

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Tulus Rohana

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan

email: trohana58@gmail.com

Abstrak, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada 52 orang karyawan pada PT. X. Variabel yang diamati dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuisioner dan studi pustaka, kuisioner dikembangkan dari indikator-indikator masing-masing variabel yang menjadi pengamatan. Uji data dilakukan dengan validitas dan reliabilitas, sedangkan analisis data menggunakan regresi linier sederhana, dengan uji hipotesis menggunakan koefisien determinasi dan uji parsial.

Kata kunci, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, pengguna

Pendahuluan

Di era globalisasi seperti sekarang ini, secara tidak langsung akan mempengaruhi pola hidup masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Apalagi kurang lebih dua puluh tahun belakangan ini dunia mengalami perkembangan yang begitu pesat karena adanya perubahan teknologi (Febrianty et al., 2019). Dulu banyak sekali hal yang tampak mustahil seperti berkomunikasi langsung antara kota satu dengan kota lain, ataupun pengiriman data yang hanya hitungan detik dianggap suatu hal yang mustahil, atau kalaupun ada, dengan tingginya harga hanya orang-orang tertentu yang bias menikmatinya (Hidayat et al., 2018). Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas pelanggan akan membawa *profit* pada penjualan (Batubara & Hidayat, 2016) (Sabdillah et al., 2017). *Profit* merupakan motif utama konsistensi bisnis, karena dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani (Dewi & Hidayat, 2014) (Setyorini et al., 2019).

Beberapa studi awal tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Wendha et al., 2013) (Saputra, 2017) (Yasa & Ardani, 2014). Studi lain juga menyatakan bahwa dari model yang sudah dibangun menghasilkan model tidak fit dengan populasi tetapi model hanya merepresentasikan sampel. Namun model yang diusulkan yaitu, kualitas informasi ditemukan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan, namun kualitas sistem dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Wati et al., 20116).

Survey awal di objek penelitian mengidentifikasi bahwa permasalahan yang di hadapi oleh perusahaan di daerah yang sama banyak ditemukan industry sejenis, keadaan ini membuat perusahaan harus memberikan produk terbaik, apakah itu pada karyawan (Hidayat, 2015) atau pelanggan, khusus perusahaan ini dituntut memberikan pelayanan yang ekstra pada pelanggan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

Metode

Penelitian ini dilakukan pada 52 orang karyawan pada PT. X. Variabel yang diamati dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan, dengan indikator tangibles, reliability, responsiveness,

assurance, empathy. Sedangkan untuk variabel kepuasan pelanggan indikatornya terdiri dari kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan minat pembelian ulang, kesediaan untuk merekomendasi, ketidakpuasan pelanggan. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuisioner dan studi pustaka, kuisioner dikembangkan dari indikator-indikator masing-masing variabel yang menjadi pengamatan. Uji data dilakukan dengan validitas dan reliabilitas, sedangkan analisis data menggunakan regresi linier sederhana, dengan uji hipotesis menggunakan koefisien determinasi dan uji parsial.

Hasil dan pembahasan

1. Karakteristik responden

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia (tahun)	Jumlah responden	%
16-25	36	69
26-35	10	19
36-45	4	8
> 45	2	4
Jumlah	52	100

Tabel 1 menunjukkan bahwa karakteristik responden penelitian didominasi pada usia 16-25 tahun, ini menunjukkan bahwa penggunaannya pada usia remaja dan dewasa.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah responden	%
Laki-laki	42	81
Perempuan	10	19
Jumlah	52	100

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden penelitian ini berjumlah 52 orang, dengan jumlah responden laki-laki sebanyak 42 orang dan jumlah responden perempuan sebanyak 10 orang, ini menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih besar dibanding dengan responden perempuan.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

Jenis Kelamin	Jumlah responden	%
SMP	2	4
SMA sederajat	30	58
Diploma	2	4
Sarjana	16	31
Magister	2	4
Jumlah	52	100

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden penelitian ini didominasi pada tingkat pendidikan SMA sederajat, yaitu sebanyak 30 orang, ini menunjukkan bahwa aktifitas ini didominasi oleh tingkat pendidikan SMA sederajat.

2. Uji validitas dan reliabilitas

Tabel 4. Hasil uji validasi masing-masing variabel

No	Nilai r hitung		Nilai rtabel
	Kualitas pelayanan	Kepuasan pelanggan	
1	0.620	0.879	0.361
2	0.705	0.619	0.361
3	0.638	0.617	0.361
4	0.601	0.640	0.361
5	0.676	0.752	0.361
6	0.620	0.879	0.361

Hasil uji validitas pada tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh instrument untuk masing-masing variabel memiliki nilai r-hitung > 0.278, dengan demikian secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel yang digunakan valid.

Tabel 5. Hasil uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Kualitas pelayanan	0.716	Reliabel
2.	Kepuasan pelanggan	0.712	Reliabel

Hasil uji reabilitas nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel diatas nilai 0.6, ini menunjukkan bahwa butir pertanyaan pada masing-masing variabel dapat digunakan untuk dijadikan alat ukur.

3. Uji regresi

Table 6. Hasil uji regresi linier

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.323	1.737		.762	.450
	Kualitas pelayanan (x)	.785	.085	.795	9.278	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan (y)

Hasil pengujian diatas diperoleh persamaan regresi linear $Y=1.323+0.785x$. Pada model regresi linear diperoleh nilai konstanta kepuasan pelanggan sebesar 1.323, ini artinya bahwa jika nilai variabel bebas nilainya 0, maka variabel terikat nilainya sebesar 1.323. Koefisien regresi variabel bebas bernilai positif, artinya kepuasan pelanggan PT. X dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

4. Uji hipotesis

1. Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur berapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil pengujian koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.633	.625	1.355

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan (x)

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.633 atau 63.3%, ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada kepuasan pelanggan PT. X, sedangkan sisanya 26.7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Uji Parsial (uji t)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, dengan kriteria jika thitung > ttabel maka H0 diterima, H1 ditolak, artinya secara parsial penelitian tidak berpengaruh, sedangkan jika thitung < ttabel maka H0 ditolak, H1 diterima, artinya secara parsial penelitian berpengaruh.

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.323	1.737		.762	.450
	Kualitas pelayanan (x)	.785	.085	.795	9.278	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan (y)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai thitung yang diperoleh untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 9.278 dan signifikan sebesar 0.000, ini menunjukkan bahwa nilai thitung 9.278 lebih besar dari nilai ttabel 1.676 dan nilai signifikan kecil dari 0.05, ini artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini searah dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Yasa & Ardani, 2014) (Nahdluddin, 2015) (Suhendra, 2018).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. X.

Daftar pustaka

- Batubara, A., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 33–46.
- Dewi, S. P., & Hidayat, R. (2014). Pengaruh Net Profit Margin dan Return on Assets terhadap Harga Saham pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–10.
- Febrianty, Divianto, Hidayat, R., Fatmariyani, & Rohana, T. (2019). The perception on technology acceptance to the behaviors on the use of social media for marketing and its implications on the turnover of creative industry MSMEs in villages. *Journal of Physics: Conference Series*, 1175(1), 012216. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1175/1/012216>

- Hidayat, R. (2015). Performance Appraisal sebagai Alat Pengukuran Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(2), 1–8.
- Hidayat, R., Sinuhaji, E., Widyaningrum, M., Erdiansyah, & Adrianto. (2018). Factors that affect students decision to choose private universities in Medan City Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(6), 1–8.
- Nahdluddin, D. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jasa warnet inside.net tlogomas di malang*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sabdillah, R., Hidayat, R., Lubis, D. S. W., & Wardayani, W. (2017). Influence of Celebrity Endorser Raisa Andriana in Advertisement on Magnum Ice Cream Brand Image on the Transmart Costumers. *Journal Online Jaringan Pengajian Seni Bina (JOJAPS)*, 10, 112–115.
- Saputra, W. N. (2017). *Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Warnet Jagonet Internet Center dan Warnet Dewa Net di Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Setyorini, R., Achmad Daengs, G. S., Mahjudin, Reni, A., Susilo, D. E., & Hidayat, R. (2019). Knowledge management of financial performance for tax amnesty policy. *Journal of Physics: Conference Series*, 1175(1), 012215. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1175/1/012215>
- Suhendra, A. D. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Don's Warnet Cikarang. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 1–11.
- Wati, E. F., Jaya, T. I., & Sudrajat, B. (20116). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Warnet: Studi Kasus Warnet Sarang Bangsawan, Parung Serab. *Innovative Creative and Information Technology*, 2(1), 80–87.
- Wendha, A. A. A. A. P., Rahyuda, I. K., & Suasana, I. G. A. K. G. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 7(1), 19–28.
- Yasa, K. A. S., & Ardani, I. G. A. K. S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Warnet Nadiputra di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(6), 1789–1810.