

ABSTRAK

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS TOP *DOORSMEER*)

Muhammad Rizqi Sukarno
1601010020

Persaingan yang semakin ketat dalam jasa pencucian mobil (*doorsmeer*) pada saat ini membuat para pelaku usaha *doorsmeer* tidak cukup lagi hanya menawarkan produk yang menarik dengan desain yang kreatif dan beranekaragam. perusahaan perlu menciptakan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Berbagai strategi dilakukan oleh jasa *doorsmeer* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berusia 18 tahun ke atas yang pernah melakukan pencucian mobil sebanyak 2 kali di Top *Doorsmeer*. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 69 orang.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* yaitu dengan metode *Purposive Sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil analisis linear berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Tangible* berpengaruh positif dengan nilai koefisien beta sebesar 1,402 dan signifikan dengan nilai sig sebesar 0,001 ($< 0,05$). (2) *Reliability* Berpengaruh positif dengan nilai koefisien beta sebesar 1,476 dan signifikan dengan nilai sig sebesar 0,002 ($< 0,05$). (3) *Responsiveness* Berpengaruh positif dengan nilai koefisien beta sebesar 1,100 dan signifikan dengan nilai sig sebesar 0,018 ($< 0,05$). (4) *Empathy* berpengaruh positif dengan nilai koefisien beta sebesar 0,645 dan tidak signifikan dengan nilai sig sebesar 0,146 ($> 0,05$). *Assurance* berpengaruh positif dengan nilai koefisien beta sebesar 0,137 dan tidak signifikan dengan nilai sig sebesar 0,755 ($> 0,05$). *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Empathy* dan *Assurance* berpengaruh secara bersama-sama dengan nilai F hitung sebesar 44,921 dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Empathy Assurance*.

ABSTRACT

ANALYSIS OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION (TOP DOORSMEER CASE STUDY)

Muhammad Rizqi Sukarno
1601010020

The increasingly fierce competition in car wash services (doorsmeer) business actors doorsmeer to only offer attractive products with creative and diverse designs. companies need to create customer satisfaction by improving service quality. Various strategies are carried out by doorsmeer to increase customer satisfaction.

This study aims to determine the Analysis of Service Quality on Customer Satisfaction. The population in this study were consumers aged 18 years and over who had washed their cars twice at Top Doorsmeer. The number of samples in this study were 69 people.

The sampling technique in this study used the Nonprobability Sampling technique, namely the Purposive Sampling method. The analysis used is multiple linear regression analysis. The results of multiple linear analysis in this study show that: (1) Tangible has a positive effect with a beta coefficient of 1.402 and significant with a sig value of 0.001 (<0.05). (2) Reliability has a positive effect with a beta coefficient of 1.476 and significant with a sig value of 0.002 (<0.05). (3) Responsiveness has a positive effect with a beta coefficient of 1.100 and significant with a sig value of 0.018 (<0.05). (4) Empathy has a positive effect with a beta coefficient of 0.645 and not significant with a sig value of 0.146 (> 0.05). Assurance has a positive effect with a beta coefficient of 0.137 and not significant with a sig value of 0.755 (> 0.05). Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy and Assurance have an effect together with the calculated F value of 44,921 and simultaneously significant on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy Assurance.