

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Fauzia Nufus Handayani¹, Nurul Pahma Aulinia², Aldi Laia³, Mei Delima Sitorus⁴, Ronda Deli Sianturi^{5*}

¹Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Studi Manajemen Retail, Universitas Budi Darma, Medan, Indonesia
Email: fauzianufushandayani12@gmail.com, nurulpahma@email.com

Abstrak

Penelitian artikel ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian ini adalah berdasarkan teori perbandingan antara penelitian 1 dan lainnya. Dengan begitu diharapkan agar pembaca memahami setiap perbandingan dari hasil penelitian yang telah kami paparkan. Dengan adanya penelitian ini pembaca juga diharapkan tau bahwa pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan itu sangat besar dampaknya, karena pelayanan yang berkualitas akan menghasilkan pengaruh kepuasan bagi konsumen atau pelanggan. Sehingga konsumen memilih untuk menjadi pelanggan setia.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang jasa atau bidang non jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat, baik di pasar domestik maupun pasar internasional. Oleh karena itu dalam persaingan yang demikian, perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan menciptakan produk atau jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen. Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan memenuhi keinginan pelanggan agar merasa puas. Kualitas dapat diartikan sebagai derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan.. Perkembangan bisnis dalam bidang jasa khususnya inspeksi, pengujian, serta sertifikasi, saat ini terlihat semakin ketat, yang membuat para pebisnis tidak hanya memberikan pelayanan terbaik melainkan juga bersaing dari segi harga, pelayanan, lokasi, suasana, hingga kemudahan transaksi. Setiap pertimbangan yang dilakukan dalam mendapatkan kepuasan pelangga juga memiliki masing-masing pandangan dari banyak pendapat-pendapat orang yang berkaitan baik langsung maupun tidak langsung.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Setiap pelanggan tentunya memiliki persepsi dan pendapat terhadap kepuasan dari sudut pandang yang berbeda sehingga dilakukan penetapan terhadap kriteria-kriteria kepuasan pelanggan, hal tersebut dapat dikuru dari pendapat pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Kepuasan pelanggan adalah pengaruh besar dalam berbisnis terciptanya kepuasan pelanggan Dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan baik antara produsen kepada konsumen menjadi semakin erat. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli maka pembelinya merasa puas dan senang. Meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran/target. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas yang ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan pelanggan. Menilai kepuasan konsumen dan meningkatkan ekspektasi konsumen, sehingga dapat menjadi pelanggan tetap yang setia. Begitu juga dengan pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen.

Penelitian ini ingin mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap faktor kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sehingga nantinya penelitian ini akan berguna bagi banyak kalangan dalam bidang manajemen tertentu yang memiliki pelanggan sebagai strategi untuk menarik minat dan kesetiaan pelanggan. Pentingnya kualitas pelayanan diterakan oleh banyak penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas pelanggan terhadap beberapa aspek yang ingin diketahui.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Kualitas pelayanan

"Metodologi penelitian" berasal dari kata "Metode" yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu; dan "Logos" yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi, metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan "Penelitian" adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporannya.

2.2 Berdasarkan refrensi dari penelitian di PT. Sucofindo Batam

Penelitian yang akan dilakukan adalah menggunakan pendekatan penelitian eksplanatori (Explanatory Research), yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel penelitian dengan pengujian hipotesa. Di dalam penelitian eksplanatori, Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survei atau penelitian yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta mengenai fenomena-fenomena yang ada di dalam obyek penelitian dan mencari keterangan secara aktual dan sistematis. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT.

Sucofindo Batam pada bulan Mei – Juni tahun 2017. Variabel yang diteliti adalah variabel *Tangible* (X1), *Realibility* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), *Emphaty* (X5) dan Kepuasan Pelanggan di PT. Sucofindo Batam.

Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah konsumen PT. Sucofindo Batam. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 orang responden, dengan rumus Slovin. Data yang diambil dalam penelitian berasal dari data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner dan dokumentasi yaitu data-data yang diperoleh dari setiap bagian yang berkaitan dengan penelitian, seperti profil perusahaan, struktur organisasi, dan lain-lain yang mendukung penelitian ini.

Merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi (Kotler, 2007). Menurut pendapat yang disampaikan oleh Kotler (2007: 182) bahwa ada lima dimensi yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*Tangibles*), kehandalan (reliability), jaminan (*Assurance*), daya tanggap (*Responsiveness*), dan empati (*Emphaty*).

Menurut Thorik dan Utus (2006), pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (service) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaian pun akan mengenai heart share konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam mind share konsumen. Dengan adanya heart share dan mind share yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan. Menurut Kotler (2007: 215), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Keberhasilan perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dan di mata pelanggan citra menjadi positif. Tjiptono (2008) mengungkapkan bahwa kepuasan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

2.2 Dimensi – dimensi Kualitas Pelayanan

Penelitian ini dikaji berdasarkan referensi dari perbandingan antara artikel satu dan lainnya. Dengan tujuan agar kita dapat melihat dan mendapatkan hasil dari perbandingan setiap referensi penelitian ilmiah.

Contoh 1:

Adapun dimensi dari kualitas pelayanan adalah sebagai berikut ini:

- Bukti fisik (*Tangible*) merupakan suatu service yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa diraba, maka aspek *Tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan.
- Kehandalan (Reliability) merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.
- Ketanggapan (*Responsiveness*) Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
- Jaminan (*Assurance*) Merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.
- Empati (Empathy) Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan atau kebutuhan konsumen.

2.3 Adapun kasus lain seperti yakni contoh 2 perusahaan beras UD. Pandan Wangi

Pendekatan Penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di perusahaan beras UD. Pandan Wangi yang berlokasi di jalan Pendamaran Semarang. Jenis Penelitian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kausalitas, yaitu studi yang berusaha mengamati alasan atau penyebab terjadinya sebuah fenomena yang diteliti (Mudrajat, 2003: 251).

Definisi Operasional. Definisi operasional merupakan penjabaran suatu variabel kedalam indikator-indikator. Dengan adanya definisi operasional pada variabel yang dipilih dan digunakan dalam penelitian maka akan mudah diukur. Variabel tersebut adalah sebagai berikut :

- Kepuasan pelanggan. Menurut Irawan (2009 : 3) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa pada UD. Pandan Wangi.
 - Kualitas Produk. Kualitas produk adalah dimensi yang global dan paling tidak ada enam elemen dari kualitas produk, yaitu performance, durability, feature, reliability, consistency, dan design pada UD. Pandan Wangi (Irawan, 2009: 37).
 - Harga. Harga adalah pencerminan dari nilai pada UD. Pandan Wangi (Irawan dan, 2000 :110).
- Kualitas Pelayanan (Service Quality). service quality adalah suatu kualitas pelayanan yang bergantung pada tiga hal, yaitu system, teknologi dan manusia pada UD. Pandan Wangi (Irawan, 2009: 57).
- Faktor Emosi (Emotional Factor). Faktor emosi adalah faktor yang berhubungan dengan gaya hidup seseorang pada UD. Pandan Wangi (Irawan, 2009: 38).

Biaya dan Kemudahan. Biaya dan kemudahan adalah suatu pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau pelayanan yang relative mudah, nyaman dan efisien pada UD. Pandan Wangi (Irawan, 2009: 38).

Dengan menggunakan beberapa factor guna memperjelas metode yang di teliti:

4. Ruang lingkup penelitian

Jadi kita harus menentukan dimana kita harus meneliti suatu penelitian yang bertujuan untuk memberikan informasi dalam suatu ruang lingkup penelitian itu sendiri.

5. Populasi Dan Sampel

Arinya populasi adalah seluruh tamu, pelanggan, atau pembeli. Yang pernah menggunakan sebuah produ atau jasa dari suatu layanan bisnis. Sedangkan, sampel sendiri sebuah teknik dimana kita mengambil secara acak pelanggan atau pembeli guna untuk mencari tau kekurangan dan ketidaknyamanan dalam memakai suatu produk atau layanan jasa.

6. Jenis – Jenis sumber data

Jenis dari data kualitatif dan kuantitatif yang bersumber dari data primer dan skunder.

7. Teknik pengumpulan data

Memiliki beberapa macam jenis teknik seperti pada contoh 1 untuk mendapatkan hasil dari suatu penelitian mereka menggunakan analisis data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran responden yang menjadi subjek penelitian sedangkan analisis inferensial digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya berlaku untuk populasi. Sedangkan untuk contoh 2 menggunakan metode pemilihan sampel nonprobability sampling untuk jenis purposive sampling dengan pertimbangan (judgement sampling) yang artinya tipe pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2002: 120). Pertimbangan tertentu tersebut yaitu pelanggan yang melakukan pembelian minimal tiga kali di UD. Pandan Wangi karena sudah mengenal produk beras dan sudah memiliki kepercayaan kepada UD. Pandan Wangi sehingga lebih cenderung membeli kembali. Sedangkan kalau hanya melakukan pembelian sekali atau dua kali belum tentu kembali lagi untuk pembelian selanjutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Maka dari metode yang sudah dijelaskan kita dapat melihat dan mendapatkan hasil dan pembahasan dari PT. Sucofindo Batam dan juga perusahaan beras UD. Pandan Wangi.

3.1 Berdasarkan hasil dan pembahsan PT. Sucofindo Batam

Metode pengujian dengan menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial, penulis ingin menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden yang menjadi objek dalam penelitian ini terdiri dari 55% orang laki-laki dan 45% orang perempuan. Sebagian besar responden dalam penelitian ini dengan karakteristik berdasarkan lama menjadi pelanggan 12 Bulan sebanyak 62,5% responden. Adapun uji penelitian diantaranya :

1. Uji Normalitas Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Kolmogorov Smirnov. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan lebih besar dari alpha 10% (0.1), maka menunjukkan distribusi data normal. nilai signifikansi variabel yaitu sebesar 0.738 lebih besar dari alpha 0.1, ini menunjukkan bahwa distribusi data dinyatakan normal.
2. Uji Multikolinieritas Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks kolerasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerancinya. setiap variabel mempunyai nilai tolerance >0.1 dan nilai VIF.
3. Uji Heteroskedastisitas Salah satu cara untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas adalah menggunakan uji Glejser. Uji ini dilakukan dengan cara melakukan regresi variabel bebas dengan nilai absolut dari residualnya. hasil uji heteroskedastisitas dapat di deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot, hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pola tertentu, serta titik- titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat diartikan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, atau terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

3.2 Berdasarkan hasil dan pembahasan dari perusahaan beras UD. Pandan Wangi.

1. Hipotesis 1 pada penelitian ini adalah kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari data spss (tabel 1.1) menunjukkan nilai t hitung adalah 0,558 sedangkan t tabel untuk kualitas produk dengan 5% dengan df sebesar 94 diperoleh t tabel = 1,985. Sehingga nilai t hitung = 0,558 < t tabel = 1,985 maka Ho diterima dan Ha ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan konsep dari Irawan dan penelitian yang dilakukan oleh Ari Wijayanti (2009) dan Rinawati (2009) yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hipotesis 2 pada penelitian ini adalah harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari data spss (tabel 1.1) menunjukkan nilai t hitung adalah -1,404 sedangkan t tabel untuk harga dengan 5%

dengan df sebesar 94 diperoleh $t_{\text{tabel}} = 1,985$. Sehingga nilai $t_{\text{hitung}} = -1,404 < t_{\text{tabel}} = 1,985$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan konsep dari Irawan dan penelitian yang dilakukan oleh Ari Wijayanti (2009) dan Rinawati (2009) yang mengatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

- 3 Hipotesis 3 pada penelitian ini adalah service quality berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari data spss (tabel 1.1) menunjukkan nilai t_{hitung} adalah 2,653 sedangkan t_{tabel} untuk service quality dengan 5% dengan df sebesar 94 diperoleh $t_{\text{tabel}} = 1,985$. Sehingga nilai $t_{\text{hitung}} = 2,653 > t_{\text{tabel}} = 1,985$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep dari Irawan dan penelitian yang dilakukan oleh Ari Wijayanti (2009) dan Rinawati (2009) yang

- 4 mengatakan bahwa kualitas service quality berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari kedua penelitian yang sudah dipaparkan kita memperoleh sebuah pembahasan bahwa setiap penelitian membutuhkan sebuah uji hipotesis atau sejenis uji penelitian tergantung bidang apa yang sedang diteliti, dari kedua penelitian tersebut kita bisa membandingkan bahwa sebuah "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN" dapat diobservasi bahwa sebuah kualitas pelayanan bukan jaminan untuk aspek sebuah kepuasan pelanggan sebab banyak faktor yang mempengaruhi setiap aspek persaingan bisnis dunia. Dan hal itu akan kita jelaskan dari semua kesimpulan yang akan kami bahas di bawah beserta saran kami. Dari kedua topik perbandingan yang kami bahas bisa kita simpulkan di bagian atas beberapa hal diantaranya:

- 1 Kualitas produk atau jasa bukan pengaruh utama dalam perkembangan suatu produk atau jasa
- 2 Sebuah harga juga bukan pengaruh utama dalam perkembangan suatu produk atau jasa
- 3 Service quality atau kualitas layanan berpengaruh pada perkembangan suatu produk atau jasa karena sikap dari layanan yang diberikan dari produsen kepada konsumen menimbulkan kesan nyaman atau tidaknya, tergantung bagaimana mereka memberikan service quality masing-masing sehingga konsumen merasa aman dan nyaman memakai atau menggunakan produk maupun jasa yang kita tawarkan terhadap mereka
- 4 Emotional factor bukan lah pengaruh utama bagi konsumen menggunakan suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen
- 5 Kemudahan biaya pembayaran cukup berpengaruh untuk suatu produk atau jasa, jadi seorang pembisnis harus memikirkan bagaimana masyarakat dapat dengan nyaman membayar suatu produk atau layanan yang mereka gunakan

4. KESIMPULAN

Jadi pada inti kesimpulan ini, sebuah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh pada kinerja produsen kepada kepuasan pelanggan dimana pelanggan atau konsumen merasa ketika mereka membeli atau menggunakan sebuah jasa pelayanan mereka dibuat nyaman, bagi mereka point penting untuk mereka karena percuma jika suatu produk atau layanan bagus tapi cara melayani pelanggan tidak sopan dan menimbulkan rasa tidak nyaman maka, pandangan pelanggan akan negative dan tidak ingin menggunakan suatu produk atau layanan itu kembali. So, Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bisa dikatakan suatu kunci peningkatan dan perkembangan suatu bisnis.

REFERENCE

- [1]. <https://accurate.id/marketing-manajemen/indikator-kepuasan-pelanggan/>
- [2]. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/2819>
- [3]. <file:///C:/Users/AL%20FATIH/Downloads/619-Article%20Text-1956-2-10-20190502.pdf>
- [4]. <https://media.neliti.com/media/publications/24312-ID-analisis-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan-pada-penginapan.pdf>
- [5]. <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pendidikan/dra-wening-sahayu-mpd/metodologi-penelitian.pdf>