

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA JASA *STEP REPAINT CLEANING SHOES*
DI KLATEN**

JURNAL



Ditulis oleh:

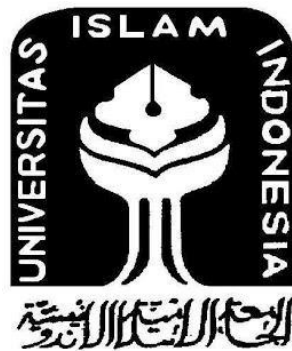
Nama : Raka Pradita Majid
Nomor Mahasiswa : 14311031
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA JASA *STEP REPAINT CLEANING SHOES* DI
KLATEN**

JURNAL

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas
Islam Indonesia



Oleh:

Nama : Raka Pradita Majid
Nomor Mahasiswa : 14311031
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018**

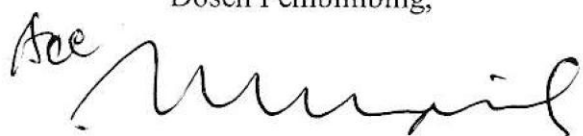
**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA JASA *STEP REPAINT CLEANING SHOES* DI
KLATEN**

Nama : Raka Pradita Majid
Nomor Mahasiswa : 14311031
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 13 September 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Ace  ^{18/9} 2018

Mochamad Nasito, Drs., MM.,

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA JASA STEP REPAINT CLEANING SHOES DI
KLATEN**

Raka Pradita Majid

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Email: rakapraditamajid@gmail.com

Abstract - This study aims to determine the effect of service quality dimensions namely *tangibles* (physical evidence), *reliability* (reliability), *responsiveness* (responsiveness), *assurance* (assurance), and *empathy* (empathy) on customer satisfaction, knowing the level of expectations desired by customers and the level of reality felt by customers through the dimensions of service quality, and to know what dimensions need to be improved and maintained. The research object used was the customer from the Step Repaint Cleaning Shoes service in Klaten. Data collection was carried out by distributing 110 questionnaires but only 102 questionnaires could be processed. The test tool used to test the hypothesis is multiple linear regression analysis and Importance-Performance Analysis (IPA) with SPSS. The results of the multiple linear regression analysis of this study, namely the dimensions of responsiveness, assurance, and empathy have a positive and significant effect on customer satisfaction, while the dimensions of tangibles and reliability have a positive and insignificant effect on customer satisfaction. While the results of the Importance-Performance Analysis (IPA) in this study are that each dimension of service quality has indicators that need to be improved and maintained.

Keywords: service quality, customer satisfaction

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui tingkat harapan yang diinginkan pelanggan dan tingkat kenyataan yang dirasakan pelanggan melalui dimensi kualitas pelayanan, serta untuk mengetahui dimensi apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan. Objek penelitian yang digunakan adalah pelanggan dari jasa *Step Repaint Cleaning Shoes* di Klaten. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan 110 kuesioner namun yang dapat diolah hanya 102 kuesioner. Alat uji yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda dan *Importance-Performance Analysis* (IPA) dengan SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda penelitian ini yaitu dimensi *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dimensi *tangibles* dan *reliability* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan hasil dari *Importance-Performance Analysis* (IPA) dalam penelitian ini yaitu masing-masing dimensi kualitas layanan memiliki indikator yang perlu diperbaiki dan dipertahankan kinerjanya.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

I. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, dengan menciptakan perusahaan jasa bagi pengguna sepatu di kalangan masyarakat yang sesuai dengan kebutuhan merupakan cara yang tepat. Perusahaan jasa ini dibuat untuk mengatasi masalah yang dihadapi masyarakat dalam hal merawat dan membersihkan sepatu sehubungan dengan semakin padatnya aktivitas masyarakat yang dilakukan setiap harinya. Sebagai salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang *treatment* sepatu di Klaten, *Step Repaint Cleaning Shoes* harus mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan jasa *cleaning shoes* lainnya dengan cara mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen, membuat konsumen berminat untuk melakukan pembelian ulang, sekaligus memberikan citra yang baik pula di mata konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana harapan pelanggan dan kenyataan yang dirasakan pelanggan *Step Repaint Cleaning Shoes* terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan, serta apakah dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Step Repaint Cleaning Shoes* dan indikator dimensi kualitas pelayanan manakah yang harus dipertahankan kinerjanya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *Step Repaint Cleaning Shoes*. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui tingkat harapan yang diinginkan pelanggan dan tingkat kenyataan yang dirasakan pelanggan melalui dimensi kualitas pelayanan, serta untuk mengetahui dimensi apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan kinerjanya.

II. KAJIAN PUSTAKA

Kualitas layanan menurut Parasuraman et al. (1988) dalam Purnama (2006) merupakan perbandingan antara layanan yang disarankan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan. Lima dimensi kualitas layanan yaitu *tangibles* (bukti fisik), yaitu bukti fisik dan menjadi bukti awal yang bisa ditunjukkan oleh organisasi penyedia layanan yang ditunjukkan oleh tampilan

gedung, fasilitas fisik pendukung, perlengkapan, dan penampilan pekerja; *reliability* (keandalan), yaitu kemampuan penyedia layanan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan; *responsiveness* (daya tanggap), yaitu para pekerja memiliki kemauan dan bersedia membantu pelanggan dan memberi layanan dengan cepat dan tanggap; *assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan dan kecakapan para pekerja yang memberikan jaminan bahwa mereka bisa memberikan layanan dengan baik; *empathy* (empati), yaitu para pekerja mampu menjalin komunikasi interpersonal dan memahami kebutuhan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Dari definisi kepuasan pelanggan tersebut, perusahaan harus berusaha mengetahui apa yang diharapkan pelanggan dari produk dan jasa yang dihasilkan. Harapan pelanggan dapat diidentifikasi secara tepat apabila perusahaan mengerti persepsi pelanggan terhadap kepuasan. Mengetahui persepsi pelanggan terhadap kepuasan sangatlah penting, agar tidak terjadi kesenjangan persepsi antara perusahaan dengan pelanggan (Yamit, 2013).

III. METODE PENELITIAN

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *convenience sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan membagikan kuesioner sebanyak 110 kepada pelanggan *Step Repaint Cleaning Shoes* di Klaten.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner yang direspon oleh pelanggan dari *Step Repaint Cleaning Shoes* di Klaten. Kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan disusun dengan menggunakan skala Likert skala 1 sampai 5.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan pengertian lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman et al. (1988) dalam Purnama (2006), masing-masing dimensi memiliki dasar penilaian sebagai berikut:

1. **Tangibles (bukti fisik)** meliputi lokasi yang strategis, ruang tunggu yang nyaman, ruangan yang bersih, tampilan gedung yang menarik, dan tempat parkir yang luas
2. **Reliability (kehandalan)** meliputi kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu, menjamin kebersihan sepatu pelanggan, pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan, kesesuaian jam operasional, dan karyawan yang siap dalam melayani pelanggan
3. **Responsiveness (daya tanggap)** meliputi karyawan yang mampu menangani keluhan dari pelanggan, memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan pelanggan, cekatan dalam melayani pelanggan, memberikan informasi terkait waktu pengerjaan sepatu, dan mampu merespon permintaan pelanggan
4. **Assurance (jaminan)** meliputi garansi pengembalian apabila sepatu pelanggan kurang bersih, karyawan yang sudah terlatih dalam mengerjakan sepatu, sudah terlatih dalam mengerjakan sepatu, bersikap jujur, dan memberi kepercayaan pelanggan tentang kebersihan sepatu
5. **Empathy (empati)** meliputi karyawan yang memahami keinginan konsumen, bersikap sopan pada pelanggan, bersikap ramah pada pelanggan, bersedia membantu mengatasi keluhan pelanggan, dan mampu berkomunikasi baik dengan pelanggan

IV. HASIL ANALISIS DATA

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini menjelaskan tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan dengan hasil yang menyatakan bahwa rata-rata harapan dan kenyataan pada masing-masing dimensi kualitas layanan memperoleh hasil yang baik.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini indikator pada masing-masing dimensi kualitas layanan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua indikator valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, maka variabel yang diukur berarti andal atau reliabel (www.spssindonesia.com). Berdasarkan hasil penelitian, semua dimensi kualitas layanan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel penelitian adalah reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan analisis statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov dengan dasar tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka model regresi terdistribusi normal (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,092 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang menunjukkan tidak adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 (Ghozali, 2013). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser* dengan melihat probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05 (Ghozali, 2013). Berdasarkan hasil penelitian, semua dimensi kualitas pelayanan berada di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2013). Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa semua dimensi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi (R^2)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat dengan tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05 (Ghozali, 2013). Pengujian taraf signifikansi didapatkan hasil sebesar 0,000. Hal tersebut berarti bahwa taraf signifikansi penelitian lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05.

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Dalam hal ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa dimensi daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dimensi bukti fisik dan kehandalan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

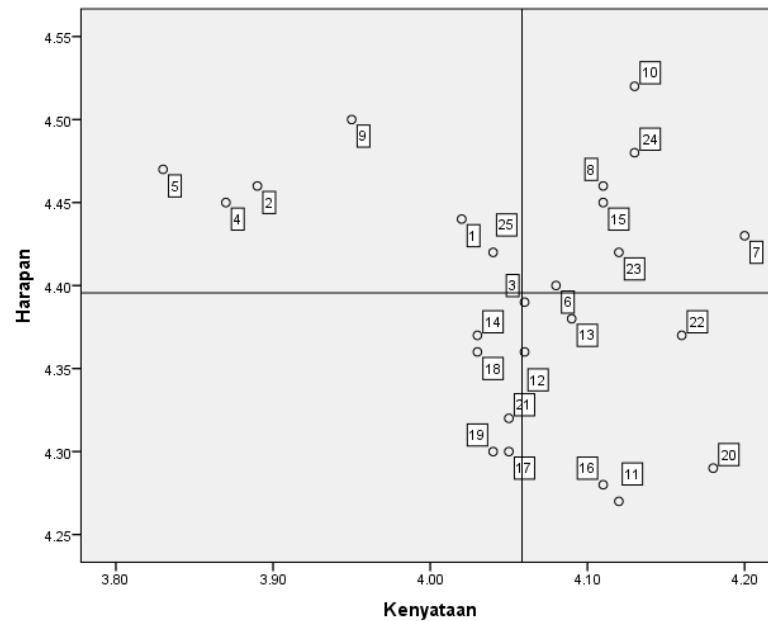
Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2013). Hasil koefisien determinasi

pada penelitian ini diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,905 atau 90,5% yang artinya bahwa dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 90,5% dan 9,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi variabel independen penelitian ini cukup bagus dan model bisa dikatakan baik.

Importance-Performance Analysis (IPA)

Importance-Performance Analysis (IPA) sebagai kerangka kerja yang sederhana untuk menganalisis atribut-atribut produk. Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan kualitas layanan (*Importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*Performance*). Rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam *Importance-Performance Matrix* atau sering disebut Diagram Cartesius (Purnama, 2006). Diagram cartesius digunakan untuk menggambarkan prioritas atribut yang harus diperbaiki dan bisa menjadi petunjuk untuk formulasi strategi. Peta posisi kuadran masing-masing atribut atau dimensi layanan terdiri dari posisi *Low Priority* (kuadran A), posisi *Concentrate Here* (kuadran B), posisi *Keep up the Good Work* (kuadran C), dan posisi *Possible Overkill* (kuadran D) (Purnama, 2006). Berikut adalah hasil diagram cartesius IPA untuk mengukur kualitas pelayanan jasa *Step Repaint Cleaning Shoes* di Klaten:

Gambar 1
Diagram Cartesius



Berdasarkan gambar di atas, diperoleh hasil bahwa indikator masing-masing dimensi kualitas layanan berada tersebar di empat peta posisi kuadran. Hal tersebut berarti bahwa beberapa indikator masih memerlukan perbaikan kinerja dan beberapa indikator lainnya perlu untuk dipertahankan kinerjanya.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harapan yang diinginkan pelanggan *Step Repaint Cleaning Shoes* terhadap dimensi bukti fisik, kehandalan, dan daya tanggap masuk dalam kategori baik, sedangkan dimensi jaminan dan empati masuk dalam kategori sangat baik.
2. Kenyataan yang dirasakan pelanggan *Step Repaint Cleaning Shoes* terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati tergolong dalam kategori baik.
3. Dimensi *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Sedangkan dimensi *tangibles* (bukti fisik) dan *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Masing-masing dimensi kualitas layanan memiliki indikator yang perlu diperbaiki kinerjanya.

5. Masing-masing dimensi kualitas layanan memiliki indikator yang harus dipertahankan kinerjanya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti dapat memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Mengambil objek lain selain yang digunakan pada penelitian ini, sehingga dapat mengetahui perbedaan hasil dari satu penelitian dengan penelitian yang lain
2. Memperbanyak responden dengan objek penelitian yang sejenis di penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

Ferdinand, A. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang : Badan Penerbit Undip

Ghozali, I. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

http://en.wikipedia.org/wiki/convenience_sampling

<http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html>

<http://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-regresi-multiples-dengan-spss.html>

<http://id.wikipedia.org/wiki/sepatu>

Kotler.P. & Armstrong.G. 2004. Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1. Alih bahasa A Sindoro. Jakarta : Indeks

Lupiyoadi. R. 2014."Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa." Modul 1 EKMA 4568

Perdana. D Y R. 2016."Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Keputusan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada PT Tiki Jalur Nugroho Ekakurir (JNE) Cabang Yogyakarta."Skripsi, Universitas Islam Indonesia

Purnama. N. 2006. Manajemen Kualitas Prespektif Global. Yogyakarta : EKONISIA

Purnamasari. A I. 2017."Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Minat Pembelian Ulang Jasa pada Shoes and Care Boediman Yogyakarta."Skripsi, Universitas Islam Indonesia

Sarwono. J, Arikunto. M.S. 2006. "Metode Penelitian." Retrieved from www.academia.edu

Tjiptono. F. & Diana. A. 2003. Total Quaiity Management (TQM). Yogyakarta : ANDIOFFSET

Yamit. Z. 2013. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta : EKONISIA