. Predictors: (Constant), emphaty, responsiveness, tangible, reliability, assurance

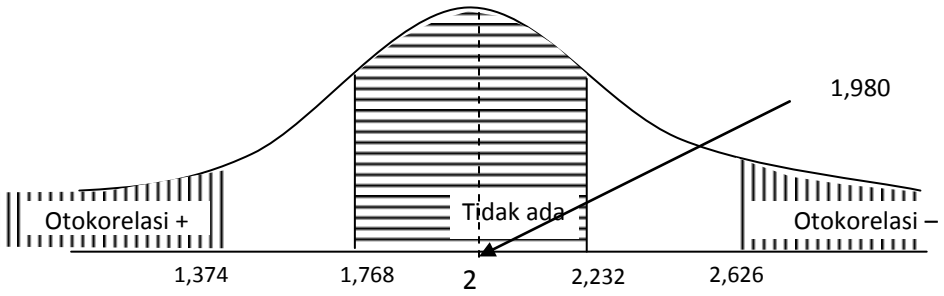
b. Dependent Variable: kepuasan

Nilai kritis α=5% untuk pengujian otokorelasi ini adalah

(n=55 dan k=5)

Apabila dilihat tabel DurbinWatson dengan n=55, K=5 maka akan diperoleh nilai dL=1,374 dan dU=1,768, sehingga nilau 4-dU sebesar 4 – 1,768 = 2,232, sedangkan nilai 4 – dL sebesar 4 – 1,374 = 2,626.

Gambar 4.5
Daerah Autokorelsi



Pada uji autokorelasi diatas terlihat bahwa angka DW sebesar 1,980 berada diantara angka 1,768 sampai 2,232. Sesuai dengan kriteria yang digunakan untuk menguji menyatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

F. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty* (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) digunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

dimana :
Y : kepuasan pelanggan
a : konstanta
$b_1b_2b_3b_4b_5$: koefisien korelasi ganda
X_1 : *tangible*
X_2 : *reliability*
X_3 : *responsiveness*
X_4 : *assurance*
X_5 : *emphaty*
e : multiple regression

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPPS 16 *for Windows*. Berikut hasil perhitungan regresi linear berganda pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.38

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792[a]	.628	.590	1.449

a. Predictors: (Constant), emphaty, responsiveness, tangible, reliability, assurance

Pada tabel 4.38 dapat dilihat bahwa koefisien korelasi R antara kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) sebesar 0,792 dengan koefisien determinasi R^2 adalah sebesar 0,628. Hal ini berarti

62,8% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya (100% - 62,8% = 37,2%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang digunakan dalam penelitian ini.

Koefisien determinasi R_2 sebesar 0,628 (62,8%) mengandung arti bahwa pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai.

Tabel 4.39

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.218	2.950		.752	.456
	tangible	.278	.122	.205	2.274	.027
	reliability	.267	.138	.182	1.937	.058
	responsiveness	.498	.171	.304	2.912	.005
	assurance	.706	.171	.439	4.126	.000
	emphaty	-.062	.155	-.035	-.396	.694

a. Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.39 dapat disusun persamaan regresi linear berganda antara variabel bebas (*independent variabel*) dengan variabel terikat (*dependent variabel)* dengan memasukkan koefisien regresi linear berganda ke dalam bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y= 2,218 + 0,278X_1 + 0,267X_2 + 0,498X_3 + 0,706X_4 +(- 0,062)X_5 + e$$

a) Konstanta

Nilai konstanta sebesar 2,218 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai dari variabel *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty* (X_5), maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah 2,218.

b) *Tangible* (X_1)

Koefisien regresi X_1 sebesar 0,278 tanda positif menunjukan hubungan searah. Nilai 0,278 menunjukan apabila variabel *tangible* 27,8 %, maka kepuasan pelanggan akan naik 27,8% dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini menunjukan bahwa variabel *tangible* berkolerasi positif dengan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi penampilan karyawan, fasilitas yang dimiliki perusahaan, sarana dan prasarana perusahaan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

c) *Reliability* (X_2)

Koefisien regresi X_2 sebesar 0,267 tanda positif menunjukan hubungan searah. Artinya nilai 0,267 menunjukkan apabila variabel *reliability* 26,7%, maka kepuasan pelanggan akan naik 26,7% dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini menunjukan bahwa variabel *reliability* berkolerasi positif dengan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan akurat, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

d) *Responsiveness* (X_3)

Koefisien regresi X_3 sebesar 0,498 tanda positif menunjukan bahwa hubungan searah. Artinya nilai 0,498 menunjukan apabila variabel *responsiveness* 48,9%, maka kepuasan pelanggan akan naik 48,9% dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini menunjukan bahwa variabel *responsiveness* berkolerasi positif dengan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kesigapan karyawan dalam merespon pelanggan, dan sopan santun karyawan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

e) *Assurance* (X_4)

Koefisien regresi X_4 sebesar 0,706 tanda positif menunjukan bahwa keamanan, kredibilitas, dan komunikasi yang efektif memberikan kontribusi terbesar dalam penentuan kepuasan pelanggan. Hubungan keduanya bersifat positif, jika variabel *assurance* naik sebesar 70,6 % maka akan selalu diikuti dengan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 70,6%.

f) *Emphaty* (X_5)

Koefisien regresi X_5 sebesar -0,062 tanda negatif artinya pemahaman karyawan terhadap pelanggan dan perhatian yang tulus karyawan terhadap pelanggan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.

G. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah data yang diperoleh mendukung atau tidak hipotesis yang telah diajukan. Dalam penelitian ini ada dua hipotesis yang telah diajukan dan diuji dengan teknik analisis regresi linier berganda. Berikut disajikan hasil pengujian hipotesis.

1. Pengujian hipotesis secara simultan (uji f)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α)= 0,05

Degree of freedom (df) = (k-1)(n-k)

Ho diterima dan Ha ditolak, jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau Sig. > α

Ha diterima dan Ho ditolak, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau Sig. ≤ α

Hasil Uji F pada output SPSS 16 *for windows* dapat dilihat pada tabel ANOVA. Ho ditolak jika F hitung lebih besar dari F tabel. F tabel dihitung dengan cara df1 = k-1, df2 = n-k, dan a=5%. “n” adalah jumlah sampel sedangkan “k“ adalah jumlah semua variabel. Dengan demikian, dengan df1 = 5 dan df2 = 49, hasil F tabel yang diperoleh adalah sebesar 2,400. Ho juga ditolak

jika Sig. lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0.05.

Uji F yang dihasilkan SPSS 16 *for windows* dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.40
Hasil Pengujian Hipotesis secara Simultan

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	173.364	5	34.673	16.524	.000[a]
	Residual	102.818	49	2.098		
	Total	276.182	54			

a. Predictors: (Constant), emphaty, responsiveness, tangible, reliability, assurance
b. Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan tabel 4.40 diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 16,524. Nilai tersebut lebih besar dari nilai F Tabel yang sebesar 2,400 dan Sig diketahui bernilai 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05. Dengan demikian, dikarenakan nilai F hitung lebih besar dari F tabel, dan nilai Sig. lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan, maka dapat disimpulkan Ho ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengujian hipotesis secara parsial (uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel

dependen. Uji t yang dihasilkan SPSS 16 *for windows* dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.41
Hasil Pengujian Hipotesis secara Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.218	2.950		.752	.456
	tangible	.278	.122	.205	2.274	.027
	reliability	.267	.138	.182	1.937	.058
	responsiveness	.498	.171	.304	2.912	.005
	assurance	.706	.171	.439	4.126	.000
	emphaty	-.062	.155	-.035	-.396	.694

a. Dependent Variable: kepuasan

Hipotesis ini menyatakan bahwa:

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan.

Ha: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam uji hipotesis ini digunakan uji t dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Dengan *level of significany* (α)= 0,05

Degree of freedom (df) = (k-1)(n-k)

Ho diterima dan Ha ditolak, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau Sig. > α

Ha diterima dan Ho ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau Sig. ≤ α

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis secara parsial :

a. Pengujian hipotesis *tangible* (X_1)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel *tangible* (2.274), > nilai t tabel (1,678), Sig.(0,027) < alpha (0,05) maka H_0 ditolak dan Ha diterima. Berarti variabel *tangible* mempunyai pengaruh yang signifikan/berarti secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa rental mobil PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai.

b. Pengujian hipotesis *reliability* (X_2)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel *reliability* (1,937), > nilai t tabel (1,678)), Sig.(0,058) < alpha (0,05), maka H_0 ditolak dan Ha diterima. Berarti variabel *realiability* mempunyai pengaruh yang signifikan/berarti secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa rental mobil PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai.

c. Pengujian hipotesis *responsiveness* (X_3)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel *responsiveness* (2,912), > nilai t tabel (1,678),), Sig.(0,005) < alpha (0,05) maka H_0 ditolak dan Ha diterima. Berarti variabel *responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan/berarti secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa rental mobil PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai.

d. Pengujian hipotesis *assurance* (X_4)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel *assurance* (4,126), > nilai t tabel (1,678), Sig.(0,000) < alpha (0,05) maka H_0 ditolak dan

Ha diterima. Berarti variabel *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan/berarti secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa rental mobil PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai.

e. Pengujian hipotesis *emphaty* (X_5)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel *emphaty* (-0,396), < nilai t tabel (1,678),), Sig.(0,694) > alpha (0,05) maka H_0 diterima dan Ha ditolak. Berarti variabel *emphaty* tidak berpengaruh secara signifikan/berarti secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa rental mobil PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai.

Dari hasil pengujian hipotesis di atas, secara parsial diketahui bahwa dimensi *assurance* mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diketahui dari koefisien *unstandardized beta* yang sebesar 0,706 dengan taraf signifikansi 0,000. Maka hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini ditolak. Pelanggan menilai bahwa unsur pelayanan yang paling sempurna adalah dalam bentuk *assurance* (jaminan) karena karyawan memiliki pengetahuan yang luas terhadap produk mobil kemudian karyawan memberikan keamanan dalam pelayanan sewa mobil, serta karyawan memberikan kenyamanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan

Secara umum pelanggan merasa puas dengan jaminan yang diberikan oleh PT. Amalia Nur Safrina Cabang Barabai. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan menguasai pengetahuan tentang produk mobil dengan cukup baik. Pengamanan yang ketat dalam pelayanan dimaksudkan agar kepercayaan pelanggan tetap

terjaga dengan baik. Selain itu mereka didukung kecakapan untuk menjelaskan kepada pelanggan. Sehingga dengan hal seperti itu, tidak sulit untuk membangun komunikasi yang efektif dengan pelanggan.