

KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI *PEOPLE, PROCESS, DAN PHYSICAL EVIDENCE* PADA BENGKEL CUSTOM AKSESORIS MOTOR DI XILAM 01 NGANJUK

M Edo Yudha Pratama¹, Sri Aliami², Poniran Yudho Laksono³

Universitas Nusantara PGRI, Jl. K.H Achmad Dahlan 76 Kediri Jawa Timur

Email : edokertosono87@gmail.com, srialiami@unpkediri.ac.id, poniranyudho@unpkediri.ac.id.

Abstract

The purpose of this study was to determine (1) the significant influence of People, Process, Physical Evidence partially on consumer satisfaction at a custom motorcycle accessories workshop in Xilam 01 Nganjuk. (2) the significant influence of People, Process, Physical Evidence simultaneously on consumer satisfaction at a custom motorcycle accessories workshop in Xilam 01 Nganjuk. This study uses a causal quantitative approach with the research subjects of consumers of custom motorcycle accessories workshops in xilam 01 nganjuk. This research instrument by distributing questionnaires. The sample used was 50 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and hypotheses (t test and f test), with SPSS windows version 26 software. The results of this study indicate that (1) People, Process, and Physical Evidence partially have a significant effect. on consumer satisfaction in a custom motorcycle accessories workshop at Xilam 01 Nganjuk. (2) Simultaneously People, Process, and Physical Evidence have a significant effect on customer satisfaction at a custom motorcycle accessories workshop in Xilam 01 Nganjuk.

Keywords: *People, Process, Physical Evidence, Consumer Satisfaction*

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui (1) pengaruh signifikan *People, Process, Physical Evidence* secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk. (2) pengaruh signifikan *People, Process, Physical Evidence* secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausalitas dengan subyek penelitian konsumen bengkel custom aksesoris motor di xilam 01 nganjuk. Instrumen penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 50 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan hipotesis (uji t dan uji f), dengan *software SPSS windows versi 26*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *People, Process, dan Physical Evidence* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk. (2) Secara Simultan *People, Process, dan Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk.

Kata Kunci : *People, Process, Physical Evidence, Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Custom bidang otomotif akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dan beragam, khususnya pada sepeda motor. Custom yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan tampilan sepeda motor yang lebih optimal, dengan cara mengubah spesifikasi komponen dan memberikan komponen *custom* yang diinginkan. Persaingan bisnis jasa *custom* motor klasik honda CB sangat ketat. Perusahaan harus mampu bertahan dan sekaligus meningkatkan hasil dari barang dan jasa yang dihasilkan dan pada akhirnya memberikan kepuasan bagi konsumen.

Persaingan dalam paparan di atas, memotivasi perusahaan untuk menciptakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, penentuan atau penetapan harga bersaing, serta memberikan pelayanan melebihi harapan konsumen. Apabila keinginan dan kebutuhan konsumen terpenuhi diharapkan mampu menciptakan rasa puas. Hal ini selaras dengan pendapat yang dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2012:129) bahwa kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa atau layanan yang berkualitas serta harga bersaing [4].

Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Konsumen akan merasa puas jika kinerja yang diberikan melebihi dari apa yang diharapkan para konsumen. Konsumen yang merasa puas terhadap

barang ataupun jasa yang diberikan, kemungkinan besar akan membeli ulang dari para penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang dapat memuaskan semua para konsumen akan meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang. Kepuasan konsumen ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan Kotler dan Keller (2012:150) [7]. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Gulid (2013:18) [2], *the marketing literature has identified several factors that influence satisfaction, such as location, price, promotion, people, and physical attributes. The aforementioned statements imply that service marketing mix (7Ps) has a strong impact on satisfaction and loyalty.* Artinya literatur pemasaran telah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan: lokasi, harga, promosi, Orang, dan atribut fisik. Laporan tersebut menyiratkan bahwa bauran pemasaran jasa (7Ps) memiliki dampak yang kuat pada kepuasan dan loyalitas.

People (orang), sebagai pelayan jasa pembuatan produk sangat penting kedudukannya, sebab bagaimanapun juga pelayanan bengkel yang bermutu ditunjang adanya karyawan-karyawan bengkel yang profesional. Pertanyaan tersebut setidaknya mendukung pendapat Pertanyaan tersebut setidaknya mendukung pendapat (Setyaningrum, dkk 2015:301) [7], dimensi *people* memiliki peran besar dalam penyampaian jasa yang merupakan aksi, kinerja dan pengalaman. Pembawaan atau penampilan dan keahlian personel jasa mempengaruhi jasa yang diterima oleh konsumen. Hal ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniawan (2019) [5], membuktikan apabila variabel orang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk mengutamakan faktor Sumber Daya Manusia sangat penting peranya dalam jasa custom kendaraan bermotor, karena orang (SDM) memiliki kontak yang tinggi dengan konsumen. Orang pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk meliputi teknisi mesin bubut, teknisi mesin las, dan desain barang custom. Bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk memiliki prosedur dan standar tersendiri dalam menyeleksi karyawan agar menghasilkan karyawan dengan standar kualitas tinggi. Karyawan di tuntut untuk memiliki *skill* (keahlian), pengetahuan luas, sikap komitmen dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen. Beberapa faktor yang menyebabkan menurunnya kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk adalah kinerja karyawan dalam melakukan layanan, di antaranya keterlambatan dalam memulai pekerjaan.

Selain itu, dalam pelayanan bengkel yang bermutu faktor *Process* (proses) adalah hal yang sangat penting, karena proses menyangkut berbagai hal, mulai dari konsumen memesan sampai mendapatkan layanan. Kondisi-kondis tersebut tentu mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal tersebut tersebut setidaknya sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Setyaningrum, dkk (2015:304) [7], proses meliputi kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dalam mengkonsumsi jasa. Pengelola jasa menghadapi tantangan bagaimana menciptakan setiap tahapan jasa yang di berikan berjalan dengan baik. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iffan (2018) [3] membuktikan apabila variabel proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk mengutamakan faktor *Process* yang cepat dan terstruktur dapan mmenjadikan konsumen merasa puas. Komponen *Process* di bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk antara lain proses sparepart cb yang sangat cepat, pengerjaan sesuai dengan nomor antrian, dan proses yang sesuai dengan harapan. Kelancaran proses dalam bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk dapat menjadikan konsumen merasa sangat puas. Tetapi ada beberapa faktor menurunnya kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk adalah proses yang sangat lama karena bahan susah di custom, dan proses yang kurang sesuai dengan harapan konsumen.

Bukti fisik (*physical evidence*) yang memadai, baik dari segi kecanggihan, kebersihan, kerapian dan lain sebagainya adalah hal yang sangat penting dalam kualitas pelayanan bengkel. Sebab kondisi tersebut juga ikut menentukan kualitas pelayanan yang diberikan oleh begkel. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Setyaningrum, dkk (2015:304) [7], *physical evidence* adalah bukti secara fisik yang merupakan aspek penting dari jasa, sebab sebagian produk jasa konsumen perlu hadir secara fisik dalam lingkungan jasa. Kualitas lingkungan jasa yang baik secara langsung mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap jasa yang diterima. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kembali akan membeli produk yang sama bahkan jenis produk yang lainya. Pelanggan yang puas akan memberikan persepsi yang positif terhadap produk perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari (2018) [6], membuktikan variabel *Physical Evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk mengutamakan faktor *Physical Evidence* karena suatu hal yang secara nyata ikut mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan produk layanan jasa yang ditawarkan.

Komponen *Physical Evidence* antara lain kelengkapan peralatan bengkel yang moderen, kerapian penempatan alat, kenyamanan ruang tunggu dan kebersihan bengkel maupun kamar mandi, serta *free wifi*. Untuk itu sangat dibutuhkan jasa servis yang baik agar konsumen merasa puas. Penurunan kepuasan konsumen di bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk diantaranya adalah ruang tunggu yang kurang nyaman, lambatnya koneksi inter wifi, dan tidak disediakan kantin.

Bentuk perusahaan jasa di bengkel custom aksesoris motor klasik honda CB di Xilam 01 Nganjuk yaitu jasa custom *manisan* rangka dan pemasanganya, jasa custom *part* motor diantaranya (arem, tromol, begel, slebor press, kupingan, baut stailless dll), dan jasa penataan bodi motor klasik. Jasa custom motor honda CB di Nganjuk sangat banyak, berikut nama-nama bengkel custom tersebut:

Tabel 1 Daftar Bengkel Custom Di Nganjuk

No	Nama	Alamat
1	Xilam 01	Ds Kemlokolegi, Kec Baron, Nganjuk
2	Auk bubuk custom	Ds Ngronggot, Kec Ngronggot, Nganjuk
3	Sinyo cuntom	Ds Waung, Kec baron, Nganjuk
4	Bolbol garage	Ds Ngadirejo, Kec Tanjunganom, Nganjuk
5	Cb wekwek	Ds Trayang, Kec Ngronggot, Nganjuk
6	Edo welder	Ds Kaloran, Kec Ngronggot, Nganjuk

Sumber: observasi nama-nama bengkel custom

Bengkel di tuntut oleh para konsumen untuk menghasilkan barang yang unik, memberikan kualitas yang bagus, proses yang tepat waktu serta dapat memenuhi permintaan konsumen. Persaingan bengkel custom khususnya di Nganjuk yang sangat ketat menyebabkan bengkel-bengkel di Nganjuk harus memberikan keunikan tersendiri dan bentuk produk yang memiliki nilai lebih agar berbeda atau lebih unggul dibandingkan yang lain. Bengkel custom memiliki SDM (*people*) yang sangat berkualitas dan terampil, proses melayani sangat cepat dan teliti, lingkungan bengkel yang sangat bersih dan nyaman serta tempat yang sangat bersih. Untuk itu, bengkel custom harus mengutamakan kepuasan konsumennya. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul "**Kepuasan Konsumen Ditinjau dari *People, Process, dan Physical Evidence* pada Bengkel Custom Aksesoris Motor di Xilam 01 Nganjuk**". Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan :

1. *People* secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk.
2. *Process* secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk.
3. *Physical Evidence* secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk.
4. *People, process, dan physical evidence* secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk.

METODE

Variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen.

Variabel bebas disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas, yaitu: *People* sebagai (X1), *Process* sebagai (X2), *Physical evidence* sebagai (X3)

Menurut Sugiyono (2019:36), definisi operasional adalah definisi yang dibuat spesifik sesuai dengan kriteria pengujian dan pengukuran. Definisi operasional dari variabel menjelaskan cara tertentu untuk yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan suatu variabel, sehingga tidak mempunyai arti ganda [8]. Maka perlu didefinisikan sebagai berikut:

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Pengertian	Indikator
1	Kepuasan Konsumen (Y)	Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan konsumen merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas	1) Akan merekomendasikan kepada orang lain 2) Selalu membeli produk 3) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli
2	People (X1)	People adalah semua orang yang terlibat dalam kegiatan memproduksi produk serta memberikan pelayanan produk kepada konsumen pada bengkel custom aksesoris motor klasik honda CB di Bengkel Custom Bengkel Custom Xilam 01.	1) Kompetensi 2) Kesopanan 3) Komunikatif
3	Process (X2)	Process adalah serangkaian tindakan yang diperlukan untuk memberikan produk atau jasa dengan pelayanan yang terbaik kepada konsumen	1) Pelayanan Cepat 2) Proses Yang Sesuai Dengan Harapan 3) Kesesuaian Waktu pelayanan
4	Physical Evidence (X3)	Physical Evidence adalah perangkat-perangkat yang dibutuhkan untuk mendukung penampilan suatu produk, sehingga memperlihatkan secara langsung kualitas produk serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen	1) Lingkungan 2) Tata letak 3) fasilitas

Sumber: Studi Pustaka, diolah

Penelitian ini menggunakan metode kausalitas. Pendekatan yang dipergunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian selama tiga bulan, dari bulan april sampai juni 2021. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Adapun kriteria dari pengambilan sampel ini yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian atau konsumen yang menggunakan jasa bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk sebanyak minimal dua kali. Maka peneliti akan menjadikan orang tersebut sebagai sampel penelitian. Penelitian ini dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi, uji regresi linier berganda, uji t dan uji F.

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisoner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor item variabel dengan total skor konstruk atau variabel [1]. Hasil uji validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 26. Dengan penilaian uji validitas yaitu, Apabila $r_{hitung} > r_{table}$ (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut valid. Apabila $r_{hitung} < r_{table}$ (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut tidak valid. Berdasarkan kesimpulan dari keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini terhadap skor konstruk dari variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,278) Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada masing-masing variabel dinyatakan valid.

Uji Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruksi. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu [1]. Untuk mengukur uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26. Koefisien alpha dapat dikatakan reliabel ketika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$. Diketahui bahwa pada variabel people, process, physical evidence, dan kepuasan konsumen mempunyai nilai yang lebih besar dari koefisien Cronbach's Alpha. Dengan demikian kuesioner tentang variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel. Kesimpulan pada variabel *People*, *Process*, *Physical Evidence* dan Kepuasan Konsumen mempunyai nilai yang lebih besar dari koefisien Cronbach's Alpha atau lebih besar dari (0,6). Dengan demikian, kuisoner tentang variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen atau variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t_{hitung} dan f_{hitung} mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal [1]. Dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan uji normalitas dilihat dari *asym. Sig* diperoleh sebesar 0,576, hasil ini bila

dibandingkan dengan probabilitas 0,05 maka lebih besar, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas Menurut Ghozali (2018:107), bertujuan untuk menguji apakah model regresi itemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* dasar acuanya dapat disimpulkan, Jika nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi. Jika nilai toleransi < 0,1 dan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi [1]. Dapat disimpulkan bahwa nilai *people* (2,260) < 10, maka tidak adanya gejala multikolinieritas. Sedangkan nilai *process* (12,769) dan *physical evidence* (12,864) > 10 maka menyebabkan adanya gejala multikolinieritas

Uji Autokorelasi Menurut Ghozali (2018:111), uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk menilai ada tidaknya autokorelasi dilihat dari nilai *durbin watson* dengan ketentuan $du < dw < 4-du$ jika nilai *dw* terletak antara dua dan $4-du$ berarti bebas dari autokorelasi [1]. Dapat disimpulkan dari uji autokorelasi dengan nilai *Durbin-Watson (DW Test)* sebesar 2,691 /dan nilai *du* sebesar 1,673. Nilai $4 - du = 4 - 1,673 = 2,327$. Dapat disimpulkan bahwa nilai *Durbin-Watson* terletak antara *du* sampai dengan $4 - du$ sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi atau tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas Menurut Ghozali (2018:137), bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka di sebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas [1]. Dapat disimpulkan dari nilai uji heteroskedastisitas sebesar 1,000 hal tersebut menunjukkan bahwa signifikasinya lebih besar dari 0,05. Sehingga variabel *people*, *process*, dan *physical evidence* tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda Untuk menguji hipotesis menghubungkan satu variabel dependen dengan banyak variabel independen. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Kepuasan Konsumen
A	= Konstanta
X1	= <i>People</i>
X2	= <i>Process</i>
X3	= <i>Physical Evidence</i>
b1, b2, b3	= Koefisien Regresi
e	= Standart Error

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R² (Adjusted R Square)* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

Hasil perhitungan untuk nilai *R square* (R^2) dengan bantuan SPSS versi 26, diperoleh angka koefisien determinasi $R^2 = 909$ atau 90,9%. Hal ini kemampuannya variabel-variabel *independen* yang terdiri dari *people*, *process*, *physical evidence* dalam menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sebesar 90,9% sisanya ($100\% - 90,9\% = 9,1\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis yang digunakan penelitian ini adalah: $H_0 : b_i = 0$, artinya suatu *variabel independen* (bebas) bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap *variabel dependen* (terikat).

$H_A : b_i \neq 0$, artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap *variabel dependen* (bebas).

Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut:

H_0 diterima bila $T_{hitung} < T_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak bila $T_{hitung} > T_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujiannya:

$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$, artinya semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$, artinya semua variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2 Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.310	1.205		1.916	.062		
	X1	.706	.061	.775	11.579	.000	.442	2.260
	X2	-.011	.137	-.013	-.081	.935	.078	12.769
	X3	.225	.152	.237	1.486	.144	.078	12.864

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas persamaan regresi linier berganda dapat disusun sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 2,310 + 0,796X_1 - 0,011X_2 + 0,225X_3$$

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.953 ^a	.909	.903	.796

a. Predictors: (Constant), physical evident, people, process

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Hasil perhitungan untuk nilai R square (R^2) dengan bantuan SPSS versi 26, diperoleh angka koefisien determinasi $R^2 = 903$ atau 90,3%. Hal ini kemampuannya variabel-variabel *independen* yang terdiri dari *people, process, physical evidence* dalam menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sebesar 90,3% sisanya ($100\% - 90,3\% = 9,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 4 Uji t People

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.130	1.144		3.609	.001		
	X1	.857	.044	.941	19.296	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Tabel 5 Uji t Process

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.253	2.032		4.061	.000	1.000	1.000
	X2	.678	.077	.787	8.825	.000		

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Tabel 6 Uji t Physical Evidence

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.934	2.203		2.694	.010	1.000	1.000
	X3	.759	.083	.799	9.192	.000		

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa:

a. Pengujian hipotesis 1

$H_0: \beta = 0$, = *People* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \beta \neq 0$ = *People* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh nilai signifikan variabel *people* adalah $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti *people* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengujian hipotesis 2

$H_0: \beta = 0$, = *Process* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \beta \neq 0$ = *Process* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh nilai signifikan variabel *process* adalah $0,000 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini berarti *process* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

c. Pengujian hipotesis 3

$H_0: \beta = 0$, = *Physical Evidence* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

$H_0: \beta \neq 0$ = *Physical Evidence* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh nilai signifikan variabel *physical evidence* adalah $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti *physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 7 Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	290.530	3	96.843	152.822	.000 ^a
	Residual	29.150	46	.634		
	Total	319.680	49			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Diolah 2021

H_0 : *people*, *process*, dan *physical evidence* secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H_a : *people*, *process*, dan *physical evidence* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji f dapat dilihat dari nilai Fhitung pada tabel ANOVA yaitu diperoleh Fhitung sebesar 152.822 dan sig.0,000. Hasil ini lebih besar jika dibandingkan dengan Ftabel = $F=(K;N-K) = F(3;47) = 2,80$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel *people*, *process*, dan *physical evidence* secara serempak atau simultan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa *People* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk. Artinya *people* yang sangat kompetensi, sopan, dan komunikatif dapat memuaskan konsumen. *Process* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk. Artinya *process* pelayanan yang cepat, proses yang sesuai dengan harapan, dan kesesuaian waktu pelayanan dapat memuaskan konsumen. *Physical Evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel custom aksesoris motor di Xilam 01 Nganjuk. Artinya *Physical Evidence* yang lingkungan nyaman, tata letak yang bagus dan fasilitas tambahan dapat memuaskan konsumen.

Bagi pihak bengkel Xilam 01 Nganjuk, diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi dan masukan, sehingga lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk menggunakan jasa bengkel custom aksesoris motor di xilam 01 Nganjuk, seperti *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*. Besarnya variabel *people*, *process* dan *physical evidence* dalam menjalankan variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 90,3% dan sisanya 9,7% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak variabel lain seperti harga, tempat, lokasi dan lain sebagainya, untuk mendapatkan temuan baru mengenai apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Ghozali. (2018). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- [2] Gulid, N. (2013). Student Loyalty toward Master's Degree Business Administration Curriculum at Srinakharinwirot University. *Journal Of Press*, 2(1), 16–28.
- [3] Iffan, M. (2018). Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung. *Riset Bisnis Dan Manajemen*, VIII. <https://core.ac.uk/reader/267935539>
- [4] Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [5] Kurniawan, D. (2019). Pengaruh Proactive Service, People, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha rakyat (KUR). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=jurnal+people+proses+dan+physical+evidence+terhadap+kepuasan+konsumen&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DGYm-aCRCns8J
- [6] Sari, I. P. (2018). Harga dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Upnormal No Title. *Sosio E-Kons*, 10. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i2.2602>
- [7] Setyaningrum Ary, Udaya, J. dan E. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran plus tren terkini tentang pemasaran global, pemasaran jasa, green marketing, entrepreneurial marketing dan e-marketing*. Yogyakarta: ANDI.
- [8] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Bandung: CV Alfabeta.