

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Sistem penyampaian jasa, Kinerja jasa, Citra perusahaan, Harga, Kinerja karyawan, dan Persaingan secara bersama-sama dan parsial terhadap Kepuasan pelanggan pada bengkel service Honda Surat AHASS 2174 Bayat Klaten. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 orang sesuai dengan pendapat atau saran dari Roscoe (Sekaran, 2003). Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria: 1) memiliki sepeda motor Honda yang melakukan servis/penggantian suku cadang di AHASS 2174 Service Honda Surat Klaten, 2) minimal telah melakukan servis di di AHASS 2174 Service Honda Surat Klaten sebanyak 2 kali. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Sistem penyampaian jasa, Kinerja jasa, Citra perusahaan, Harga, Kinerja karyawan, dan Persaingan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Besarnya nilai koefisien determinasi adjusted sebesar  $R^2_{\text{adjusted}}=93,61\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya kepuasan pelanggan bengkel resmi Honda AHASS Klaten; 93,61% disebabkan oleh perusahaan yang terjadi secara simultan pada Sistem penyampaian jasa, Kinerja jasa, Citra perusahaan, Harga, Kinerja karyawan, dan Persaingan; sedangkan 6,39% sisanya disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini. (2) Sistem penyampaian jasa, Kinerja jasa, Citra perusahaan, Harga, Kinerja karyawan, dan Persaingan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Harga memiliki pengaruh yang paling kuat atau dominan terhadap Kepuasan pelanggan; sedangkan Kinerja karyawan memiliki pengaruh paling lemah.

Hasil penelitian ini selaras dengan yang dilakukan oleh Andreasen dan Lindestad (1998), yang menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula dengan penelitian Bei dan Chiao (2001) di Taiwan; yang menunjukkan bahwa harga dan kinerja jasa berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Sureshchandar *et al.* (2002) di India juga menunjukkan bahwa sistem penyampaian jasa (*human element of service delivery*) dan kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Innis dan Londe (1994) menunjukkan bahwa kinerja jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *purposive sampling*, sistem penyampaian jasa, kinerja jasa, citra perusahaan, persaingan.

## ABSTRACT

This research aim to analyze and know the system influence of forwarding service, service performance, company image, price, employees performance, and emulation by together and partial to satisfaction of customer at workshop of service Honda of letter AHASS 2174 Bayat Klaten. Sum up the sample used in this research counted 70 people as according to opinion or suggestion from Roscoe (Sekaran, 2003). Intake sample done by *purposive sampling* with the criterion: 1) owner of motorbike Honda doing service / access replacement in AHASS 2174 Service of Honda of Letter Klaten 2) minimum have done service in AHASS 2174 Service Honda of Letter Klaten of counted 2 times. data collecting done by questioner which have been tested by the validity and reliability. analyzer used to test the hypothesis is doubled linear regression analysis.

Result of this research show: (1) Forwarding system of service, service performance, company image, price, employees performance, and emulation by together have an effect on the significant to customer satisfaction. Level of value of coefficient of determinate adjusted of equal to  $R^2_{Adjusted} = 93,61\%$ . This matter indicate that high lower the customer satisfaction formal workshop of Honda AHASS Klaten; 93,61% because of company that happened by simultant at forwarding system of service, service performance, company image, price, employees performance, and emulation; while 6,39% the rest of because of other variable is which not covered in this research. (2) Forwarding system of service, service performance, company image, price, employees performance, and emulation by partial have an effect on the significant to customer satisfaction; while employees performance have the weak influence peeling.

Result of this research in harmony with done by Andreassen and Linstead (1998), indicating that company image have an effect on the significant to customer satisfaction. That way also with the research of Bei and Chiao (2001) in Taiwan; indicating that price and service performance have an effect on positive of significant to customer satisfaction. Research done by Sureshchandar *et al.* (2002) in India also indicate that the forwarding system of service (*human element of service delivery*) and employees performance have an effect on positive and significant to customer satisfaction. While research done by Innis and Londe (1994) indicating that service performance have an effect on positive and significant to customer satisfaction.