

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(STUDI PADA PT. NYATA GRAFIKA MEDIA SURAKARTA)



NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

GUSTI SEKAR ARUM AYUNINGTYAS

B100 120 284

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(STUDI PADA PT. NYATA GRAFIKA MEDIA SURAKARTA)

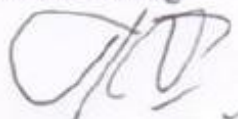
PUBLIKASI ILMIAH

Oleh

GUSTI SEKAR ARUM AYUNINGTYAS
B100 120 284

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



Dra. Chuzaimah, M.M.
NIK 399

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(STUDI PADA PT. NYATA GRAFIKA MEDIA SURAKARTA)

OLEH

GUSTI SEKAR ARUM AYUNINGTYAS
B100 120 284


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari Sabtu, 5 November 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

1. **Imron Rosyadi, S.E., M.Si.**
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Dra. Chuzaimah, M.M.**
(Sekretaris Dewan Penguji)
3. **Nur Ahmad, S.E., M.Si.**
(Anggota Dewan Penguji)



Dekan


Dr. H. Trivono, S.E., M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 7 November 2016

Penulis



Gusti Sekar Arum Ayuningtyas

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA PT. NYATA GRAFIKA MEDIA SURAKARTA)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan yang menggunakan jasa percetakan pada PT. Nyata Grafika Media Surakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner, wawancara, dan studi kepustakaan dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda (*multi linear regression*), uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas *Reliability (X1)*, *Responsiveness (X2)*, *Assurance (X3)*, *Empathy (X4)*, dan *Tangible (X5)* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dengan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 4,932 + 0,239X1 + 0,207X2 + 0,327X3 - 0,410X4 + 0,194X5 + 1,569$. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangible* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji parsial (uji t) menunjukkan lima variabel independen terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji F diketahui bahwa variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangible* secara signifikan bersama-sama berpengaruh dalam kepuasan pelanggan. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,560 menunjukkan bahwa 56 persen variasi kepuasan pelanggan bisa dijelaskan oleh kelima variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi, sedangkan 44 persen dijelaskan variabel lain diluar kelima variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan, Reliability, Assurance, Empathy, Responsiveness, Tangible, Metode Regresi Linear Berganda, Uji F, dan Uji t

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze how much influence the quality service to the level of satisfaction felt by customers who use the printing services at PT. Nyata Grafika Media Surakarta. Data collection methods used in this study is a questionnaire, interview, and literature study using likert scale and the method of determining the sample used is convenience sampling as many as 100 samples. The analytical method used is multiple linear regression analysis (multiple linear regression), F test, and t test results showed that the quality service consisting of Reliability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4) and Tangible (X5) are together have a positive influence with the following regression equation: $Y = 4.932 + 0,239X1 + 0,207X2 + 0,327X3 + 0,410X4 + 0,194X5 + 1.569$. The results showed that the quality services that include Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible had a significant effect on customer satisfaction. Based on the partial test (t test) showed

five independent variables found to significantly affect the dependent variable customer satisfaction. Based on F test found that the variable Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible significantly together influential in customer satisfaction. Score Adjusted R Square is 0.560 indicates that 56 percent of the variation of customer satisfaction can be explained by the five independent variables used in the regression equation, while 44 percent is explained by other variables outside the five independent variables that used in this study.

Keywords: *Customer satisfaction, Quality service, Reliability, Assurance, Empathy, Responsiveness, Tangible, Multiple Linear Regression Method, F test and t test.*

1. PENDAHULUAN

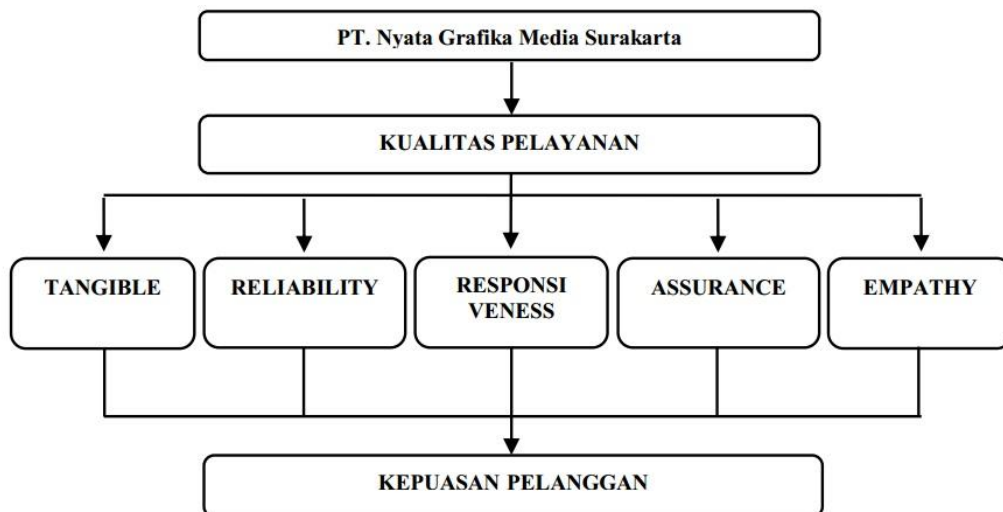
Perubahan teknologi dan informasi yang cepat mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Banyak perusahaan swasta yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya. Melihat keadaan tersebut, perusahaan swasta besar berupaya dan berusaha agar dapat memperbaiki keadaan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya masyarakat sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut akan merasa puas.

Menurut Kadek (2012) kepuasan pelanggan dapat dirasakan pelanggan dan dapat memberikan tanggapan tentang produk atau jasa setelah pelanggan tersebut menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan apakah produk sudah sesuai dengan keinginan ataupun harapan pelanggan atau belum. Strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Perusahaan memutuskan pelanggan mana yang akan dilayaninya (segmentasi dan penetapan target) dan bagaimana cara perusahaan melayaninya (diferensiasi dan *positioning*). Dalam pemasaran terdapat empat hal yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan, yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Menurut Basu Swasta (2002) mengatakan bahwa "*Promotional mix* merupakan kombinasi dari alat-alat

promosi, yaitu periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan dan publisitas yang dirancang untuk menjual barang dan jasa”. PT. Nyata Grafika Media Surakarta merupakan perusahaan bergerak di bidang pelayanan jasa yaitu percetakan koran, majalah, dan buku penunjang sekolah.

Pengertian kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997) dalam Wisnalmawati (2005). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006), yaitu *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), *Tangibility* (bukti fisik). Berdasarkan rumusan masalah dan tinjauan teori, maka kerangka teoritis yang diajukan dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Sumber : Data Primer diolah, 2016

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif

2.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

2.2.1 Y : Kepuasan Pelanggan

Merupakan reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa atau prooduk tertentu.

2.2.2 X1 : *Reliability* (kehandalan)

Merupakan kemampuan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

2.2.3 X2 : *Responsiveness* (ketanggapan)

Merupakan suatu kemauan atau respon untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

2.2.4 X3 : *Assurance* (jaminan)

Merupakan kepastian, pengetahuan, kemampuan, dan kesopansantunan para pegawai dari suatu perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

2.2.5 X4 : *Empathy* (empati)

Merupakan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

2.2.6 X5 : *Tangible* (bukti fisik)

Merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

2.3 Data dan Sumber Data

2.3.1 Data Primer

Yaitu data yang diperoleh dari penelitian lapang (*field research*)

2.3.2 Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh bukan dari sumbernya langsung melainkan sudah diolah oleh pihak lain.

2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

2.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan dari perusahaan PT. Nyata Grafika Media Surakarta yang berjumlah kurang lebih 1000 orang pelanggan per bulannya.

2.4.2 Sampel

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 pelanggan PT. Nyata Grafika Media Surakarta.

2.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* yaitu teknik *non probability sampling* yang informasinya dikumpulkan dari anggota populasi yang dapat ditemui dengan mudah untuk memberikan informasi (Umar, 2005).

2.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara.

2.6 Metode Analisis Data

2.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*) dengan “*r*” tabel untuk *degree of freedom* (*df*) = *n-k*.

2.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik Alpha Cronbach.

2.6.3 Uji Analisis Linier Berganda

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh pelayanan jasa PT. Nyata Grafika Media Surakarta terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan rumus regresi linear berganda seperti yang dikutip dari Sugiyono (2006), yaitu : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$

2.6.4 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

2.6.5 Uji t

Uji t digunakan mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel bebas yakni *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan adalah variabel *assurance* sebesar 0,327.

Uji simultan atau uji F merupakan untuk menguji signifikan pengaruh variabel kualitas jasa yang terdiri atas *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($29,598 > 2,31$) maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji t yaitu untuk melihat sejauh mana pengaruh secara sendiri-sendiri variabel X terhadap variabel Y. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,255 > 1,986$).

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,235 > 1,986$).

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *assurance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,067 > 1,986$).

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *emphaty* berpengaruh secara signifikan namun dengan arah terbalik terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-7,576 > 1,986$). Penulis belum bisa memaknai lebih jauh sehubungan

dengan arah pengaruh yang terbalik ini, dimungkinkan dari faktor kuesioner, faktor responden, atau sifat jasa perusahaan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *tangible* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,463 > 1,986$).

Angka *Adjusted R Square* (R²) sebesar 0,560 menunjukkan bahwa 56 persen variasi kepuasan pelanggan bisa dijelaskan oleh kelima variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi, sedangkan 44 persen dijelaskan variabel lain diluar kelima variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

4. PENUTUP

Hasil penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nyata Grafika Media Surakarta, dapat dibuat persamaan regresi linier Y sebagai berikut:

$$Y = 4,932 + 0,239X_1 + 0,207X_2 + 0,327X_3 - 0,410X_4 + 0,194X_5 + 1,569.$$

Artinya variabel independen yakni *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan *emphaty* berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Dari lima variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan PT. Nyata Grafika Media Surakarta, variabel yang paling dominan adalah variabel *assurance* yaitu sebesar 0,327.

Adapun saran-saran agar PT. Nyata Grafika Media Surakarta bisa lebih meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu perusahaan harus berusaha mempertahankan kinerjanya dan senantiasa memperhatikan atribut yang memengaruhi kepuasan pelanggan agar tercipta kesesuaian antara persepsi dan harapan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 1998, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Augusty Ferdinand, 2006, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Aviliani, R dan Wilfridus L, 1997, *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

- Freddy Rangkuti, 2002, *Measuring Customer Satisfaction (cetakan ketiga)*, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, 2006, *Strategi Pemasaran (Edisi II)*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008, *Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi XII)*, Jakarta: Erlangga.
- Kadek, Indri dan Nurcaya, 2013, Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Center Denpasar, Vol.2(3), *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, pp. 918-937.
- Lopiyoadi, Rambat, 2001, *Service Quality dalam Pemasaran (Edisi II Jilid Empat)*, Jakarta: PT.Gramedia.
- Lopiyoadi, Rambat, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Pratek*, Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Swasta, Basu, 2002, *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: Liberty.
- Sugiyono. 2006, *Statistika Untuk Penelitian (Cetakan Kesembilan)*, Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. 2003, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Jogyakarta dan CV. Ngeksigondo Utomo.
- Syamsi, 2008, Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al. Qolam Bandar Lampung, Vol.5(1), *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, pp. 18-36.
- Umar, Husein, 2005, *Riset SDM Dalam Organisasi (Edisi Revisi)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yesenia dan Siregar, 2014, Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken di Tangerang Selatan, Vol.5(3), *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, pp. 184-199.
- Zurni Zahra S., 2005, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU, Vol.1(1), *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, pp. 28-35.