

**PENGARUH *TANGIBLES*, *RELIABILITY*, *RESPONSIVENESS*,
ASSURANCE DAN *EMPATHY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MUSLIM DI BENGKEL SEPEDA MOTOR “KELOMPOK KERJA MAJU
BERSAMA” KAB.BATANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

WAHYU AJI PAMUNGKAS

NIM. 4117181

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**PENGARUH *TANGIBLES*, *RELIABILITY*, *RESPONSIVENESS*,
ASSURANCE DAN *EMPATHY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MUSLIM DI BENGKEL SEPEDA MOTOR “KELOMPOK KERJA MAJU
BERSAMA” KAB.BATANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

WAHYU AJI PAMUNGKAS

NIM. 4117181

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : WAHYU AJI PAMUNGKAS
NIM : 4117181
Judul Skripsi : **PENGARUH TANGIBLES, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE DAN EMPATHY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM BENGKEL SEPEDA MOTOR “KELOMPOK KERJA MAJU BERSAMA”**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Batang, 17 Mei 2022

Saya yang menyatakan,



WAHYU AJI PAMUNGKAS

NIM. 4117181

NOTA PEMBIMBING

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I.

Perum Pisma Garden Residence, Tirta, Pekalongan Barat

Lampiran : 2 (Dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Wahyu Aji Pamungkas

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan Naskah Skripsi Saudara:

Nama : Wahyu Aji Pamungkas

NIM : 4117181

Judul Skripsi : **Pengaruh *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* terhadap kepuasan Konsumen Muslim Bengkel Sepeda Motor "Kelompok Kerja Maju Bersama" Kab. Batang.**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 29 Oktober 2021

Pembimbing



Muhammad Aris Safi'i, M.E.I.

NIP. 198510122015031004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan
mengesahkan Skripsi Saudara :

Nama : **Wahyu Aji Pamungkas**

NIM : **4117181**

Judul Skripsi : **Pengaruh Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan
Empathy Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok
Kerja Maju Bersama”**

Telah diujikan pada 25-27 November 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima
sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dewan Penguji

Penguji I

Muhammad Nasrullah, S.E., M.Si
NIP. 19801282006041003

Penguji II

Happy Sista Devy, S.E., M.M.
NIP. 199310142018012003

Pekalongan, 10 Desember 2021

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“Kerja dengan gaji yang cukup, berwirausaha dengan penghasilan banyak, dan berinvestasi dengan perkembangan yang maksimal”

“Sebagian dari rejeki kita ada hak-hak untuk mereka yang kurang berkecukupan.”

ABSTRAK

WAHYU AJI PAMUNGKAS. Pengaruh Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy terhadap kepuasan Konsumen Muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” Kab.Batang.

Peranan jasa pelayanan pada sebuah bengkel sepeda motor sangat dibutuhkan konsumen untuk memperbaiki maupun meningkatkan performa sepeda motor yang dimiliki. Perusahaan jasa harus menerapkan pelayanan jasa yang baik supaya menumbuhkan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy terhadap kepuasan Konsumen Muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” Kab.Batang.

. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 86 responden, metode pengumpulan data menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* atau dengan kriteria khusus. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu analisis data SPSS 25.0.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Tangibles, Reliability dan Responsiveness tidak memiliki pengaruh signifikan, sedangkan variabel Assurance dan Empathy memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen Muslim Bengkel Sepeda Motor Kelompok Kerja Maju Bersama. sedangkan secara simultan keseluruhan variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Konsumen Muslim Bengkel Sepeda Motor Kelompok Kerja Maju Bersama.

Kata Kunci : Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

WAHYU AJI PAMUNGKAS. The effect of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy on Muslim Consumer satisfaction Motorcycle Workshop "Group Work Forward Together" Regency of Batang.

The role of services in a motorcycle repair shop is needed by consumers to repair or improve the performance of their motorcycles. Service companies must implement good services in order to foster consumer satisfaction. This study aims to analyze the effect of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy on the satisfaction of Muslim Consumers at the Motorcycle Workshop "Maju Bersama Working Group" Batang Regency.

. This study uses a quantitative approach, with a sample of 86 respondents, the data collection method uses a non-probability sampling technique with purposive sampling or with special criteria. The data collection method used a questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression analysis with SPSS 25.0 data analysis tools.

The results of the study partially show that the Tangibles, Reliability and Responsiveness variables have no significant effect, while the Assurance and Empathy variables have a significant influence on the satisfaction of Muslim Motorcycle Workshop Consumers, Maju Bersama Working Group. while simultaneously all of the variables have a significant influence on the satisfaction of Muslim Motorcycle Workshop Consumers, the Working Group Forward Together.

Keywords: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Mah Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.M,M.H. selaku Dekan FEBI IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Pekalongan dan selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Hj. Karima Tamara, S.T., M.M. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
5. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah bermanfaat memberikan ilmu bagi penulis.
7. Pihak Bengkel mas Abi “Kelompok Kerja Maju Bersama” Kauman Batang beserta Masyarakat sekitar yang telah membantu melancarkan saya dalam mencari data penelitian.
8. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam skripsi ini
9. Orang tua dan keluarga besar saya telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.

10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman dekat saya yang telah memberi semangat tanpa dipaksa sehingga berdampak menjadikan motivasi saya terus semangat mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 28 Oktober 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'W' followed by a smaller, more complex flourish.

Wahyu Aji Pamungkas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Kualitas Pelayanan	10
2. Kepuasan Pelanggan	12
3. Konsumen Muslim	13
B. Telaah Pustaka.....	15
C. Kerangka Berfikir.....	23
1. Model Penelitian.....	23
2. Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan.....	26
B. Setting Penelitian.....	26
C. Populasi Dan Sampel	26
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Variabel Penelitian dan definisi operasional.....	28
F. Teknik Analisis Data	28
G. Sistematika Penulisan.....	31
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Profil Objek Penelitian	40
B. Deskripsi Responden Penelitian.....	40
C. Analisis Data Deskriptif	45
1. Distribusi jawaban Tangibles X1	49
2. Distribusi Jawaban Reliability X2.....	49
3. Distribusi Jawaban Responsiveness X3	51
4. Distribusi Jawaban Assurance X4.....	53
5. Distribusi Jawaban Empathy X5	55
6. Distribusi Jawaban Kepuasan Konsumen Y.....	58
D. Analisis Data	59
1. Uji Instrumen Data	62
2. Uji asumsi klasik	66
E. PEMBAHASAN.....	81
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Keterbatasan Penelitian	90
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf	Nama	Huruf	Keterangan
ا	Alif	tidak	tidak
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan
ض	Dad	ḍ	de (dengan

ط	Ta	ṭ	te (dengan
ظ	Za	ẓ	zet (dengan
ع	‘ain	‘	koma
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أ ي = ai	إ ي = ī
أ = u	أ و = au	أ و = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar’atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا	ditulis	<i>rabbānā</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ` /.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Konsumen	6
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Skala Likert dalam menafsirkan jawaban dari pertanyaan positif variabel independen X dan variabel dependen Y	32
Tabel 3.3 Skala Likert dalam menafsirkan jawaban dari pertanyaan negatif variabel independen X dan variabel dependen Y	32
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2 Usia Responden.....	47
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.4 Jawaban Responden Variabel Tangibles (X1)	49
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel Reliability (X2).....	51
Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Responsiveness (X3)	54
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel Assurance (X4)	56
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel Empathy (X5)	58
Tabel 4.9 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Responden	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas dengan metode Alpha Chronbach's	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas dengan metode Kolmogorov Smirnov.....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas dengan metode VIF.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan uji Glejser	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t)	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F)	75
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	23
-----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan sektor usaha sekarang ini begitu cepat, sehingga menyebabkan persaingan diantara usaha lebih ketat, hal ini menuntut perusahaan agar lebih mengutamakan faktor efektif dan efisien di dalam menjalankan usahanya. Dalam upaya bersaing di era globalisasi saat ini, lingkungan usaha diharuskan dapat mengatasi perkembangan teknologi yang sudah semakin mempermudah penggunaanya atau bisa disebut canggih, baik itu perusahaan yang *profit oriented* berorientasi laba maupun *nonprofit oriented* atau bisa disebut nirlaba.(Wiyono, 2013)

Dewasa ini, persaingan antar bisnis di dunia usaha bertambah ketat. Produk yang mampu diterima dan bertahan di persaingan pasar adalah sebuah produk yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Diluar itu, faktor kualitas pelayanan perusahaan juga menjadi sesuatu yang mampu menarik perhatian konsumen untuk membelinya, selain harga, bentuk maupun kualitas. Apabila konsumen dianggap telah merasa puas atas apa yang diharapkan maka berpeluang akan menjadi konsumen yang loyal.(Wahab, 2017)

Sebuah perusahaan bisa memenangkan persaingan apabila bisa menciptakan suatu nilai dan memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan cara penyampaian produk barang ataupun jasa yang lebih berkualitas.

Untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan dari segi kualitas pelayanan jasa yang konsumen harapkan sangat dipengaruhi oleh baiknya segi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dianggap kurang memuaskan bisa menyebabkan berkurangnya jumlah konsumen dan juga beresiko hilangnya konsumen yang diakibatkan berpindahnya kepercayaan konsumen ke jasa layanan lain, sehingga dalam hal ini kualitas pelayanan yang terbaik sangat penting untuk tujuan dari penyedia layanan di penjuru dunia.(Dzikra, 2020)

Perusahaan harus menentukan ketetapan orientasi terhadap kepuasan pelanggan yang dijadikan sebagai fokus utama. Pelanggan akan merasa nyaman dan juga puas atas adanya pelayanan yang akan diberikan, sehingga berpeluang pelanggan tersebut berpeluang datang kembali untuk merasakan pelayanan yang perusahaan diberikan. Disamping itu, berkemungkinan pula adanya rekomendasi kepada pelanggan lain. Hal tersebut sangat erat hubungannya kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan harapan pelanggan.(Putra, 2018)

Dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan, harus diketahui dahulu apakah pelayanan yang telah diberikan kepada para konsumen sesuai yang diharapkan. Perusahaan bisa mengetahuinya dari konsumen melalui timbal balik yang diberikan konsumen kepada perusahaan yang kemudian bisa menjadi masukan supaya meningkatkan kualitas pelayanan. Langkah paling pertama yang bisa dilakukan supaya bisa menentukan kebijakan selanjutnya agar tepat adalah dengan cara mengetahui tentang dimensi dari kualitas pelayanan.(Dzikra, 2020)

Persaingan ketat juga terlihat pada sektor dunia otomotif, khususnya dari sepeda motor. Karena sepeda motor adalah sarana transportasi yang dimiliki oleh masyarakat umum dan menduduki posisi dominan khususnya di darat (Rohman, 2017). Syarat yang sebaiknya dipenuhi pihak perusahaan supaya mendapatkan kesuksesan dalam bersaing yaitu berusaha supaya mencapai tujuan mewujudkan dan juga mempertahankan konsumen. Supaya tujuan tersebut dapat terwujud, maka pihak perusahaan harus mengupayakan menciptakan sekaligus menyalurkan barang dan jasa sesuai keinginan konsumen yaitu dengan penetapan harga wajar dan sesuai (*reasonable*). Sehingga, setiap perusahaan diharuskan bisa memahami konsumen sasarannya, karena berlangsungnya perusahaan supaya bisa bertahan maupun lebih besar adalah dengan adanya usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Tjiptono, 1997).

Kabupaten Batang terletak di pantai utara Jawa, dan masuk wilayah Jawa Tengah dengan luas wilayah sebesar 788,642 km², batas wilayahnya di sisi utara merupakan laut jawa, Kab.Kendal di sebelah timur, Wonosobo dan Banjarnegara di sebelah selatan, dan Kota-Kab.Pekalongan di sebelah Barat. Kab.Batang dilewati jalan penghubung Jakarta-Surabaya yang dikenal dengan jalan pantura. Kondisi wilayah Kab.Batang dimulai dari pantai, dataran rendah hingga pegunungan, hal tersebut menyebabkan kab.Batang mempunyai potensi besar baik untuk agrowisata, agroindustri dan agrobisnis. Garis pantai yang ada di Kab.Batang sepanjang 38,73 km sehingga

memungkinkan sebagian masyarakat memilih mata pencaharian di sektor perikanan dan kelautan (batangkab, 2020).

Bengkel sepeda motor adalah sebuah usaha yang kegiatan usahanya melakukan jasa pada sebuah sepeda motor berupa service, perbaikan kerusakan, penggantian sparepart, serta permintaan lain oleh konsumen. Usaha bengkel sepeda motor umum dilakukan di Indonesia mulai dari bengkel kecil hingga bengkel besar. Pentingnya tenaga untuk merawat motor sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia, bahkan perusahaan motor ternama seperti Honda, Yamaha, Suzuki dll pun melakukan pelayanan service sepeda motor, pergantian sparepart, dll. kepada penggunaanya di dealer cabang yang ada di masing-masing wilayah sebagai bentuk kemudahan akses pelayanan dan sarana memperoleh penghasilan tambahan.

Persaingan sehat antar perusahaan jasa bengkel sepeda motor menjadi faktor pendukung meningkatnya kemudahan masyarakat dalam menentukan pilihan dimana akan memperbaiki sepeda motornya. Hal ini menjadi sebuah tantangan bagi setiap bengkel untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik guna menarik konsumen dan mempertahankan konsumen.

Konsumen muslim dalam mengkonsumsi jasa dari perusahaan jasa menjadi suatu yang menarik untuk dilakukan penelitian, karena dituntut menyesuaikan diri dengan hal sabar dan ridha terkait layanan yang diberikan dan timbal balik berupa biaya yang dikeluarkan untuk membayar jasa tersebut. Kepercayaan akan timbul dari rasa puas setelah pelayanan yang perusahaan jasa berikan kepada konsumen, yang menjadikan konsumen

muslim ridha dalam setiap menggunakan jasa perusahaan dan menimbulkan sebuah perputaran keuangan yang halal dan baik di perusahaan tersebut. Hal tersebut yang mendorong Mas Abi Tri Gunawan selaku Ketua Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” yang beralamat di Jl.A.Yani No.120 Kauman Batang melakukan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen secara umum, dan khususnya konsumen muslim.

Keinginan penulis untuk melakukan penelitian di Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” salahsatunya adalah untuk mendorong kemajuan bengkel tersebut engan cara melakukan penelitian sehingga pihak perusahaan dapat mengerti apasaja evaluasi yang harus dibenahi dan apasaja kelebihan yang harus dipertahankan. Serta menunjukkan kepada masyarakat pembaca tentang kelebihan di Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” sehingga mengerti keberadaannya dan berpeluang menambah konsumen.

Banyaknya persaingan dalam dunia bengkel sepeda motor tidak menghalangi Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” untuk mempertahankan kelangsungan usahanya, serta mampu berkembang sampai saat ini. Pemberian kualitas pelayanan terbaik kepada konsumen merupakan dasar dan tujuan Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” untuk tetap eksis dalam dunia bengkel sepeda motor. Berikut adalah tabel jumlah konsumen bengkel Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” pada bulan Agustus – Desember 2020.

Tabel 1.1

Data Jumlah Konsumen Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”

Bulan Agustus – Desember 2020

Bulan	Jumlah Konsumen
Agustus	110
September	125
Oktober	125
November	120
Desember	130
Total	600

Sumber : Gunawan, 2021

Dari tabel tersebut, menunjukkan bahwa banyaknya konsumen di Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” terlihat fluktuatif atau ada saatnya naik ada pula saatnya turun. Namun ada juga konsumen yang mengalami ketidakpuasan yang berkisar sekitar satu orang setiap bulan. Pihak perusahaan Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” akan terus mengupayakan pelayanan terbaik dan mengevaluasi kekurangan untuk bisa menjadikan perusahaan memiliki pelayanan terbaik dan mengharapkan perkembangan perusahaan terus meningkat. Jika konsumen yang telah terpenuhi keinginannya maka akan puas dan berpeluang kembali menjadi pelanggan, pelanggan yang merasa yang kembali karena merasa

cocok maka berpeluang untuk menceritakan kepada orang lain terkait kualitas pelayanan dan kelebihan Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” sehingga terjadinya promosi secara tidak langsung yang menguntungkan perusahaan sehingga berpeluang bertambahnya konsumen. Hal tersebut perlu adanya perhatian oleh pihak akademis seperti mahasiswa maupun peneliti lainnya untuk melakukan penelitian guna menunjukkan apasaja hal-hal yang perlu dipertahankan dan apasaja yang perlu dievaluasi kemudian dilakukan perbaikan oleh pihak Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”

Dari uraian tersebut terdapat keinginan penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* Dan *Empathy* Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Di Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” Kab.Batang.**

B. Rumusan Masalah

Latar belakang permasalahan diatas dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu:

1. Apakah *Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”?
2. Apakah *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”?
3. Apakah *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”?

4. Apakah *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”?
5. Apakah *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”?
6. Apakah *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, ditarik kesimpulan tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Tangibles* terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”
2. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”
3. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”
4. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”
5. Untuk mengetahui pengaruh *Empathy* terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”

6. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dijadikan sebagai acuan penelitian berikutnya oleh peneliti secara umum, dan untuk memperkaya referensi akademisi oleh keluarga besar IAIN Pekalongan.
- b. Mampu menggambarkan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan ditinjau dari lima dimensi kualitas pelayanan TRRAE terhadap kepuasan konsumen muslim Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama”

2. Manfaat Praktis

- a. Bisa dijadikan sebagai dasar untuk masyarakat pelaku usaha terkait pengaruh kualitas pelayanan dalam menjalankan usaha.
- b. Bisa dijadikan sebagai acuan untuk perusahaan jasa bengkel motor secara umum dan Bengkel Sepeda Motor “Kelompok Kerja Maju Bersama” secara khusus untuk mengevaluasi usahanya apakah sudah menerapkan kualitas pelayanan terbaik sesuai harapan konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari analisis data yang dilakukan, penelitian memperoleh kesimpulan sebagaimana yang tertera dibawah ini:

1. Secara Parsial, pengaruh hipotesis variabel Tangibles (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Variabel Tangibles (X1) memiliki t hitung sebesar 1,026, t tabel sebesar 1,9896 dan nilai signifikan sebesar 0,308. Hal ini berarti $t \text{ hitung } (1,026) < t \text{ tabel } (1,9896)$ dan signifikan sebesar $0,308 > 0,05$, maka H_0 diterima, dan berarti tidak ada pengaruh signifikan.
2. Pengaruh hipotesis variabel Reliability (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Variabel Reliability (X2) memiliki t hitung sebesar (0,351) t tabel sebesar 1,9896 dan nilai signifikan sebesar 0,697. Hal ini berarti $t \text{ hitung } (0,351) < t \text{ tabel } (1,9896)$ dan signifikan sebesar $0,697 > 0,05$ maka H_0 diterima, dan berarti tidak ada pengaruh signifikan
3. Pengaruh hipotesis variabel Responsiveness (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Variabel Responsiveness (X3) memiliki t hitung sebesar (-0,021) t tabel sebesar 1,9896 dan nilai signifikan sebesar 0,883. Hal ini berarti $t \text{ hitung } (0,351) < t \text{ tabel } (1,9896)$ dan signifikan

sebesar $0,883 > 0,05$ maka H_0 diterima, dan berarti tidak ada pengaruh signifikan.

4. Pengaruh hipotesis variabel Assurance (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Variabel assurance (X4) memiliki t hitung sebesar (3,827) t tabel sebesar 1,9896 dan nilai signifikan sebesar 0,00. Hal ini berarti t hitung (3,827) > t tabel (1,9896) dan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, dan berarti ada pengaruh signifikan
5. Pengaruh hipotesis variabel Empathy (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Variabel Empathy (X5) memiliki t hitung sebesar (2,024) t tabel sebesar 1,9896 dan nilai signifikan sebesar 0,046. Hal ini berarti t hitung (2,024) > t tabel (1,9896) dan signifikan sebesar $0,046 < 0,05$ maka H_0 ditolak, dan berarti ada pengaruh signifikan
6. Secara simultan, F hitung sebesar 20,509 dengan nilai signifikan 0,000. Pada penelitian ini jumlah $n=86$, $df_1 = 6-1 = 5$, $df_2 = n-k = 86-6 = 80$ maka nilai f tabel = 2,32. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung (20,509) > F tabel (2,32) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel Tangibles (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4) dan Empathy (X5) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

B. Keterbatasan Penelitian

Ketika melakukan penelitian, peneliti mengetahui terdapat kekurangan dan hambatan selama penelitian dilakukan yang disebabkan oleh:

1. Pada penelitian ini, variabel independen masih terbatas yakni hanya variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy sehingga dimungkinkan masih terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Peneliti mendapatkan data melalui pembagian kuesioner cetak dan formulir elektronik dari Google Form kepada responden dan terkadang responden kurang maksimal dalam menjawab pertanyaan.
3. Peneliti tidak mengetahui apakah responden menjawab pertanyaan dengan keadaan yang sesungguhnya atau tidak sehingga mengakibatkan jawaban yang diberikan responden tidak akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz Slamet Wiyono. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam . *Skripsi*, Universitas Widyatama. Bandung
- Wahab, W.(2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru*. Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Vol.2 No.1
- Dzikra, F. M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil UD. Sari Motor di Pekanbaru*. Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review, vol.11 No.3.
- Putra, C. F., Pangestuti, E., & Nuralam, I. P. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Bengkel AUTO 2000 Sukun Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.61(2).
- Rohman, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr Montir Citayam . *Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- <https://www.batangkab.go.id/> diakses 17 Mei 2020
- Wardani, S.W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang. *Skripsi*, UIN Walisongo Semarang. Semarang
- Atmawati R. dan M.Wahyudin. (2004). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mal*. Surakarta, *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumberdaya*, vol.5. Juni.2004
- Satia Prahmana dkk. (2018). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsivess, Assurance dan Empathy) Terhadap Kepuasan Penumpang KM. X(Studi Kasus pada Mahasiswa Umrah Yang Berasal Dari Kabupaten Natuna dan Anambas*. Tanjungpinang: Jurnal Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji
- Tiza, M. F., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang*. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP.

- Lupiyoadi, H., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ke II. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Putra, R. P., & Herianingrum, S. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Surabaya, Jurnal Ekonomi Islam Universitas Airlangga. Vol.1. No.9
- Hikmaha, A. E. F., Maspufah, H., & Salahudin, S. (2020). *Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Emphaty Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Outlet Perum Bulog Cabang jember*. JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika, Vol.1. No.1
- Kosnan, W. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Merauke*. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi, Vol.24 No.4
- Rahareng, V. J., & Relawan, N. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom)*. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol.2 No.2.
- Zahi, A. W. I. (2020). *Analisis Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Bus Rapid Transit (BRT) Batik Solo Trans*. *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta
- Supriyanti, R., & Kaeksi, R. W. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Terhadap Kepuasan Konsumen Armada Bus Transzentrum Madu Kismo Di Kabupaten Grobogan*. *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta
- Brillianjaya, A. (2020). *Pengaruh tangible, reliability, responsiveness, assurance, Empathy terhadap kepuasan nasabah pembiayaan Bank konvensional dan bank syariah*. *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta
- Ritonga, S. M. (2019). *Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan*. *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan
- Rahman, G. F., & Setyawan, A. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Syakira*. *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

- SIDIQ, F. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Biaya Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Iksan Motor Sragen. *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta
- Lydiane, E. (2019). Pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan konsumen pengguna bengkel resmi Auto 2000 HR Muhammad di Surabaya. *Doctoral dissertation*, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Surabaya
- Sugioyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2016).
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*, Vol.11 No2.
- Wardani, T. U. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek (studi kasus mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara). *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Gunawan, A. T. (2021, Februari 6) Profile Bengkel Sepeda Motor Kelompok Kerja Maju Bersama (Pamungkas W.A, interviewer)
- Yamit Zulian. 2017. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 27 Februari 2021 pukul 22:00 WIB
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25 Edisi 9* , Universitas Diponegoro.
- <https://quran.kemenag.go.id/index.php/sura/4/29> 15 maret 2021/ diakses pada 12 Maret 2021 pukul 21:30 WIB
- Tjiptono, F. (2008) *Pemasaran Stratejik*. Andi
- Wardani, r. K. (2021). *Analisis perilaku konsumen muslim dalam memutuskan pembelian tas di toko bag corner ponorogo* (doctoral dissertation, iain ponorogo).