

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maesa Print Kawangkoan

Keynes Julio Brayen Longdong
Joula J. Rogahang
Olivia F. C. Walangitan

Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
Email : kenlongdong01@gmail.com

Abstract. *This research aims to find out the effect of service quality on customer satisfaction on Maesa Print Kawangkoan. This research uses quantitative approaches, research methods using Simple Linear Analysis. Service quality variables and customer satisfaction variables were tested using 5 indicators each. The sampling technique used is accidental sampling. The sampling technique used is accidental sampling. Data collection techniques are carried out by distributing questionnaires to 50 Maesa Print Kawangkoan customers, based on the results of research that has been done, the following physical form, reliability, responsiveness, confidence and empathy greatly affect customer satisfaction. And if the service quality variable increases by 1% then customer satisfaction will increase by 0.875%. This means that the quality of service affects consumer satisfaction, the more the quality of service, the more it increases consumer satisfaction.*

Keywords: *Quality of Service, Customer Satisfaction, Maesa Print Kawangkoan*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Maesa Print Kawangkoan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode penelitian menggunakan Analisis Linier Sederhana. variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan diuji masing-masing menggunakan 5 indikator. Teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental sampling*. teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 pelanggan Maesa Print Kawangkoan, Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka sebagai berikut Wujud fisik, Keandalan, Daya tanggap, Keyakinan dan Empati sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.875%. Artinya kualitas pelayanan tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, semakin meningkat kualitas pelayanan maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Maesa Print Kawangkoan

Pendahuluan

Digital printing pada era saat ini sangat mendorong pada perusahaan-perusahaan besar bahkan juga perusahaan yang baru dirintis sebagai media promosi di usaha mereka, tidak hanya perusahaan melainkan untuk kebutuhan perorangan atau pun juga organisasi. Pada umumnya *digital printing* menawarkan kebutuhan konsumen dalam hal cetak, seperti cetak A3 HVS, A3 Ivory, A3 Sticker, A3 Fancy, kartu nama Fancy, kartu nama Ivory, Laminasi, Print Photo Paper, Car Branding, dan lain-lain. Usaha seperti ini memiliki target pasar yang cukup variatif, mulai dari perseorangan, PT, dan organisasi.

Keberadaan perusahaan *digital printing* lain, tentunya juga berpengaruh terhadap pendapatan maesa print, karena adanya kompetitor lain yang cukup mampu untuk bersaing seperti Glori-A *digital printing* dan Bagus print Kawangkoan Karena itu maesa print Kawangkoan harus terus memperhatikan

mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, selama ini juga maesa print memberikan nilai baik mengenai hasil cetakan dan pelayanan tentunya di bantu dengan promosi lewat media cetak yaitu pemasangan *banner* di setiap jalan kecamatan kawangkoan dan memberikan stiker promosi kepada rumah makan serta warung yang ada di sana dan di bantu juga promosi di media sosial seperti Facebook dan Instagram dengan desain serta promosi yang menarik tentunya. Dengan adanya konsistensi dalam pelayanan serta promosi tentunya dapat mempertahankan serta menarik lebih banyak pelanggan.

Tinjauan Pustaka Kualitas Pelayanan

Dalam sebuah bisnis, kita tau bahwa di dalam bisnis bukan hanya tentang produk apa yang di jual melainkan ada juga yang namanya kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dalam sebuah bisnis

juga berperan penting untuk mempertahankan bahkan menarik pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:156), Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi,2006: 181).

Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005:121). Tjiptono dalam Sunyoto (2012) mengatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Kotler (2013:37) mengemukakan bahwa jasa atau layanan memiliki empat karakteristik utama yaitu: *Intangibility* (tidak berwujud), *Inseparability* (tidak terpisahkan), *Variability* (variabilitas), *Perishability* (tidak tahan lama).

Menurut Edvardsson dalam buku Tjiptono dan Chandra (2011:171-173), produktivitas biasanya selalu dikaitkan dengan kualitas dan profitabilitas. Meskipun demikian ketiga konsep tersebut memiliki penekanan yang berbeda-beda:

1. Produktivitas menekankan pemanfaatan (utilisasi) sumber daya, yang seringkali diikuti dengan penekanan biaya dan rasionalisasi modal. Fokus utamanya terletak pada produksi/operasi.
2. Kualitas lebih menekankan aspek kepuasan pelanggan dan pendapatan. Fokus utamanya adalah *customer utility*.
3. Profitabilitas merupakan hasil dari hubungan antara penghasil (*income*), biaya, dan modal yang digunakan.

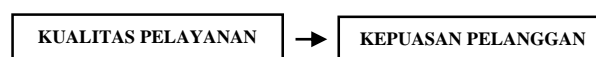
Kepuasan Pelanggan

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler 2006:177). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Pengukuran kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2014: 368-369) memiliki enam konsep inti yaitu sebagai berikut. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*), Dimensi kepuasan pelanggan, Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), Niat beli ulang (*repurchase intention*), Kesediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*), Ketidakpuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

Kerangka berpikir penelitian



Hipotesis

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Maesa Print Kawangkoan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Data Primer dan Data Sekunder Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan data primer. Data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yang didapatkan dari jawaban responden melalui pengisian kuesioner. Dalam penelitian ini jawaban yang didapat adalah jawaban kuesioner dari 50 konsumen Maesa Print Kawangkoan oleh penulis tentang analisis pengaruh Kualitas Pelayanan, terhadap Kepuasan Konsumen Maesa Print Kawangkoan.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Kualitas pelayanan (X)

Kualitas pelayanan (X)	r hitung	r table	Keterangan
X.1-X.5	0.878	0.279	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh item pertanyaan mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Sehingga semua item pertanyaan untuk variabel Kualitas pelayanan dikatakan valid.

Kepuasan konsumen (Y)

Kepuasan (Y)	konsumen	r hitung	r table	Keterangan
Y.1-Y.5		0.871	0.279	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh item pertanyaan mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Sehingga semua item pertanyaan untuk variabel Kepuasan konsumen dikatakan valid.

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.926	5

Berdasarkan tabel diatas dapat nilai Cronbach's Alpha dari variabel Kualitas pelayanan adalah 0,926 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

Variabel Kepuasan konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.920	5

Berdasarkan data tabel di atas nilai Cronbach's Alpha dari variabel Kepuasan konsumen adalah 0,920 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

Analisis Korelasi

Correlations			
		kualitas pelayanan	kepuasan konsumen
kualitas pelayanan	Pearson Correlation	1	.861**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
kepuasan konsumen	Pearson Correlation	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Di lihat dari tabel di atas nilai interval koefisien dari variabel X Kualitas Pelayanan dan Variabel Y Kepuasan Konsumen sebesar 0.861 yang berarti antara variabel X dan Y memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Analisis Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstand Coeff		Stand Coeff	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.737	1.606		1.704	.000

kualitas pelayanan	.875	.075	.861	11.703	.000
--------------------	------	------	------	--------	------

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bx + e$$

$$Y = 2.737 + 0.875 X + e$$

Nilai constanta sebesar 2.737 yaitu berarti jika Kualitas pelayanan nilainya 0, maka Kepuasan Pelanggan nilainya adalah 2.737 atau 2.737%. Kualitas pelayanan 0.875, yang berarti jika variabel Kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1% dan constanta (a) = 0, maka Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.875 %. Koefisien tersebut bernilai positif artinya Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan, semakin meningkat Kualitas pelayanan maka semakin meningkat juga Kepuasan konsumen.

Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	Adjusted R Square	R Std. Error of the Estimate	
1	.861 ^a	.740	.735	1.942

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

Berdasarkan tabel diatas, dapat ditarik kesimpulan dari uji koefisien determinasi yaitu terlihat dari tabel R Square 0.740 yang artinya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 74.0%. sedangkan sisanya 26.0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini..

Uji Hipotesis

Coefficients ^a					
Model		Unstand Coeff		t	Sig.
		B	Std. Error		
	(Constant)	2.737	1.606	1.704	.000
1	kualitas pelayanan	.875	.075	.861	11.703 .000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Kaidah keputusan uji t dapat diketahui berdasarkan perhitungan rumus di bawah ini:

$$\begin{aligned} \text{Nilai } t \text{ tabel} &= (a / 2 ; n - 1) \\ &= (5 / 2 ; 50 - 1) \\ &= 0.025 ; 50 - 1 \\ &= 0.025 ; 49 \\ &= 2.00958 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, terlihat nilai sig dari Variabel Kualitas pelayanan adalah 0.000 dan juga terlihat nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} . maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya

Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

Pembahasan

Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Maesa Print Kawangkoan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang pernah memakai jasa atau membeli produk di Maesa Print Kawangkoan. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari hasil penelitian nilai terlihat nilai sig kualitas pelayanan adalah 0.000 dan juga terlihat nilai t_{hitung} 11.703 lebih besar dari nilai t_{tabel} 2.00958. maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,279) Sehingga semua item pertanyaan untuk variabel Kualitas pelayanan dikatakan valid. dari uji koefisien determinasi yaitu terlihat dari tabel R Square 74% yang artinya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. sedangkan sisanya 26% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Soromi, Pelleng, & Kalangi, 2019), yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online GrabBike* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. Yang mendapati kesimpulan dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan Transportasi *Online GrabBike* terhadap kepuasan pelanggan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. Hal ini terbukti dari hasil Analisis Regresi Linear Sederhana. Nilai konstanta dimana mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan pelanggan. artinya kualitas pelayanan dari driver grabbike terhadap pelanggan ini baik atau terjadi penambahan. pada variabel kualitas pelayanan maka kepuasan pada mahasiswa Fisip Universitas Sam Ratulangi akan meningkat.

Dalam penelitian terdahulu selanjutnya (Angely, Tampi, & Mukuan, 2019), yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malalayang. Dari hasil penelitian tersebut Secara simultan variabel bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien

determinasi sebesar 54,0% sisanya sebesar 46,0% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan yaitu : sebagai berikut kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Maesa Print Kawangkoan Berdasarkan dari hasil analisis yang sudah penulis jelaskan di atas bahwa variabel kualitas pelayanan, mempunyai pengaruh yang baik dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Maesa Print Kawangkoan. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka sebagai berikut Wujud fisik, Keandalan, Daya tanggap, Keyakinan dan Empati sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.875%. Artinya kualitas pelayanan tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, semakin meningkat kualitas pelayanan maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

- Angely, G., Tampi, J, R, E., & Mukuan, D. S. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malalayang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(002), 51-59.
- Danang, S. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Tjiptono, F. 2012. *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Tjiptono, F. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen pemasaran*, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

- Soromi, R, K., Pelleng, F. A. O., & Kalangi, J. A. F. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online *GrabBike* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(001).
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran I*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset