

INTERACTION QUALITY, PHYSICAL ENVIRONMENT QUALITY, OUTCOME QUALITY DAN KEPUASAN KONSUMEN DEPITSTOP

Rudy

Universitas Ciputra Surabaya
E-mail: rudy01@student.ciputra.ac.id

Abstract: DEPITSTOP is a company engaged in vehicle maintenance that focuses on auto-detailing and coating specialists. DEPITSTOP has been started since 2015. In 2016, DEPITSTOP began to develop its businesses in on auto variation, such as horns, alarms, and window film sales and installation and many others. Furthermore, in 2017, DEPITSTOP also opens two-wheeled vehicles rental, especially for Nmax motorcycles type. This study is conducted to determine the effect of interaction quality, physical environment quality and outcome quality on DEPITSTOP's consumer satisfaction. The research type used in this study is a quantitative research method with a survey approach. The instrument used to collect data in this study is a questionnaire distributed to 71 DEPITSTOP consumers who have used DEPITSTOP services at least twice and aged over 17 years. The results of the regression analysis of this study concluded that interaction quality provided by DEPITSTOP employees affect the consumer satisfaction, the physical environment quality that DEPITSTOP had affect the consumer satisfaction, and the outcome quality of services provided by DEPITSTOP employees affect the customer satisfaction. The results of this study proven to support the three hypotheses proposed. The managerial implications that can be given to DEPITSTOP management are as follows: DEPITSTOP management needs to create an SOP that clearly outlines the steps in providing services to consumers. The existence of training from experts to each employee is expected to improve employee skills and impact the final results of the work accepted by employees; DEPITSTOP management needs to call experts to provide training to employees; DEPITSTOP management needs to implement a system of reward and punishment; The SOP is always communicated every day before the DEPITSTOP workshop is opened; The training of experts to each employee is expected to improve employee skills and also have an impact on the final results of the work received by employees.

Keywords: Interaction Quality, Physical Environment Quality, Outcome Quality, Customer Satisfaction

Abstrak: DEPITSTOP merupakan perusahaan yang bergerak dibidang perawatan kendaraan yang berfokus pada autodetailing dan coating specialist. DEPITSTOP mulai dijalankan sejak tahun 2015. Pada tahun 2016, DEPITSTOP mulai mengembangkan usaha pada bidang variasi, seperti menjual dan memasang klakson, alarm, kaca film dan lain-lain. Selanjutnya pada tahun 2017, DEPITSTOP juga membuka persewaan kendaraan roda dua, khususnya motor Nmax. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh interaction quality, physical environment quality dan outcome quality terhadap kepuasan konsumen DEPITSTOP. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah kuesioner yang dibagikan kepada 71 orang konsumen DEPITSTOP yang telah menggunakan jasa DEPITSTOP minimal dua kali dan berusia di atas 17 tahun. Hasil analisis regresi penelitian ini menyimpulkan bahwa *interaction quality* yang diberikan karyawan DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, *physical environment quality* yang dimiliki DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan *outcome quality* dari pelayanan yang diberikan karyawan DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini terbukti mendukung ketiga hipotesis yang diajukan. Implikasi manajerial yang dapat diberikan kepada manajemen DEPITSTOP adalah sebagai berikut: Manajemen DEPITSTOP perlu membuat SOP yang menjelaskan secara jelas langkah-langkah dalam memberi layanan kepada konsumen. Adanya pelatihan dari *expert* kepada masing-masing karyawan diharapkan dapat meningkatkan *skill* karyawan dan berdampak pula pada hasil akhir dari pekerjaan yang diterima oleh karyawan; Manajemen DEPITSTOP perlu memanggil *expert* untuk memberi pelatihan kepada karyawan; Manajemen DEPITSTOP perlu menerapkan sistem reward and punishment; Adanya SOP yang selalu dikomunikasikan setiap hari sebelum bengkel DEPITSTOP dibuka; Adanya pelatihan dari *expert*

kepada masing-masing karyawan diharapkan dapat meningkatkan *skill* karyawan dan berdampak pula pada hasil akhir dari pekerjaan yang diterima oleh karyawan.

Kata kunci: *Interaction Quality, Physical Environment Quality, Outcome Quality, Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Laporan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) mencatat bahwa kontribusi industri otomotif sangat besar bagi PDRB Jawa Timur. Pernjualan kendaraan roda empat mencapai 2,4 juta unit, sedangkan kendaraan roda dua mencapai 6,3 unit selama periode Januari hingga Desember 2018.

DEPITSTOP merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perawatan kendaraan yang berfokus pada autodetailing dan coating specialist. Perusahaan yang merupakan gabungan dari HARS Carbridal yang dimiliki oleh Rudy Santoso dan Extreme Detailing. DEPITSTOP mulai dijalankan sejak tahun 2015. Rasa senang dan puas saat melihat kendaraan yang bersih serta mengkilap merupakan hal yang mendasari didirikannya bisnis usaha autodetailing ini. Selain itu, industri salon mobil di Surabaya juga dinilai sangat berpotensial untuk peluang berkembangnya perusahaan serta memberikan daya tarik lebih untuk menarik konsumen, yaitu dengan fasilitas jasa pick up dan delivery service untuk kendaraan konsumen. DEPITSTOP autodetail berkeinginan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang menggunakan jasa perawatan mobil atau salon mobil.

Service quality merupakan persepsi konsumen mengenai kinerja perusahaan. Persepsi tersebut merupakan hasil perbandingan yang dilakukan oleh konsumen mengenai layanan yang diberikan oleh perusahaan selama layanan diberikan kepada konsumen (Taufana: 2014:4). *Service quality* merupakan kunci keberhasilan perusahaan dalam menciptakan kepuasan konsumen pasca pembelian. Kualitas layanan yang baik akan menghasilkan nilai yang dipersepsikan konsumen menjadi lebih positif mengenai perusahaan (Alaan, 2016:256).

Berdasarkan wawancara singkat dengan konsumen selama bulan Januari 2019, beberapa masalah yang ditemui dalam bisnis DEPITSTOP lebih terkait dengan layanan yang diberikan kepada konsumen, seperti sikap karyawan expert yang kurang baik, menurunnya tingkat keahlian yang dimiliki karyawan baru, meningkatnya waktu tunggu yang dibutuhkan karyawan untuk menyelesaikan pekerjaan autodetail. Masalah lain yang terjadi di internal perusahaan yang juga memberi dampak pada kualitas layanan DEPITSTOP adalah kecenderungan karyawan untuk mencontoh perilaku negatif dari karyawan lainnya.

Beberapa permasalahan terkait layanan yang diberikan karyawan kepada konsumen tentu saja akan berdampak pada kepuasan konsumen terhadap layanan DEPITSTOP. Sebagaimana temuan hasil penelitian Choi dan Kim (2017:190) menyimpulkan bahwa semakin tinggi service quality yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen, yang selanjutnya juga akan berdampak pada loyalitas konsumen untuk terus menggunakan jasa perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh *interaction quality* dan *physical environment quality* yang diberikan karyawan DEPITSTOP terhadap kepuasan konsumen.

LANDASAN TEORI

Kepuasan-Konsumen

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana kinerja yang dirasakan suatu produk sesuai harapan konsumen. Jika kinerja produk jatuh jauh dari harapan, maka konsumen tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan, maka konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas- (Kotler dan Armstrong, 2016:156).

Menurut Pollack (2019:47), kepuasan konsumen memiliki tiga atribut utama, yaitu sebagai berikut: 1. Layanan secara keseluruhan, yaitu kepuasan konsumen dengan layanan yang diberikan perusahaan secara keseluruhan; 2. Harapan konsumen, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang memuaskan harapan konsumen; perbandingan tingkat kepuasan dengan layanan pesaing, yaitu Kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing.

Service Quality (SERVQUAL)

Service quality menurut Tjiptono dan Chandra (2016:180) adalah upaya perusahaan-untuk-memenuhi-kebutuhan-dan-keinginan-konsumen-serta-ketepatan penyampaiannya- untuk- mengimbangi-harapan-konsumen.

Adapun atribut-atribut service quality-menurut-Tjiptono-dan-Chandra (2016:232-233) yang diadopsi dari-model-SERVQUAL-dari Parasuraman et al., (1985) adalah sebagai-berikut. Dimensi Reliabilitas memiliki atribut sebagai berikut: menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan, dapat diandalkan dalam menangani masalah layanan konsumen, menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali, menyampaikan jasa sesuai waktu yang ditentukan, menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan. Dimensi Daya Tanggap memiliki atribut sebagai berikut: menginformasikan konsumen kepastian waktu penyampaian layanan, kesediaan untuk membantu konsumen, kesiapan untuk merespon permintaan konsumen. Dimensi Jaminan dengan atribut sebagai berikut: karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para konsumen, membuat konsumen merasa aman ketika melakukan transaksi, karyawan yang secara konsisten bersikap sopan, karyawan yang mampu menjawab pertanyaan konsumen. Dimensi Empati dengan atribut sebagai berikut: memberikan perhatian individual kepada para konsumen, karyawan yang memperlakukan konsumen secara penuh perhatian, sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen, karyawan yang memahami kebutuhan konsumen, waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman, Dimensi Bukti Fisik dengan atribut sebagai berikut: peralatan modern, fasilitas yang berdaya tarik visual, karyawan yang berpenampilan rapid an professional, materi-materi berkaitan dengan layanan yang berdaya tarik visual.

Hubungan Antar Variabel

Dimensi pertama dari model hirarki *service quality* yang dikembangkan oleh Brady and Cronin (2001) ini menurut Yarimoglu (2014:90) merupakan penggabungan dari dimensi *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* pada model SERVQUAL dari Parasuraman et al. (1988). Berdasarkan penelitian yang-dilakukan-oleh-Choi dan Kim (2017:196) diketahui bahwa dimensi *interaction-quality* memiliki pengaruh-yang-signifikan-terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, maka dihipotesiskan bahwa: H1 *Interaction quality* yang diberikan karyawan DEPITSTOP berpengaruh terhadap-kepuasan-konsumen.

Dimensi kedua dari model hirarki *service quality* ini menurut Yarimoglu (2014:90) merupakan dimensi tangible pada model SERVQUAL. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Choi dan Kim (2017:196) diketahui bahwa dimensi *physical environment quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, maka dihipotesiskan bahwa: H2 *Physical environment quality* yang dimiliki DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dimensi ketiga dari model hirarki *service quality* ini menurut Yarimoglu (2014:90) merupakan dimensi reliability pada model SERVQUAL. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Choi dan Kim (2017:196) diketahui bahwa dimensi *outcome quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, maka dihipotesiskan bahwa: H3 *Outcome quality* dari pelayanan yang diberikan karyawan DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei, yaitu jenis penelitian yang membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi tertentu, dengan menerangkan suatu hubungan antar variabel dan menguji hipotesis yang diajukan (Masyhuri dan Zainuddin, 2017:40). Pada penelitian ini, pengaruh interaction quality, physical environment quality dideskripsikan berdasarkan hasil pengujian hipotesis.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen DEPITSTOP yang jumlahnya sebanyak 85 dari Januari 2018 hingga Desember 2018. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2014:156), yaitu: telah menggunakan jasa DEPITSTOP minimal dua kali dan berusia > 17 tahun.

Selanjutnya, sampel dalam penelitian ini akan dihitung menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5% (Pradana dan Reventiary, 2016:4), sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 70,10 orang, sehingga peneliti membulatkannya menjadi 71 orang.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada para sampel yang telah ditetapkan. Selanjutnya, jawaban setiap pertanyaan tersebut ditentukan skornya dengan menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang atau kelompok mengenai suatu kejadian yang dipertanyakan (Ghozali, 2016:4). Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1. Sangat Tidak Setuju; 2. Tidak Setuju; 3. Setuju; 4. Sangat Setuju.

Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 4 skala Likert karena menurut Hertanto (2017) untuk menghilangkan kecenderungan central tendency effect terhadap pemberian jawaban responden pada nilai tengah (ragu-ragu), sehingga mengurangi informasi yang bisa didapatkan dari responden.

Analisis Data

Uji validitas ini menggunakan *pearson correlation*, dengan derajat kesalahan yang ditoleransi sebesar 5%. Bila signifikansi korelasi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid. Selanjutnya, instrumen dikatakan reliabel jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Seluruh instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6 (Sugiyono, 2014:203).

Uji asumsi klasik pada penelitian ini meliputi (Ghozali, 2016): Uji Multikolinearitas, Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Uji Heteroskedastisitas, salah satu cara untuk mendekripsi ada atau tidak adanya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji Glejser. Jika probabilitas signifikansinya $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. Uji Normalitas, Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov, dengan cara membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Jika signifikansi $< 0,05$ berarti residual yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti residual tersebut tidak berdistribusi normal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Penelitian

Konsumen DEPITSTOP yang berusia 35-40 tahun merupakan responden yang terbanyak dalam penelitian ini, yaitu 29 orang (40,8%). Selanjutnya, 25 orang (35,2%) berusia 29-34 tahun, 11 orang (15,5%) berusia 23-28 tahun, 4 orang (5,6%) berusia 18-22 tahun, dan 2 orang (2,8%) konsumen lainnya

berusia >41 tahun. Nilai frekuensi tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang berusia antara 29 hingga 40 tahun telah menjadi konsumen yang paling prospektif bagi DEPITSTOP selama tahun 2018.

Konsumen telah menggunakan jasa DEPITSTOP sebanyak 2-3 kali merupakan responden yang terbanyak dalam penelitian ini, yaitu 34 orang (47,9%). Selanjutnya, 29 orang (40,8%) konsumen telah menggunakan jasa DEPITSTOP sebanyak 3-4 kali, dan 8 orang (11,3%) konsumen lainnya telah menggunakan jasa DEPITSTOP >5 kali. Nilai frekuensi tersebut menunjukkan adanya indikasi konsumen telah memiliki kepuasan yang tinggi terhadap layanan yang diberikan oleh DEPITSTOP, karena konsumen telah beberapa kali kembali menggunakan layanan DEPITSTOP untuk melakukan perawatan kendaraannya selama tahun 2018.

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Total mean variabel *Interaction Quality* (X_1) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, konsumen menganggap bahwa interaksi antara karyawan dan konsumen selama proses pelayanan DEPITSTOP berlangsung memiliki kualitas yang baik, karena karyawan DEPITSTOP bersikap ramah saat melayani konsumen, berperilaku baik saat melayani konsumen dan memiliki *skill* yang tinggi dalam melakukan pekerjaannya.

Total mean variabel *Physical Environment Quality* (X_2) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, konsumen menganggap bahwa keadaan lingkungan sekitar dimana layanan DEPITSTOP diberikan kepada konsumen memiliki kualitas yang sangat baik, karena ruang tunggu DEPITSTOP nyaman, seluruh fasilitas yang disediakan DEPITSTOP berfungsi dengan baik, dan kondisi fisik dan psikologis karyawan DEPITSTOP mempengaruhi kinerja karyawan lainnya.

Total mean variabel *Outcome Quality* (X_3) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, konsumen menganggap bahwa kesan yang diberikan karyawan DEPITSTOP saat layanan diberikan memiliki kualitas yang baik, karena layanan yang diberikan DEPITSTOP tepat waktu, hasil autodetailing dan coating yang diberikan karyawan DEPITSTOP sesuai dengan harapan konsumen, dan konsumen menyukai hasil kinerja karyawan DEPITSTOP secara keseluruhan.

Total mean variabel Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, konsumen menganggap bahwa kinerja layanan yang diberikan DEPITSTOP telah memuaskan konsumen, karena konsumen puas dengan layanan yang diberikan DEPITSTOP secara keseluruhan, DEPITSTOP mampu memberikan layanan yang sesuai dengan harapan konsumen, dan konsumen lebih puas dengan layanan yang diberikan DEPITSTOP dibandingkan dengan perusahaan autodetailing lainnya.

Hasil Analisis Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda melalui olah data SPSS menghasilkan data sebagai berikut: 1. Tanpa positif pada nilai *unstandisized coefficient beta* dari variabel *Interaction Quality* (X_1) menunjukkan adanya hubungan yang searah antara interaksi karyawan-konsumen selama layanan diberikan dan kepuasan konsumen, dimana peningkatan *interaction quality* sebesar 1 satuan akan menghasilkan peningkatan kepuasan konsumen DEPITSTOP sebesar 0,282, dengan asumsi bahwa variabel lainnya konstan. 2. Tanpa positif pada nilai *unstandisized coefficient beta* dari variabel *Physical Environment Quality* (X_2) menunjukkan adanya hubungan yang searah antara keadaan lingkungan sekitar dimana layanan diberikan dan kepuasan konsumen, dimana peningkatan *physical environment quality* sebesar 1 satuan akan menghasilkan peningkatan kepuasan konsumen DEPITSTOP sebesar 0,208, dengan asumsi bahwa variabel lainnya konstan. 3. Tanpa positif pada nilai *unstandisized coefficient beta* dari variabel *Outcome Quality* (X_3) menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kesan yang dimiliki karyawan saat layanan diberikan dan kepuasan konsumen, dimana peningkatan *outcome quality* sebesar 1 satuan akan menghasilkan peningkatan kepuasan konsumen DEPITSTOP sebesar 0,365, dengan asumsi bahwa variabel lainnya konstan.

Uji Hipotesis

Nilai t yang dihasilkan dari hubungan antara interaction quality dan kepuasan konsumen sebesar 2,590 dengan signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$ menunjukkan bahwa interaksi yang diberikan karyawan DEPITSTOP kepada konsumen selama layanan diberikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini: “*Interaction quality* yang diberikan karyawan DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen,” diterima.

Nilai t yang dihasilkan dari hubungan antara physical environment quality dan kepuasan konsumen sebesar 2,152 dengan signifikansi sebesar $0,035 < 0,05$ menunjukkan bahwa keadaan lingkungan yang dimiliki DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis kedua yang diajukan pada penelitian ini: “*physical environment quality* yang dimiliki DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen,” diterima.

Nilai t yang dihasilkan dari hubungan antara outcome quality dan kepuasan konsumen sebesar 3,507 dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ menunjukkan bahwa kesan yang dimiliki karyawan saat layanan DEPITSTOP diberikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis ketiga yang diajukan pada penelitian ini: “*Outcome quality* dari pelayanan yang diberikan karyawan DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen,” diterima.

Nilai F yang dihasilkan dari hubungan variabel *Interaction Quality* (X_1), *Physical Environment Quality* (X_2) dan *Outcome Quality* (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 36,680 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen DEPITSTOP.

Pembahasan

Hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini: “*Interaction quality* yang diberikan karyawan DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen,” diterima. Hubungan antara kualitas interaksi dan kepuasan konsumen DEPITSTOP juga didukung oleh data pada analisis deskriptif terhadap variabel *Interaction Quality* (X_1) yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, konsumen menganggap bahwa interaksi antara karyawan dan konsumen selama proses pelayanan DEPITSTOP berlangsung memiliki kualitas yang baik, karena karyawan DEPITSTOP bersikap ramah saat melayani konsumen, berperilaku baik saat melayani konsumen dan memiliki *skill* yang tinggi dalam melakukan pekerjaannya.

Hipotesis kedua yang diajukan pada penelitian ini: “*physical environment quality* yang dimiliki DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen,” diterima. Hubungan antara kualitas lingkungan dan kepuasan konsumen DEPITSTOP juga didukung oleh data pada analisis deskriptif terhadap variabel *Physical Environment Quality* (X_2) yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, konsumen menganggap bahwa keadaan lingkungan sekitar dimana layanan DEPITSTOP diberikan kepada konsumen memiliki kualitas yang sangat baik, karena ruang tunggu DEPITSTOP nyaman, seluruh fasilitas yang disediakan DEPITSTOP berfungsi dengan baik, dan kondisi fisik dan psikologis karyawan DEPITSTOP mempengaruhi kinerja karyawan lainnya.

Hipotesis ketiga yang diajukan pada penelitian ini: “*Outcome quality* dari pelayanan yang diberikan karyawan DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen,” diterima. Hubungan antara kualitas interaksi dan kepuasan konsumen DEPITSTOP juga didukung oleh data pada analisis deskriptif terhadap variabel *Outcome Quality* (X_3) yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, konsumen menganggap bahwa kesan yang diberikan karyawan DEPITSTOP saat layanan diberikan memiliki kualitas yang baik, karena layanan yang diberikan DEPITSTOP tepat waktu, hasil autodetailing dan *coating* yang diberikan karyawan DEPITSTOP sesuai dengan harapan konsumen, dan konsumen menyukai hasil kinerja karyawan DEPITSTOP secara keseluruhan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. *Interaction quality* yang diberikan karyawan DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen; 2. *Physical environment quality* yang dimiliki

DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen; dan 3. *Outcome quality* dari pelayanan yang diberikan karyawan DEPITSTOP berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Keterbatasan dan Saran

Keterbatasan penelitian terletak pada kurangnya waktu yang dimiliki peneliti untuk mengumpulkan data. Hal tersebut dikarenakan ada beberapa orang konsumen yang harus mengisi kuesioner via telepon karena yang bersangkutan tidak berada di area Surabaya.

Saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait berdasarkan hasil penelitian ini adalah: bagi manajemen DEPITSTOP, untuk berkonsentrasi memperbaiki dua masalah ini dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen secara umum. Adanya SOP dan pelatihan kepada karyawan diharapkan bisa menjadi solusi yang tepat untuk memperbaiki sikap karyawan dan kemampuan karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menelusuri kekurangan-kekurangan yang lebih spesifik yang dimiliki DEPITSTOP, khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan.

DAFTAR PUSTAKA

Alaan, Y. (2016). Pengaruh Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness Dan Assurance) Terhadap Customer Satisfaction: Penelitian Pada Hotel Serela Bandung. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 255-270.

Choi, B. J., & Kim, H. S. (2017). The Impact of Outcome Quality, Interaction Quality, and Peer-To-Peer Quality on Customer Satisfaction with a Hospital Service. *Managing Service Quality*, 23(3), 188-204.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Multivariat dengan Program IBM SPSS 22*. Semarang: BPUNDIP.

Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Metodologi Penelitian*, 1(1), 1-4.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principle of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

Masyhuri dan Zainuddin. (2017). *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikasi*. Bandung: Refika Aditama.

Pollack, B. L. (2019). Linking the Hierarchical Service Quality Model to Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Service Marketing*, 23(1), 42-50.

Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1-10.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Taufana, V. R. (2014). Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Strategi Konsumen di Bandara Sepinggan, Balikpapan. *Pelayanan Publik*, 1(1), 1-12.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.

Yarimoglu, E. K. (2014). A Review on Dimensions of Service Quality Models. *Journal of Marketing Management*, 2(2), 79-93.

LAMPIRAN

Tabel 1. Keluhan Konsumen terhadap Layanan DEPITSTOP

Konsumen	Keluhan	Dimensi
Eric	“Sikap Yadi tidak baik, suka mengeluh dan lebih suka mengatur-atur. Meskipun hasil kerjanya sangat bagus, tetapi saja, saya jadi tidak puas”	<i>Interaction Quality</i> , Kepuasan Konsumen
Sharon	“Kok, layanannya jadi menurun ya? Sebelumnya mobil saya yang pegang Pak Yadi, tapi sudah tidak kerja di sini lagi, jadi yang nggarap sekarang Budi. Tapi, ya, saya kurang suka hasilnya.”	<i>Interaction Quality</i> , Kepuasan Konsumen
Jordy	“Biasanya anak buahmu kerjanya cepat, cuma dua hari, tapi sekarang nggarap coating aja masa 5 hari, gonta-ganti karyawan terus, jadi lelet.”	<i>Outcome Quality</i> , Kepuasan Konsumen
Alex	“Alesan karyawan ndak masuk itu ndak baik bro, moso gantian, kapan digarape mobilku?”	<i>Physical Environment Quality</i> Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Internal DEPITSTOP (2019)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Indikator	Signifikansi Pearson	Cronbach Alpha
Interaksi_1	0.000	
Interaksi_2	0.000	0,767
Interaksi_3	0.000	
Lingkungan_1	0.000	
Lingkungan_2	0.000	0,664
Lingkungan_3	0.000	
Kualitas_1	0.000	
Kualitas_2	0.000	0,816
Kualitas_3	0.000	
Kepuasan_1	0.000	
Kepuasan_2	0.000	0,655
Kepuasan_3	0.000	

Sumber: Hasil Olah SPSS