

BAB V

HASIL PEMBAHASAN PENELITIAN

Pembahasan

Dalam proses pengumpulan data, ada beberapa langkah yang harus dilakukan. Yang pertama adalah dengan menyajikan kuesioner kepada 10 responden untuk melakukan pemeriksaan validitas awal, dimana nilai setiap item dinyatakan valid berdasarkan kolom $\text{valuer_hitung} > r_{\text{tabel}}$. Sedangkan untuk pemeriksaan reliabilitas, nilai setiap item dinyatakan reliabel karena nilai Alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,600. Setelah dua langkah validasi instrumen menunjukkan validitas dan reliabilitasnya, penelitian dapat dilanjutkan dengan memberikan instrumen kepada responden. Data yang diperoleh dari data ordinal kemudian diubah menjadi data interval.

Untuk asumsi klasik, semua asumsi lemah, dan hasil uji normalitas Kolmogrov-Smirnov menghasilkan tingkat signifikansi eksak sebesar 0,890-0,05 yang menunjukkan sebaran data normal. Karena asumsi yang lemah, data yang diperoleh tidak layak digunakan dalam analisis garis regresi.

Hasilnya, model regresi terbaik untuk beberapa segmen garis digunakan, yaitu:

$$Y = a + b X$$

$$a = 13,029$$

$$b = 0,693$$

Model yang dihasilkan menunjukkan bahwa pada bengkel Kmbkw2, variabel kepuasan konsumen dipengaruhi secara positif oleh variabel komunikasi interpersonal. Berdasarkan peningkatan pelayanan yang diberikan bengkel dalam komunikasi interpersonal, data yang dikumpulkan peneliti menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap komunikasi bengkel akan meningkat dengan meningkatnya komunikasi interpersonal antara karyawan dan konsumen sehingga meningkatkan citra bengkel.

Ketika pemilik sepeda motor membutuhkan perawatan, staf bengkel KMBKW2 menggunakan berbagai proses yang ada untuk memberikan layanan terbaik. Sementara itu, guna membina hubungan saling pengertian, pelanggan yang membutuhkan pelayanan juga harus menyadari banyaknya kendala yang ada di bengkel KMBKW2 dan tidak memaksakan tuntutan yang tidak perlu yang dihasilkan antara pelanggan dan petugas bengkel.

Pelanggan yang memperoleh layanan berkualitas tinggi akan menemukan nilai dalam layanan yang telah mereka bayar. Pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan merupakan dua aspek utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, menurut Parasuraman (1985). Pelanggan akan kembali menjadi staf yang diyakini dapat memenuhi harapannya jika pelayanan yang diterima atau dirasakannya sesuai dengan harapannya, karena hal ini dipandang sebagai tingkat pelayanan yang baik dan memuaskan. Pelanggan akan terus mengeluh jika tidak sesuai karena tidak sesuai harapan.

Staf bengkel KMBKW2 yang bertugas melayani pelanggan juga sangat berpengaruh terhadap kenyamanan mereka, oleh karena itu mereka harus mampu melakukannya dari awal hingga akhir. Pelanggan akan merasa puas jika staf bengkel kmnkw2 bertanggung jawab atas pelayanan yang dibutuhkan dan mampu melayani pelanggan dengan cepat dan akurat. Diharapkan para pekerja tetap mengikuti protokol. Karyawan bengkel KMBKW2 harus bisa berbicara dengan pelanggan dan menghindari penggunaan istilah yang sulit dipahami pelanggan. Pelayanan yang diberikan pegawai sesuai dengan keluhan pelanggan, sehingga tugasnya tidak melakukan kesalahan dalam artian pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen dan mampu berkomunikasi dengan sopan. Jika pekerja bengkel memahami kerusakan sepeda motor yang dimaksud, laporkan permasalahan tersebut kepada mereka. Pekerja bengkel KMBKW2 selanjutnya akan memberikan bantuan.

Setiap lokakarya yang berfokus pada kebutuhan pelanggan harus memberikan kesempatan sebanyak mungkin bagi para peserta untuk menyuarakan ide, keprihatinan, dan saran mereka. Dengan penggunaan data ini, lokakarya akan dapat mengatasi permasalahan terkini dengan lebih cepat dan responsif dengan menerima saran dan pendapat. Selain itu, salah satu teknik populer yang digunakan peneliti adalah dengan mempertanyakan konsumen. Mereka bisa melakukannya secara langsung melalui riset atau dengan menggunakan media sosial untuk menjangkau pelanggan secara langsung. Ini merupakan indikasi yang baik bahwa perusahaan bengkel sepeda motor sedang mempertimbangkan pelanggannya.

Dua faktor yang dimasukkan dalam kerangka penelitian ini: variabel X yang berhubungan dengan komunikasi interpersonal, dan variabel Y yang berhubungan dengan kepuasan konsumen digabung.

variabel x yaitu

a. Keterbukaan

Keterbukaan mencakup kesediaan untuk membuka diri, mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan. Keterbukaan juga termasuk kesediaan untuk mendengarkan dan berinteraksi secara jujur terhadap pesan yang disampaikan oleh oranglain.

b. Empati

Empati adalah kemampuan untuk merasakan apayang dirasakan oranglain dari sudut pandang oranglain, merasakan perasaan orang lain dengan cara yang sama persis. Bersikap empati berarti mengerti secara emosional, tanpa kehilangan identitas pribadi, mengenai apayang dialami oleh orang lain.

c. Sikap positif

Sikap positif dalam komunikasi interpersonal meliputi penggunaan pesan bersifat positif daripada pesan yang bersifat negatif.

Variabel Y yaitu:

a. Kesesuaian standar layanan

Pelayanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan. sementara pelanggan merasa bahwa layanan yang diantisipasi saat menerima

atau menangani keluhan dari pelanggan mungkin sesuai dengan harapan konsumen, maka standar layanan bengkel atau perusahaan sudah sesuai.

- b. Kesiediaan untuk menyarankan bantuan hukum kepada korban perdagangan orang memiliki efek menguntungkan pada kecenderungan pelanggan untuk merujuk suatu merek atau bisnis kepada orang lain (gethok viral positif). Namun, setiap anggota staf harus menyadari bahwa pelanggan yang tidak puas mungkin menceritakan pengalaman buruk mereka kepada orang lain..
- c. Minat untuk berkunjung kembali

Merupakan perilaku konsumen dimana konsumen dapat merespon secara positif terhadap sebuah perusahaan yang pernah dikunjungi sehingga dapat mendorong konsumen untuk minat berkunjung ke perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian juga di temukan bahwa keterbukaan itu berpengaruh juga dengan kesesuaian harapan jasa karena konsumen terbuka dengan hasilnya maka ia menilai dan memberikan informasi kepada orang lain. Demikian pula pelanggan yang terbuka dan bersemangat untuk mempromosikan bisnisnya kepada orang lain setelah menerima pelayanan yang baik adalah mereka yang senang dengan layanan pelanggan staf dan cenderung merujuk orang lain pada produk atau bisnis tersebut. Dalam cara keterlibatan yang jujur dan transparan,

keterbukaan juga mempengaruhi keinginan untuk kembali. dengan pelanggan.

Empati juga mempengaruhi seberapa baik harapan layanan terpenuhi. Sebab, empati bermula dari sikap mampu memahami dan merasakan emosi orang lain. Suatu layanan memenuhi harapan ketika ia siap mendengarkan keluhan pelanggan dan dapat memenuhi harapan tersebut dengan cara yang membuat mereka merasa puas dan mendorong mereka untuk merekomendasikannya kepada orang lain. setelah itu pelanggan akan bersemangat untuk kembali.

Sikap yang baik juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sesuai atau tidaknya harapan pelayanan. Ketika pelanggan memiliki sikap positif dan merasa puas dengan perusahaan dan produknya, mereka cenderung akan merujuk orang lain ke perusahaan tersebut. Jika layanan pelanggan ditingkatkan, pelanggan yang menerima layanan berkualitas tinggi. Empati juga mempengaruhi seberapa baik harapan layanan terpenuhi. Sebab, empati bermula dari sikap mampu memahami dan merasakan emosi orang lain. Suatu layanan memenuhi harapan ketika ia siap mendengarkan keluhan pelanggan dan dapat memenuhi harapan tersebut dengan cara yang membuat mereka merasa puas dan mendorong mereka untuk merekomendasikannya kepada orang lain. setelah itu pelanggan akan bersemangat untuk kembali.

Sikap yang baik juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sesuai atau tidaknya harapan pelayanan. Ketika pelanggan memiliki sikap

positif dan merasa puas dengan perusahaan dan produknya, mereka cenderung akan merujuk orang lain ke perusahaan tersebut. Jika layanan pelanggan ditingkatkan, pelanggan yang menerima layanan berkualitas tinggi.

Dari data yang peneliti dapat pada bengkel KMBKW2, Sepuluh orang konsumen yang mengunjungi bengkel KMBKW2 diberikan kuesioner oleh peneliti berdasarkan data yang dikumpulkan selama melakukan observasi pada KMBKW2 Kupang. konsumen pria dan wanita hadir. Enam dari sepuluh orang, atau empat dari enam orang, adalah konsumen laki-laki. Dari sepuluh konsumen yang menjawab kuesioner, tiga orang berusia antara 17 dan 27 tahun dan dua orang berusia antara 39 hingga 41 tahun. Dari empat wanita, satu orang berusia antara 28 dan 37 tahun. Tiga orang pelajar, dua orang pekerja swasta, dan dua orang pegawai negeri. Dari sepuluh konsumen yang mengunjungi bengkel KMBKW2, satu orang merupakan pengangguran dan masing-masing mempunyai keluhan khusus mengenai karyawan yang melayani atau menangani pengadaan suku cadang. Agar konsumen puas dengan layanan bengkel KMBKW2, karyawan harus memberikan konsumen pelanggan yang berkualitas. Dalam hal komunikasi, ketulusan, kesopanan pelanggan, kemampuan menangani kekhawatiran pelanggan secara efektif, dan bekerja dengan tekun dan konsisten untuk memastikan bahwa pekerjaan memenuhi kebutuhan dan harapan klien. Dengan demikian, konsumen akan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh staf bengkel KMBKW2, dan jika tidak puas. Bahkan setelah menerima hasilnya, pelanggan masih dapat menyampaikan kekhawatirannya kepada karyawan, yang kemudian akan ekstra

hati-hati untuk memastikan pekerjaan dilakukan dengan benar. dan pelanggan merasa puas dan nyaman kembali ke bengkel KMBKW2. Jika terjadi kerusakan pada sepeda motor, Anda juga bisa mengunjungi bengkel KMBKW2 Kupang.