



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANGGUA RAYA**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Angga Febri Lubis

021112114

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

JANUARI 2017

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANGGUA RAYA**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA.)

Ketua Program Studi,

(Herdiyana, SE., MM.)

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANGGUA RAYA**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada Hari : Kamis, Tanggal : 21 / Januari / 2017

Angga Febri Lubis

021112124

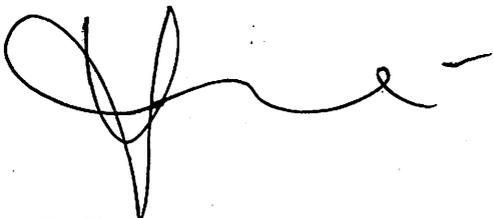
Menyetujui,

Dosen Penilai,



(Dra. Hj. Sri Hartini, MM.)

Ketua Komisi Pembimbing,



(Ir. Hj. Juary Farradia, M. Sc.)

Anggota Komisi Pembimbing,

atau



(Megawati Syahril, SE., MBA.)

ABSTRAK

ANGGA FEBRI LUBIS, NPM 021112124, Manajemen S1, Manajemen Pemasaran, “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada PT. Banggua Raya”. Dibawah bimbingan Ibu JUARY FARRADIA dan Ibu MEGAWATI SYAHRIL, Tahun 2017.

Sejalan dengan berkembangnya perekonomian dan semakin pesatnya persaingan dalam bidang usaha global, membuat perusahaan-perusahaan yang ada sekarang ini saling berupaya dan bersaing untuk meningkatkan produk, baik dalam kualitas maupun kuantitas. Untuk itu berbagai kebijakan maupun strategi yang sesuai serta mendukung kemampuan dalam bersaing diusahakan semaksimal mungkin agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun rekomendasi terkait kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada PT. Banggua Raya

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian *deskriptif eksploratif*, yaitu bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau status fenomena dalam mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan suatu keadaan berupa studi kasus dengan menggunakan data primer dan sekunder dengan jumlah responden 23 organisasi, metode penarikan sampelnya menggunakan pengambilan sampel tidak berpeluang (*non probability sampling*) dengan metode *accidental*, yaitu menentukan sampel secara kebetulan serta metode analisisnya yaitu analisis deskriptif, tingkat kesesuaian dan *importance performance analysis*/diagram kartesius menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian mengungkapkan fakta bahwa dari perhitungan tingkat kesesuaian dapat dilihat bahwa tingkat kinerja dan tingkat harapan dari penilaian indikator-indikator kualitas pelayanan jasa pada PT. Banggua Raya adalah sebesar 97.07%. Berdasarkan ketentuan bahwa untuk mencapai hasil kesesuaian atau kepuasan harus mencapai 100%. Maka dapat disimpulkan bahwa secara umum kualitas pelayanan jasa pada PT. Banggua Raya belum memenuhi kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan Konsumen, Tki, Diagram Kartesius

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor. Judul yang penulis ajukan adalah "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANGGUA RAYA".

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan pengarahan yang diberikan oleh banyak pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kepada orang tua tercinta yaitu ayah Efri Lubis dan mamah Neng Meylinawati yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, baik berupa moril, maupun materil, serta doa-doa yang telah dipanjatkan untuk mendoakan penulis.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA., selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
3. Bapak Herdiyana, SE., MM., selaku Ketua Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
4. Ibu Ir. Juary Farradia, M.Sc. dan Ibu Megawati Syahril, SE., MBA selaku Dosen Pembimbing penulisan skripsi.
5. Bpk/ Ibu Pimpinan dan Pembantu Pimpinan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor, atas segala kebijakan yang telah diterapkan, khususnya kebijakan akademik yang sangat menunjang keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bpk/ Ibu seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor yang telah membantu segala keperluan penulis selama berkuliah.
7. Bpk Dahler Batubara selaku Direktur Utama PT. Banggua Raya.
8. Kakek-Nenek di bogor, maupun kakek-nenek (ompung) di medan .
9. Saudara Kandung. Untuk adik-adiku Vio (Elvionita Boru Lubis) yang sebentar lagi masuk ke jenjang perkuliahan dan Nadia (Nahdia Faulina boru lubis) yang masih di jenjang pendidikan SMP serta si bungsu lan (Muhammad jahriansyah) yang masih di jenjang pendidikan SD, terus semangat jangan menyerah, perjalanan kalian masih panjang.
10. Teman-teman *Management Class C 2012*, yaitu: Bawor, Vikry, Lukman, Alex Yunius Syaputra, Reza, Zanuar, Reano, Imam, Rangga, Aliza, Ilham, Bachri, Selly, Nadiyah, Tiara, Ina, Uya, Oky, Evi, Dewi, Meto, Eva, Nura, Yuli, Ines, Ines N, Nia, Didah, Reni S, Reni A, dan Gisha.
11. Keluarga besar di kp. bojong limus Mang Bubun selaku ketua pemuda, mang rian, mang roy, guru ace, gilang, boang, ilham, buce dan seluruh pemuda, pemudi.

12. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih sangat banyak kekurangan baik dari penulisan dan bahasanya. Untuk itu penulis menerima kritik, serta saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang. Penulis sangat berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca khususnya bagi penulis.

Bogor, November 2016

Angga Febri Lubis

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.3.1. Maksud Penelitian	4
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	4
1.4.1. Kegunaan Teoritis	4
1.4.2. Kegunaan Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.2. Pengertian Jasa	7
2.2.1. Kualitas Jasa	7
2.2.2. Karakteristik Jasa.....	9
2.2.3. Bauran Pemasaran Jasa.....	10
2.2.4. Unsur-unsur Bauran Pemasaran Jasa.....	10
2.2.5. Saluran distribusi	12
2.3. Kualitas dan Kualitas Pelayanan	12
2.3.1. Pengertian Kualitas	12
2.3.2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	12
2.3.3. Kesenjangan dalam Kualitas Pelayanan Jasa.....	13
2.3.4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	15
2.3.5. Mutu Pelayanan.....	16
2.4. Kepuasan Konsumen.....	17
2.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	17
2.4.2. Manfaat kepuasan konsumen.....	18
2.4.3. Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen	19
2.4.4. Mengukur Kepuasan Konsumen	20
2.5. Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan	21
2.6. <i>Importance Performance Analysis</i> /Diagram Kartesius	23

2.7. Penelitian Sebelumnya dan Konstelasi Pemikiran	24
2.7.1. Penelitian Sebelumnya	24
2.7.2. Konstelasi Pemikiran.....	25
2.8. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	28
3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian	28
3.2.1. Objek Penelitian	28
3.2.2. Unit Analisis.....	28
3.2.3. Lokasi Penelitian	28
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	28
3.3.1. Jenis Data.....	28
3.3.2. Sumber Data.....	28
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	29
3.5. Metode Penarikan Sampel.....	31
3.6. Metode Pengumpulan Data	32
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.8. Metode Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	36
4.1.2. Kegiatan Perusahaan	36
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan.....	37
4.1.4. Struktur Organisasi.....	37
4.1.5. Uraian Tugas dan Wewenang Perusahaan	38
4.2. Interpretasi Hasil Penelitian.....	40
4.2.1. Hasil Uji Validitas.....	40
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.	42
4.3. Karakteristik Responden	42
4.4. Pembahasan	46
4.4.1. Penerapan Kualitas Pelayanan Yang Dilakukan Oleh PT. Bangua Raya.....	46
4.4.2. Kepuasan Konsumen Pada PT. Bangua Raya.....	49
4.4.3. <i>Importance Performance Analysis</i> /Diagram Kartesius.....	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	78
5.2. Saran.....	79
JADWAL PENELITIAN	
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Data Jumlah Kendaraan (Armada) Yang Melakukan Pengiriman Periode 2014-2015	2
Tabel 2.	Kriteria Nilai <i>Consumer Satisfaction Index</i> (Indeks Kepuasan)...	22
Tabel 3.	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.	Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 5.	Jumlah Populasi	31
Tabel 6.	Uji Validitas Tingkat Kinerja	40
Tabel 7.	Uji validitas Tingkat Harapan.....	41
Tabel 8.	Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja.....	42
Tabel 9.	Uji Reliabilitas Tingkat Harapan	42
Tabel 10.	Jenis Perusahaan Responden.....	43
Tabel 11.	Lama Usaha Berdiri Responden	43
Tabel 12.	Jumlah Cabang Perusahaan Responden.....	44
Tabel 13.	Jumlah Penghasilan Responden.....	45
Tabel 14.	Tingkat kinerja pada indikator Keadaan fisik (kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik	46
Tabel 15.	Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman	47
Tabel 16.	Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen.....	48
Tabel 17.	Tingkat kinerja pada indikator Barang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilang	48
Tabel 18.	Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan	49
Tabel 19.	Tingkat kinerja pada indikator Keadaan fisik (kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik	50
Tabel 20.	Tingkat harapan pada indikator Keadaan fisik (kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik	50
Tabel 21.	Tingkat kinerja pada indikator Peralatan (kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas dilokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap.....	51
Tabel 22.	Tingkat harapan pada indikator Peralatan (kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas dilokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap.....	51
Tabel 23.	Tingkat kinerja pada indikator Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya	52
Tabel 24.	Tingkat harapan pada indikator Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya	52

Tabel 25.	Tingkat kinerja pada indikator Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya	53
Tabel 26.	Tingkat harapan pada indikator Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya	53
Tabel 27.	Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman	54
Tabel 28.	Tingkat harapan pada indikator PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman	54
Tabel 29.	Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan	55
Tabel 30.	Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan	55
Tabel 31.	Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen	56
Tabel 32.	Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen	56
Tabel 33.	Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan	57
Tabel 34.	Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan	57
Tabel 35.	Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen.....	58
Tabel 36.	Tingkat harapan pada indikator PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen.....	58
Tabel 37.	Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat	59
Tabel 38.	Tingkat harapan pada indikator PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat	59
Tabel 39.	Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen.....	60
Tabel 40.	Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen.....	60
Tabel 41.	Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen.....	61
Tabel 42.	Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen.....	61
Tabel 43.	Tingkat kinerja pada indikator Barang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilang	62

Tabel 44.	Tingkat harapan pada indikator Barang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilang	62
Tabel 45.	Tingkat kinerja pada indikatorKondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan	63
Tabel 46.	Tingkat harapan pada indikatorKondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan	63
Tabel 47.	Tingkat kinerja pada indikator Konsumen merasa aman dalam berinteraksi	64
Tabel 48.	Tingkat harapan pada indikator Konsumen merasa aman dalam berinteraksi	64
Tabel 49.	Tingkat kinerja pada indikator Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu)	65
Tabel 50.	Tingkat harapan pada indikator Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu).....	65
Tabel 51.	Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan	66
Tabel 52.	Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan	66
Tabel 53.	Tingkat kinerja pada indikator Karyawan PT.Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen.....	67
Tabel 54.	Tingkat harapan pada indikator Karyawan PT.Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen.....	67
Tabel 55.	Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen	68
Tabel 56.	Tingkat harapan pada indikator PT.Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen	68
Tabel 57.	Tingkat kinerja pada indikator Karyawan di PT. Banggua Raya ramah	69
Tabel 58.	Tingkat harapan pada indikator Karyawan di PT. Banggua Raya ramah	69
Tabel 59.	Hasil Tingkat Kepuasan Konsumen Secara Keseluruhan Terhadap Tingkat Kinerja Dan Tingkat Harapan Atas Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan Pada PT. Banggua Raya	70
Tabel 60.	Perhitungan Rata-rata dari Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan Pada Indikator- indikator Kualitas Pelayanan Pada PT. Banggua Raya	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Model Konseptual Service Quality.....	14
Gambar 2.	Konsep Kepuasan Konsumen.....	18
Gambar 3.	Manfaat Kepuasan Konsumen dan Kualitas Jasa	19
Gambar 4.	Konstelasi Penelitian	26
Gambar 5.	Diagram Kartesius	34
Gambar 6.	Struktur Organisasi PT. Banggua Raya.....	38
Gambar 7.	Jenis Perusahaan Responden	43
Gambar 8.	Lama Usaha Berdiri.....	44
Gambar 9.	Jumlah Cabang Perusahaan Responden	45
Gambar 10.	Jumlah Penghasilan Responden.....	46
Gambar 11.	Diagram Kartesius Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sejalan dengan berkembangnya perekonomian dan semakin pesatnya persaingan dalam bidang usaha global, membuat perusahaan-perusahaan yang ada sekarang ini saling berupaya dan bersaing untuk meningkatkan produk, baik dalam kualitas maupun kuantitas. Untuk itu berbagai kebijakan maupun strategi yang sesuai serta mendukung kemampuan dalam bersaing diusahakan semaksimal mungkin agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Kotler Dan Amstrong (2008:14) Mengemukakan bahwa kegiatan pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Dengan ketatnya persaingan saat ini banyak perusahaan yang mengalami hambatan dalam memasarkan produknya. Untuk menghadapi permasalahan tersebut, perusahaan perlu membuat strategi pemasaran yang akurat agar tetap bertahan dan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pada pemasaran produk jasa, perlu di pahami jenis jasa apakah yang dilakukan oleh pelaku bisnis sehingga menjadi dasar pertimbangan perusahaan sebelum perusahaan jasa tersebut membuat strategi pemasaran yang tepat. Terdapat beragam bentuk layanan jasa yang umumnya digunakan dalam industri manufaktur, diantaranya jasa distribusi. Jasa distribusi meliputi berbagai bentuk layanan diantaranya adalah layanan jasa transportasi yang digunakan oleh perusahaan dalam mendistribusikan produk – produk nya. Pertumbuhan bisnis serta kepuasan konsumen jasa transportasi sangat ditentukan oleh kualitas layanan, Sehingga kualitas menempati prioritas utama dalam mengembangkan layanan jasa transportasi.

Tjiptono (1997) dalam Julita (2010) Mengemukakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Menurut Wyckof dalam Wisnalmawati (2012:155) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen.

Kepuasan Menurut Kotler (2010:36) Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dengan harapannya". Pada umumnya harapan dari konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang diterima bila mereka membeli atau mengkonsumsi suatu produk.

Kepuasan konsumen secara individu sangat sulit dicapai karena keanekaragaman keinginan konsumen itu sendiri, oleh Karena itulah pelayanan konsumen hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan. Salah satunya dibidang sektor jasa, dalam kegiatan ekonomi yang berkembang seperti sekarang ini, peranan industri jasa pengiriman barang (Expedisi) semakin dibutuhkan masyarakat karena seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan untuk mempermudah kegiatan dalam hal pendistribusian akan suatu barang.

PT. Banggua Raya yang bertempat dijalan Raya Pondok Kopi Ujung Rawandas No. 54 Jakarta Timur. Merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengangkutan, seperti alat berat dan material proyek. Perusahaan ini memulai kegiatan usahanya pada pengiriman alat kontruksi, Penanganan cargo serta material kebutuhan proyek untuk wilayah Jawa dan Sumatra. PT. Banggua Raya dalam mengembangkan wilayahnya hampir sampai ke seluruh Indonesia. Karena persaingan di pasar domestik, PT. Banggua Raya juga memperluas hubungan jaringan domestik. Dengan seluruh kegiatan perdagangan yang berlangsung secara luas diharapkan mendapatkan keuntungan persaingan dalam pasar ekspor atau impor. Perusahaan ini berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumen yang tersebar diseluruh Indonesia khususnya Jawa dan Sumatra.

Berikut ini adalah data mengenai jumlah kendaraan atau armada yang melakukan pengiriman oleh PT. Banggua Raya:

Tabel 1.
Data Jumlah Kendaraan (Armada) Yang Melakukan Pengiriman
Periode 2014-2015

Bulan	Tahun 2014 (Kendaraan)	Tahun 2015 (Kendaraan)	% kenaikan / penurunan dari tahun 2014 terhadap tahun 2015	
			Kenaikan%	Penurunan %
Januari	35	42	7%	
Februari	30	38	8%	
Maret	62	53		-9%
April	42	56	14%	
Mei	24	72	48%	
Juni	36	53	17%	
Juli	68	32		-36%
Agustus	73	52		-21%
September	54	83	29%	
Oktober	92	73		-19%
November	69	87	18%	
Desember	54	79	25%	
JUMLAH	639	720	166%	-85%

Sumber : PT. Banggua Raya, 2016

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa jumlah kendaraan (armada) PT. Banggua Raya yang melakukan pengiriman selama dua tahun (2014-2015) mengalami fluktuasi, tetapi pada bulan juni ke juli mengalami penurunan jumlah pengiriman yang cukup signifikan. Penurunan jumlah kendaraan yang melakukan pengiriman diindikasikan oleh tidak tercapainya kepuasan konsumen, sehingga konsumen memilih produk lain atau tidak melakukan *repurchase*, melainkan memilih produk dari perusahaan lain. Apabila keadaan ini terus berlanjut, maka akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan akan berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan. PT. Banggua Raya harus melakukan strategi pemasaran yang berorientasi pada kebutuhan konsumen dengan memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan tingkat penjualan.

Terdapat lima dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman dalam Lapiody (2009:182), yaitu : *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan dan kepastian), *Empathy* (empati).

Dalam definisi tersebut jika konsumen sudah merasa puas berarti kualitas pelayanan sudah baik.

Dengan melihat permasalahan yang ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas tentang kualitas pelayanan jasa dengan mengambil judul **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANGGUA RAYA.**

1.2. Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas mengungkapkan bahwa dimensi faktor-faktor yang menyebabkan kepuasan konsumenterhadap pelayanan yang di berikan sehingga terciptanya kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik sebuah masalah penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang terkait dengan tingkat kepuasan konsumen.

Maka pernyataan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat faktor bukti fisik (*tangibles*) terhadap kepuasan konsumen.
2. Apakah terdapat faktor variabel kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen.
3. Apakah terdapat faktor variabel daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4. Apakah terdapat faktor variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
5. Apakah terdapat faktor variabel empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
6. Apakah terdapat faktor tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

7. Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.2.2. Perumusan Masalah

Dari uraian tersebut, penulis mencoba mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada tingkat kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Banggua Raya terhadap konsumen ?
2. Berapa tingkat kepuasan konsumen yang diberikan oleh PT. Banggua Raya ?
3. Apakah terdapat cara meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Banggua Raya ?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi dari perusahaan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas sebagai bahan masukan dalam penyusunan seminar ini dan dapat menghasilkan suatu informasi yang penting bagi perusahaan guna meningkatkan kepuasan konsumen pada PT. Banggua Raya.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana tingkat kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Banggua Raya terhadap konsumen.
2. Menganalisis bagaimana tingkat kepuasan konsumen yang memakai jasa pengiriman dari PT. Banggua Raya.
3. Menyusun rekomendasi terkait kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Banggua Raya.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini ditunjukkan sebagai salah satu syarat untuk mengikuti seminar. Penulis berharap dengan segala keterbatasan yang ada dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pihak perusahaan dan pihak lain.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemikiran serta pengetahuan baik bagi penulis maupun pembaca tentang masalah manajemen pemasaran baik teori maupun prakteknya khususnya mengenai kualitas pelayanan jasa dan tingkat kepuasan konsumen.

1.4.2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini merupakan suatu pembelajaran untuk memperbaiki diri dan menambah pengetahuan, serta merubah pola pikir penulis kearah yang lebih baik.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat di jadikan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang di lakukan perusahaan terhadap konsumen.

c. Bagi Pihak Lain

Penulis berharap makalah ini menjadi tambahan informasi bagi pihak lain umumnya masyarakat yang berhubungan dengan manajemen pemasaran dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

2.1.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan pokok perusahaan, disamping fungsi yang lain selain fungsi keuangan, produksi, dan personalia. Kegiatan pemasaran sebagaimana telah diketahui bersama adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan agar barang atau jasa yang diproduksi atau di hasilkan dapat sampai ke tangan konsumen sebagai pihak yang membutuhkan. Pemasaran juga meliputi segala aktivitas didalam perusahaan. Beberapa pendapat mengenai definisi pemasaran antara lain :

Menurut Kotler dan Keller (2009:153) Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik untuk pemasaran adalah pertemuan kebutuhan menguntungkan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:29) Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun hubungan konsumen yang kuat untuk menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalannya.

Menurut Buchari Alma (2007:5) Pemasaran adalah penekanan pada analisis strukturpasar, orientasi dan dukungan konsumen, serta memposisikan perusahaan dalam mengawasi rantai nilai.

Dari uraian pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran memiliki tujuan dan persepsi yang sama, yakni merupakan suatu proses perencanaan dimana perusahaan menganalisis struktur pasar serta membangun hubungan yang kuat agar perusahaan mendapatkan suatu penilaian yang baik dalam benak konsumen dalam menciptakan pertukaran yang memuaskan.

2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran

Dalam suatu manajemen pemasaran yaitu salah satu fungsi dari kegiatan pokok perusahaan, disamping fungsi yang lain selain fungsi keuangan, produksi, dan personalia. Kegiatan pemasaran sebagaimana telah diketahui bersama adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan agar barang atau jasa yang diproduksi atau di hasilkan dapat sampai ke tangan konsumen sebagai pihak yang membutuhkan. Pemasaran juga meliputi segala aktivitas didalam perusahaan. Beberapa pendapat mengenai definisi manajemen pemasaran antara lain :

Menurut Kotler dan Keller (2012:5) definisimanajemen pemasaran adalah :

“Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, andcommunicating superior customer value”. Manajemen pemasaran sebagai

seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang unggul.

Menurut Muslichah Erma Widiana (2010:1) Manajemen pemasaran adalah suatu proses analisis, perencanaan, dan pengendalian, juga mencakup barang, jasa, gagasan, berdasarkan pertukaran yang bertujuan untuk memberikan kepuasan-kepuasan kepada pihak terlibat.

Menurut Ahmad Subagyo (2011:5) Manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran demi mencapai tujuan organisasi.

Menurut definisi-definisi dari para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan pemasaran yang menganalisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program agar tercapainya suatu tujuan perusahaan atau organisasi tersebut dengan baik.

2.2. Pengertian Jasa

Jasa terkadang cukup sulit dibedakan secara khusus dengan barang. Hal ini disebabkan pembelian suatu barang kerap kali disertai jasa-jasa tertentu dan begitu pula sebaliknya dengan pembelian jasa yang sering melibatkan barang-barang tertentu untuk melengkapinya. Adapun pengertian jasa menurut para ahli sebagai berikut:

Menurut Djasmin Saladin (2007:71) Bahwa difinisi jasa ialah kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Menurut Indriyono Gitosudarmo (2008:221) Pengertian jasa ialah produk tidak berwujud yang biasanya berupa pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen.

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2009:7) Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik.

Berdasarkan beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan, jasa merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat dipindah kepemilikannya.

2.2.1. Kualitas Jasa

Tjiptono (2010:51) Kualitas jasa (*servis quality*) berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Wyckof yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:59) Menyatakan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Disisi lain, definisi dari kualitas jasa yaitu menurut Lupiyoadi (2014:212) Kualitas produk (jasa) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Menurut ISO 9000 dalam Lupiyoadi (2014:212) Kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang internal dalam memenuhi persyaratan. Persyaratan dalam hal ini adalah kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib. Jadi, kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan konsumen.

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2006:70) Menyatakan bahwa ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu :

1. Sarana dan Prasarana Fisik (*Tangible*)
Yaitu dimana tempat PT. Banggua Raya, tersedianya armada, kelengkapan sarana dan dan prasarana atau fasilitas yang terdapat didalamnya, tersedianya ruang tunggu, serta bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya.
2. Keandalan (*Reability*)
yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat. Misalnya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen, melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman, serta konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan.
3. Jaminan (*Assurance*)
Yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan petugas untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Misalnya konsumen merasa aman dalam berinteraksi, kondisi barang yang dikirim oleh petugas PT. Banggua Raya tidak mengalami kecacatan.
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Yaitu kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayan dengan cepat. Misalnya PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen.
5. Perhatian (*Emphaty*)
Yaitu kesediaan untuk peduli, memberi perhatian penuh bagi konsumen. Misalnya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen.

2.2.2. Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2009:39) yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, jasa mempunyai empat karakteristik yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran, yaitu :

1. *Intangibility* (Tidak Berwujud)

Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum jasa itu dibeli. Perusahaan jasa dapat berusaha mendemonstrasikan kualitas jasa mereka melalui bukti fisik dan presentasi. Pemasar jasa harus dapat mentransformasikan kualitas jasa tak berwujud kedalam manfaat konkret dan pengalaman yang terdefinisi baik.

2. *Inseparability* (Tidak Terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa dilain pihak umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi, dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. *Variability* (Keanekarupaan)

Jasa sangat beraneka rupa karena tergantung siapa yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Sering kali pembeli jasa menyadari akan keanekarupaan yang besar ini akan membicarakan dengan yang lain sebelum memilih satu penyedia jasa.

4. *Perishability* (Tidak Tahan Lama)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan untuk penjualan atau pengguna dikemudian hari. Berdasarkan klasifikasi organisasi perdagangan dunia (*World Trade Organization-WTO*), ruang lingkup klasifikasi bisnis jasa meliputi (Rambat Lopiyoadi, 2009:19) :

1. Jasa Bisnis
2. Jasa Komunikasi
3. Jasa Kontruksi dan Teknis
4. Jasa Distribusi
5. Jasa Pendidikan
6. Jasa Lingkungan Hidup
7. Jasa Keuangan
8. Jasa Kesehatan dan Jasa Sosial
9. Jasa Kepariwisata dan Jasa Perjalanan
10. Jasa Rekreasi, Budaya dan Olahraga
11. Jasa Lain-Lain

2.2.3. Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang di gunakan perusahaan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Sedangkan menurut beberapa ahli didefinisi bauran pemasaran adalah sebagai berikut :

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:38) Bauran pemasaran adalah seperangkat alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai target pasar”.

Menurut Willian J. Stanton (2006:30) Bauran pemasaran menggambarkan kombinasi empat input yang merupakan inti dari sistem pemasaran organisasi. Keempat elemen tersebut adalah penawaran produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi”.

Menurut Yazid (2012:15) Bauran pemasaran jasa adalah kumpulan dari variabel yang di kendalikan oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan layanan yang akan digunakan untuk memberikan rasa puas kepada konsumen sarannya”.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa bauran pemasaran merupakan kombinasi dari faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dan dapat membentuk suatu sistem pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan pada pasar sasaran.

2.2.4. Unsur-unsur Bauran Pemasaran Jasa

Adapun pengertian masing-masing unsur-unsur bauran pemasaran tersebut menurut Zeithalm dan Bitner yang di kutip oleh Rambat Lopioyadi (2009:18) adalah sebagai berikut :

1. *Product* (produk)

Berkenaan dengan penawaran yang dilakukan perusahaan pada pasar termasuk di dalamnya pertimbangan tentang barang-barang tambahan atau perlengkapan jasa, tingkat kualitas, aksesoris, cara mengenal garansi dan pemberian merek. Seperti memberikan jaminan asuransi.

2. *Price* (harga)

Secara harfiah harga merupakan sejumlah uang yang baru dibayarkan konsumen untuk membeli produk. Harga merupakan pengorbanan bagi konsumen dalam membeli suatu produk. Seperti biaya relatif terjangkau, mencakup semua kalangan.

3. *Place* (Tempat atau saluran distribusi)

Alat bauran pemasaran jasa untuk segala aktivitas yang di lakukan oleh perusahaan agar produknya mudah dijangkau dan tersedia bagi konsumen sarannya. Seperti lokasi strategis, mudah dijangkau, berada dikawasan tengah kota.

4. *Promotion* (promosi)

Alat bauran pemasaran jasa untuk segala aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya kepada konsumen sarasannya. Seperti bekerja sama dengan beberapa perusahaan disekitar.

5. *People* (orang)

Semua orang yang mengambil bagian dalam pemberian serta yang ikut memberikan pengaruh terhadap persepsi pembeli, misalkan petugas atau pegawai perusahaan, konsumen lain dalam lingkungan jasa yang bersangkutan. Bagaimana penampilan sikap, kebiasaan orang-orang terlibat dalam suatu jasa, terutama dari pihak penyedia jasa, merupakan fokus dari alat bauran pemasaran jasa ini. Seperti adanya karyawan diperusahaan dan petugas didalam pengiriman.

6. *Physical evidence* (bukti fisik)

Alat bauran pemasaran jasa yang berupa lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumen berinteraksi. Serta segala komponen fisik atau nyata (*tangibles*) yang memfasilitasi proses, hasil atau komunikasi jasa. *Physical evidence* merupakan alat yang memberikan peluang bagi perusahaan untuk menyampaikan pesan untuk tujuan organisasi, segmen, sasaran, dan hakekat seperti kondisi fisik (kondisi armada dalam keadaan baik), kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas yang sangat lengkap, serta adanya ruang tunggu.

7. *Process* (proses)

Alat bauran pemasaran jasa yang merupakan prosedur berjalan mekanisme, dan diluar aktivitas-aktivitas yang dilakukan dalam penyampayan jasa, pada jasa yang melakukan keterlibatan tinggi dalam konsumen. Peran proses sangat tinggi karena keterlibatan konsumen sebagai bagian dari jasa itu memberikan pengaruh besar dalam penilaiannya terhadap jasa yang bersangkutan. Misalnya melayani pelayanan yang baik untuk konsumen.

Masing-masing dari tujuh unsur bauran pemasaran tersebut saling berhubungan dan mempunyai suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik segmennya.

2.2.5. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan suatu keputusan dari perusahaan untuk menempatkan produk yang dihasilkannya, kepada waktu dan tempat yang tepat. Saluran distribusi sering disebut dengan saluran perdagangan (*trade channel*) atau saluran pemasaran (*marketing channel*). Setiap produsen atau perusahaan berusaha untuk membentuk rangkaian atau struktur perantara pemasaran. Beberapa pendapat mengenai saluran distribusi menurut para ahli sebagai berikut:

Menurut Djaslim Saladin (2007:156) Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

Sedangkan Philip Kotler (2007:122) Mendefinisikan saluran distribusi adalah organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi.

Dari pengertian diatas, maka dapat di simpulkan bahwa saluran distribusi merupakan suatu lembaga pemasaran baik itu milik produsen maupun bukan yang bertugas untuk menyalurkan produk baik kekonsumen industri berdasarkan prinsip manajemen perusahaan yang telah ditetapkan.

2.3. Kualitas dan Kualitas Pelayanan

2.3.1. Pengertian Kualitas

Dalam perspektif *Total Quality Management* (TQM) Kualitas dipandang secara lebih luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditetapkan, melainkan juga melalui proses, lingkungan, dan manusia. Kualitas merupakan suatu proses didalam penilaian suatu produk atau jasa yang akan dirasakan langsung dari konsumen atau sipenerima pelayanan itu sendiri. Menurut Kotler (2005:57) Mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Melalui pengertian dan teori ini dapat diketahui bahwa suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi konsumen akan nilai produk yang diberikan kepada konsumen tersebut.

2.3.2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan kini sangat dibutuhkan untuk mencapai kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan konsumen dan memuaskan kebutuhan mereka. Namun meskipun definisi ini berorientasi pada konsumen, tidak berarti bahwa dalam menentukan kualitas pelayanan penyedia jasa harus menuruti semua keinginan konsumen. Dengan kata lain dalam menentukan kualitas pelayanan, perusahaan harus mempertimbangkan selain untuk memenuhi harapan-harapan konsumen, juga harus melihat tersedianya sumber daya yang memadai dalam perusahaan. Kualitas pelayanan juga menjadi keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan

dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. Pola konsumsi dan gaya hidup konsumen 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 Zeithaml dalam Lupiyoadi (2009:181) *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas layanan yang banar-benar mereka terima dengan sungguh yang mereka harapkan.

Menurut Tjiptono dalam Julita (2005:115) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk.

Menurut Wyckof dalam Wisnalmawati (2012:155) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen.

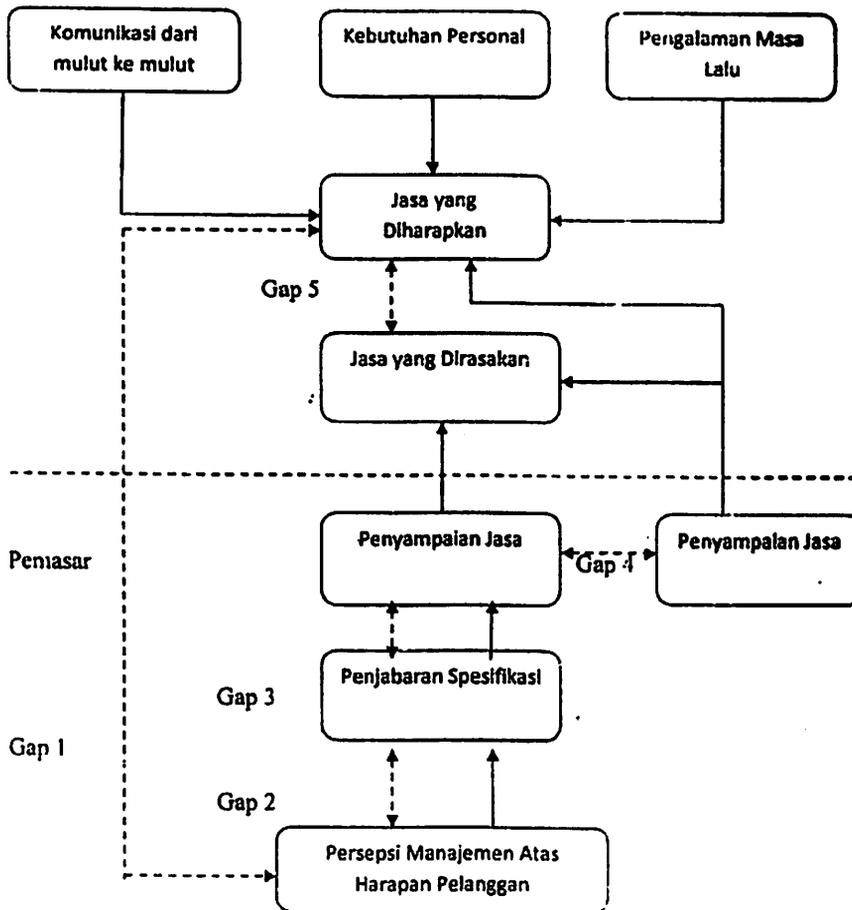
Menurut Kotler (2008:83) Pelayanan adalah setiap tindakan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk.

Dari definisi-definisi kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang telah mereka terima sesuai dengan yang mereka harapkan, maka kualitas pelayanan dapat diterima dengan baik dan memuaskan para konsumen.

2.3.3. Kesenjangan Dalam Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Parasuraman Leonard L. Berry dan Valerien A. Zeithaml yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2006:80) melakukan penelitian mengenai *customer perceived quality* pada *industrymaintenance*. Dalam penelitian tersebut model *Service Quality* meliputi analisis terhadap 5 gap yang berpengaruh terhadap kualitas jasa.



Gambar 1.
Model Konseptual Service Quality

Sumber : Parasuraman, (2005), "Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research: Journal of Marketing, Vol 49. Fandy Tjiptono (2006:82)

Parasuraman, et al., dalam Alma (2007:7) Mengungkapkan formulasi model mutu jasa yang diperlukan dalam layanan jasa. Dalam model ini dijelaskan terdapat 5 Gap/kesenjangan yang dapat menimbulkan kegagalan penjualan jasa :

1. Gap antara kesenjangan harapan konsumen dengan persepsi manajemen.

Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan konsumen secara tepat akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain, dan jasa-jasa pendukung /skunder apasaja yang diinginkan konsumen.

2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa.

Kadang kala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan. Tetapi mereka tidak menyusun suatu standar kerja tertentu yang jelas. Hal ini bisa dikarenakan tiga faktor, yaitu adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kurangnya sumber daya, atau karena adanya kelebihan permintaan.

3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.

Ada beberapa penyebab terjadinya gap ini, misalnya karyawan kurang terlatih, beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standar kinerja yang ditetapkan.

4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

Sering kali harapan konsumen dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Risiko yang dihadapi oleh perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi.

5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan.

Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

Model service quality (Servqual) yang populer kini banyak dijadikan dalam acuan riset pemasaran yang dikembangkan. Dalam pendekatan ini ditegaskan bahwa kinerja pada suatu atribut meningkat lebih besar dari pada harapan (expectation) maka kepuasan dan kualitas jasa pun meningkat, begitu pula sebaliknya.

2.3.4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2006:70) Menyatakan bahwa ada lima dimensi kualitas layanan jasa, yaitu :

1. Bukti Langsung (*Tangibles*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi. *Tangibles* yang baik akan mempengaruhi persepsi konsumen dan pada saat bersamaan aspek ini merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan konsumen. Pengukuran penampilan dilihat dari segi fasilitas fisik di dalam ruang pelayanan, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi. Bukti fisik (*tangibles*) berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

2. Keandalan (*reliability*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan atau merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati, Tjiptono & Chandra (2005) dengan kata lain keandalan adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, hal ini sesuai dengan Kotler (2007) bahwa keandalan adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Keinginan para karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Pelayanan yang tanggap dipengaruhi oleh kesigapan dan kesuksesan pertanyaan-pertanyaan dan permintaan konsumen.

4. Jaminan (*assurance*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Menurut Kotler (2008) Jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap perusahaan diharapkan adanya tingkat penggunaan jasa dari perusahaan tersebut.

5. Empati (*empathy*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan konsumen. Kotler (2007) Menjelaskan bahwa empati adalah kesediaan untuk peduli memberi perhatian kepada konsumen.

2.3.5. Mutu Pelayanan

Menurut Martin (2004,11) Mutu pelayanan adalah kualitas yang dijalankan dengan beberapa langkah dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada konsumen yaitu :

1. Sampaikan Sikap Positif

Sikap positif akan terlihat dalam penampilan, bahasa tubuh, nada, suara, dan keahlian dalam berkomunikasi melalui telepon.

2. Mengenali Kebutuhan Konsumen

Cara terbaik untuk mengenali kebutuhan konsumen adalah mencoba meletakkan diri pada posisinya dan evaluasi berbagai hal dari sudut pandangnya.

3. Memenuhi Kebutuhan Konsumen

Terdapat empat macam kebutuhan dasar konsumen, yaitu kebutuhan untuk dipahami, kebutuhan diterima, kebutuhan merasa penting, dan kebutuhan akan kenyamanan.

4. Memastikan Konsumen Kembali Lagi

Pihak perusahaan harus senantiasa berusaha untuk memuaskan keluhan konsumen, sehingga diharapkan para konsumen akan kembali membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa mutu pelayanan merupakan sebuah pelayanan jasa yang harus dijaga dan diingkatkan agar mutu jasa melebihi pesaingnya dan lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen. Apabila mutu jasa yang diterima oleh konsumen lebih baik atau sama dengan yang dibayangkan, sehingga cenderung akan mencobanya kembali.

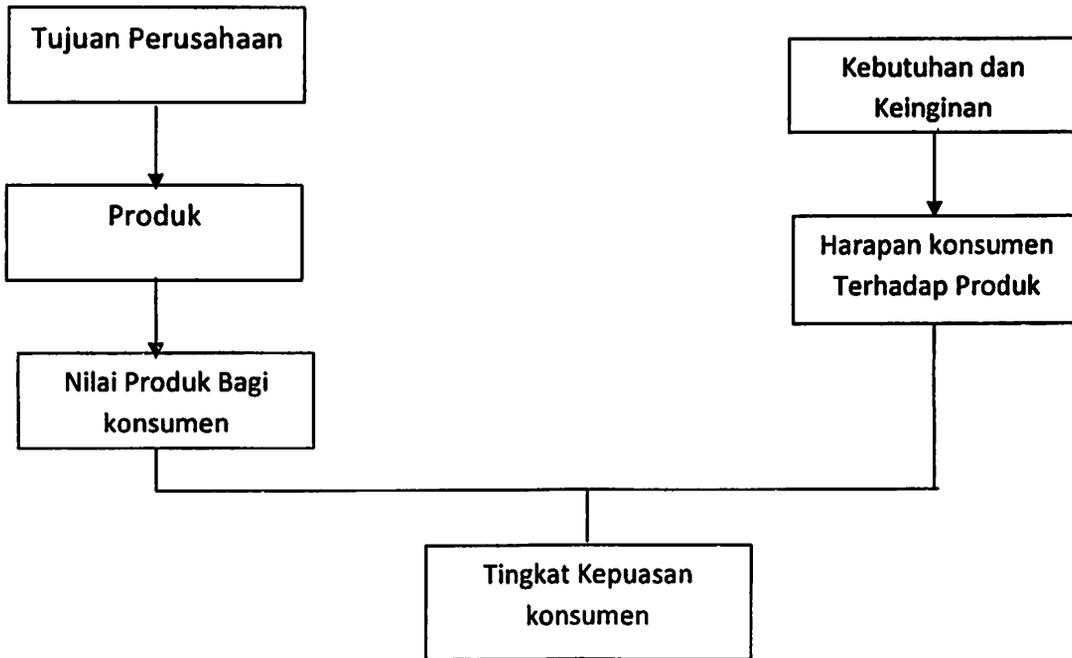
2.4. Kepuasan Konsumen

2.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diharapkan (Kotler, 2007). Sedangkan menurut Rangkuti, (2004:30) Kepuasan konsumen merupakan respons konsumen terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler. dkk,2007:52). Sedangkan Tsedan Wilton (1988) Dalam Lupiyoado (2009:349) Kepuasan atau ketidak puasn konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidak sesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen lain. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan konsumen jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata konsumen, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.



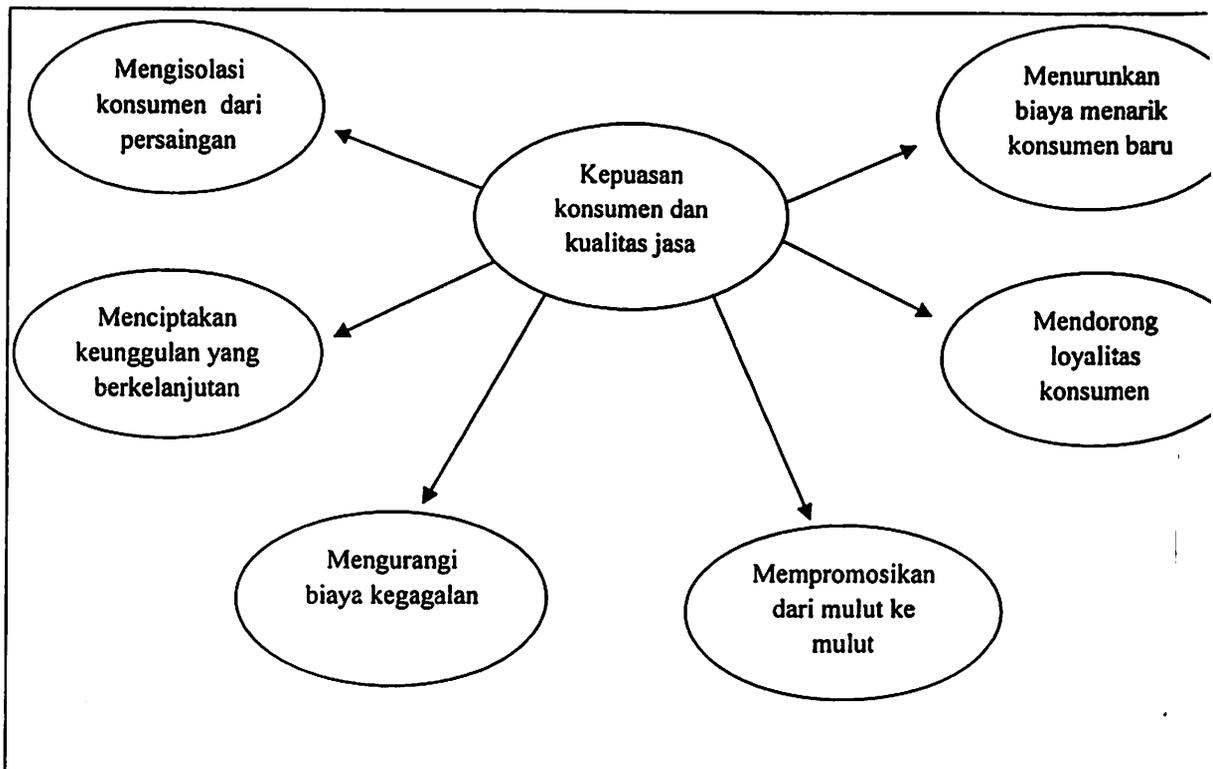
Sumber: Manajemen Jasa, *Fandy Tjiptono* (2006)

Gambar 2.
Konsep Kepuasan Konsumen

Konsep kepuasan konsumen diatas dapat diterangkan bahwa tujuan dari perusahaan adalah memperoleh konsumen yang loyal melalui penciptaan produk atau jasa yang ditawarkan. Produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan nantinya memiliki nilai bagi pelanggan. Disisi lain konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang akan berubah menjadi sebuah harapan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Kesesuaian antara kinerja perusahaan berupa pemberian produk atau jasa yang bernilai tinggi di mata konsumen dan hasil produk atau jasa yang telah diterima dapat menciptakan kepuasan konsumen.

2.4.2. Manfaat Kepuasan Konsumen

Setiap pemasaran jasa ingin memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Dengan adanya peningkatan kepercayaan konsumen akan menghasilkan loyalitas konsumen yang lebih besar. Dalam jangka panjang akan lebih menguntungkan Mempertahankan konsumen yang baik dari pada terus menerus menarik dan membina konsumen baru untuk menggantikan konsumen yang pergi. Konsumen yang puas terhadap jasa yang diterimakan menimbulkan dampak positif seperti cerita dari mulut ke mulut (*word of mounth*).



Sumber : C.H.Lovelock, P.G.Patterson dan R.H.Waller, *Services Marketing: Australia and New Zealand (Sydney: Prentice Hall), 119.*

Gambar 3.

Manfaat Kepuasan Konsumen dan Kualitas Jasa

2.4.3. Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen

Menurut (Lupiyoadi,2009) Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain :

1. Kualitas produk

Yaitu konsumen akan merasa puas nilai hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan jasa

Yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosi

Yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih lagi.

4. Harga

Yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

5. Biaya

Yaitu konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.4.4 Mengukur Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen dan konsumen pesaingnya. Kotler (2001:45) Mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen antara lain:

1. *The Sistem Complaints and Suggestion*

Setiap organisasi maupun perusahaan yang berorientasi pada konsumen perlu memberikan akses yang nyaman bagi para konsumennya guna menyampaikan kritik, saran, pendapat dan keluhan. Media yang digunakan misalnya berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (mudah dijangkau oleh konsumen).

2. *GhostShopping*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai konsumen potensial. Mereka diminta untuk berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk maupun jasa perusahaan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan maupun penyempurnaan selanjutnya.

4. *Survey of Customer Satisfaction*

Sebagian besar riset kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survey (baik melalui pos, telepon, e-mail, website), Maupun wawancara langsung. Melalui survey tersebut perusahaan akan memperoleh tanggapan dan timbal balik secara langsung dari konsumen dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang diharapkan maka layanan dikatakan kurang bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan.

2.5. Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2005:42). Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk ataupun harapan-harapannya. Keberhasilan perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa puas dan memberikan citra positif dimata konsumen. Selanjutnya konsumen yang merasa puas tersebut dapat menjadi loyal. Karakteristik konsumen yang loyal menurut Griffin (2007:31) adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur
2. Membeli antar lini produk dan jasa
3. Mereferensikan kepada orang lain
4. Tidak terpengaruh terhadap tarikan dari pesaing

Untuk mengukur seberapa besar kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, penulis menggunakan beberapa metode analisis atau pengolah data diantaranya :

Tingkat kesesuaian, bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara skor tinggi kinerja atau pelaksanaan dengan skor tingkat harapan konsumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Metode penarikan sample menggunakan metode Slovin dengan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

koefisien korelasi rank Spearman merupakan koefisien yang menunjukkan keeratan hubungan antara dua variabel, dengan rumus :

$$r_s = 1 - \frac{6\sum D_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

ket :

r_s = koefisien korelasi sperman

D_i = selisih peringkat untuk setiap data

N = jumlah sampel atau data

Metode *Consumer Satisfaction Index (CSI)* atau mengukur indeks kepuasan, yaitu digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari dimensi kualitas pelayanan jasa.

Adapun rumus CSI yang digunakan sebagai berikut :

$$CSI = \frac{T}{4Y} \times 100\%$$

Keterangan :

T = Total skor nilai .

4Y = Nilai maksimum pada skala pengukurun.

Tahap-tahap dalam mengukur CSI adalah sebagai berikut :

1. Menghitung *Weighted Factor* yaitu faktor menubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi angka persen, sehingga didapatkan total *Weighted Factor* 100%.
2. Menhitung *Weighting Score*, yaitu nilai perkalian anantara nilai rata-rata tingkat kinerja dengan *Weighted Factor*.
3. Menghitung *Weighted Total*, yaitu jumlah *Weighting Score* dari semua atribut.
4. Menghitung *Satisfaction Index*, yaitu *Weighted Total* dibagi skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimum adalah 4) kemudian dikali 100%.

Tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2.

Kriteria Nilai *Consumer Satisfaction Index* (Indeks Kepuasan)

Kriteria CSI	Nilai CSI
Sangat Puas	4
Puas	3
Kurang Puas	2
Tidak Puas	1

2.6. Importance Performance Analysis/Diagram Kartesius

Menurut Husein Umar (2008), Penggunaan metode *Importance Performance Analysis* adalah dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen yang masuk pada kuadran-kuadran pada peta Importance Performance Matrix. Setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, langkah selanjutnya adalah membuat peta posisi importance-performance yang merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{k}$$

Keterangan :

\bar{X} = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut.

\bar{Y} = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut.

k = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap atribut digunakan persamaan sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n}, \bar{Y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

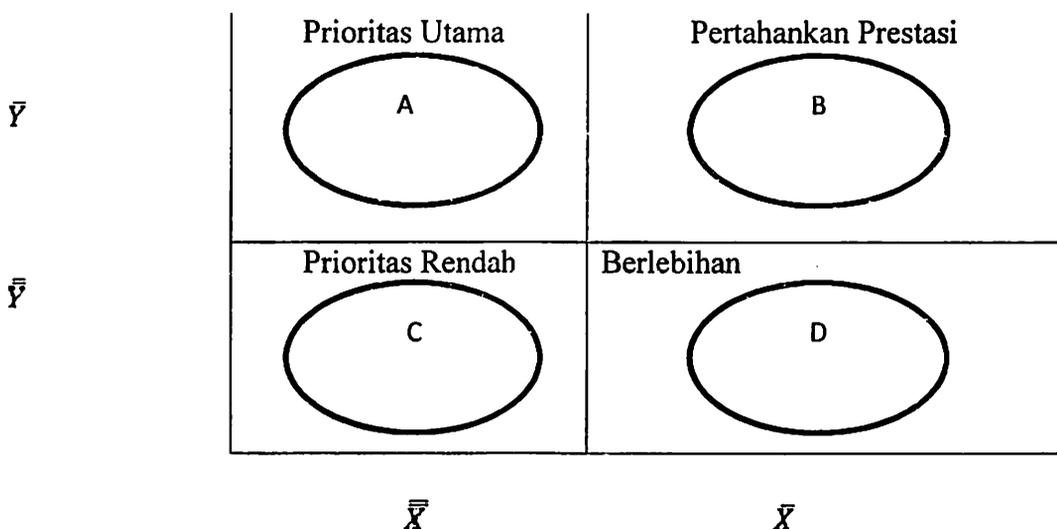
Dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata kinerja.

\bar{Y} = Skor rata-rata harapan.

n = Jumlah responden.

Pada analisis *Importance Performance Analysis*, dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan.



Sumber: Husein Umar, 2008

Gambar 5. Diagram Kartesius

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut:

A. Prioritas Utama (Concentrate Here)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan pelayanan akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

B. Pertahankan Prestasi (Keep Up The Good Work)

Pada Kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan pelayanan sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

C. Prioritas Rendah (Low Priority)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat harapan atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

D. Berlebihan (Possibly Overkill)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

2.7. Penelitian Sebelumnya dan Konstelasi Pemikiran

2.7.1. Penelitian Sebelumnya

Sebagai dasarpijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini, sangat penting untuk mengetahui hasil yang dilakukan oleh penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang kaitannya dengan perilaku konsumen dalam melakukan sebuah penelitian. Dan sebagai pembanding penelitian di atas, penelitian ini dilampirkan.

Tabel 3.
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Peneliti	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Yulianti dan kurniawan	Pengaruh Kualitas pelayanan dan	1. Independen : Kualitas	Metode probility	Kulitas pelayanan

(2011)	kepuasan terhadap loyalitas konsumen dikerta gaya pusaka perusahaan ekspedisi cabang banjarmasin	Pelayanan, Loyalitas 2. Dependen : Kepuasan Konsumen	sampling	dan kepuasan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen.
Setyaningsih sri utami (2009)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi PT. Solo central taksi di surakarta	1. Independen : Kuslitas pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Konsumen	Regresi Linier Berganda	Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel Wujud Fisik.
Shandy Ibnu Zakaria dan Sri Rahayu Astuti (2013)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	1. Independen : Kualitas Kelayanan, harga 2. Dependen : Kepuasan konsumen	Regresi Linier Berganda	Kualitas Pelayanan, dan Harga Mempunyai Pengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.

2.7.2. Kerangka Pemikiran

Konsumen akan merasa puas dengan adanya kualitas pelayanan yang baik. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen menjadi nilai tambah bagi perusahaan, karena konsumen yang puas akan melakukan transaksi ulang dan tidak akan menggunakan jasa lain. Dalam memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas, hendaknya memiliki cara-cara tersendiri dalam menarik minat konsumen untuk meningkatkan loyalitas (Fandy Tjiptono:2006). Adapun kriteria dalam memberikan pelayanan yang baik dilihat dari beberapa faktor antara lain :

1. *Tangible*, bukti fisik yang merupakan wujud atau bukti nyata di PT. Banggawa Raya misalnya : kelengkapan sarana dan prasarana serta fasilitas yang ada lainnya untuk mendukung kegiatan pemasaran sebagai bukti atas kualitas jasa yang diberikan.
2. *Reliability*, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat misalnya: PT. Banggawa Raya memberi dan mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
3. *Responsiveness*, kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat. Misalnya kesigapan dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen.

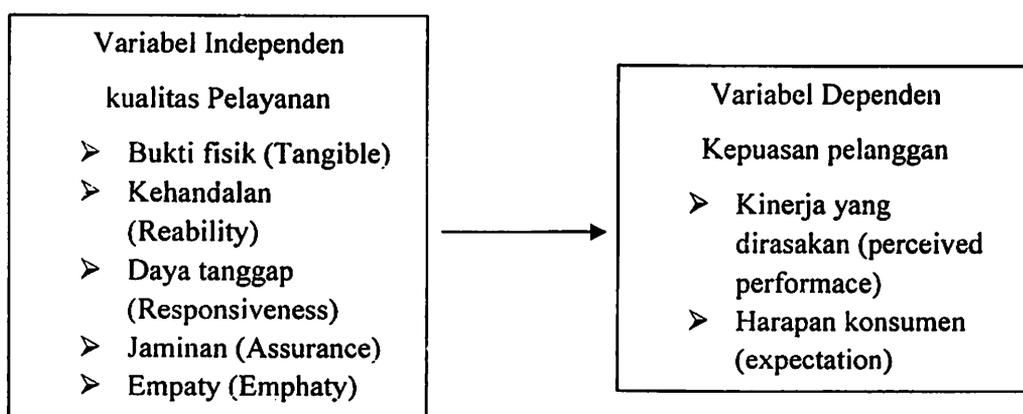
4. *Assurance*, pengetahuan dan kesopanan karyawan PT. Banggua Raya untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Misalnya : kondisi barang yang dikirim tidak mengalami kecacatan.
5. *Empathy*, kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan atau konsumen. Seperti karyawan yang siap untuk mendengar atau memberikan perhatian terhadap apa yang dibutuhkan konsumen.

Sesuai dengan apa yang penulis teliti dan pada PT. Banggua Raya hanya menggunakan 5 dimensi, diantaranya : Bukti fisik (Tangible), Keandalan (Reliability), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy).

Kepuasan merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diharapkan (Kotler, 2007). Sedangkan menurut Rangkuti, (2004:30) Kepuasan Konsumen merupakan respons konsumen terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian

Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2007:52). Sedangkan Tsedan Wilton (1988) Dalam Lupiyoado (2009:349) Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidak sesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakayannya.

Hal tersebut menjadikan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan produsen karena akan menjadi bahan perbandingan bagi konsumen lain untuk memiliki perusahaan mana yang akan dikunjungi.



Gambar 4.
Konstelasi Penelitian

2.8. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika terbukti salah, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Oleh karena itu rumusan hipotesis penelitian ini adalah :

1. Kinerja kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Banggua Raya belum sesuai dengan harapan konsumen kurang baik.
2. Tingkat kepuasan konsumen yang memakai jasa pengiriman dari PT. Banggua Raya cukup memuaskan.
3. Analisis kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada PT. Banggua Raya dapat digunakan untuk merencanakan target perusahaan terutama pada kepuasan konsumen kedepannya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan oleh peneliti adalah *deskriptif eksploratif*, yaitu bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau status fenomena dalam mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan suatu keadaan (Arikunto, 2010).

3.2. Objek, Unit Analysis dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengambil objek penelitian analisis kualitas pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dimana kualitas pelayanan jasa sebagai variabel independen dan tingkat kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

3.2.2. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini bersifat *Dyads*, karena dalam penelitian ini terdapat dua unit yang dianalisis yaitu konsumen dan PT. Banggua Raya.

3.2.3. Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada perusahaan PT. Banggua Raya yang beralamat di Jl. Raya Pondok Kopi Ujung Rawadas No.54, Jakarta Timur. Perusahaan ini merupakan badan usaha yang bergerak di bidang jasa pengangkutan darat, khususnya alat berat dan material proyek.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu metode yang berkaitan dengan tata cara pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan.

3.3.2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh yaitu : kuesioner dan pengamatan atau observasi. Observasi dan kuesioner yang telah diisi oleh responden secara langsung kepada pengguna jasa PT. Banggua Raya.

b. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data ini diperoleh dari beberapa sumber yaitu : catatan atau dokumentasi PT Banggua Raya, mengakses internet, dan lain-lain.

3.4. Operasionalisasi Variabel

1. Variabel Independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain (variabel dependen), setiap terjadi perubahan terhadap variabel-variabel independen maka variabel dependen dapat terpengaruh atas perubahan tersebut. Dalam penyusunan skripsi ini yang merupakan variabel independen adalah keterkaitan kualitas pelayanan jasa.
2. Variabel Dependen merupakan variabel terikat/tidak bebas yang keberadaannya dipengaruhi variabel lain atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam skripsi ini yang merupakan variabel dependen adalah tingkat kepuasan konsumen.

Adapun penjabarannya dan pengukuran dari operasionalisasi variabel tersaji pada tabel berikut ini :

Tabel 4.
Operasionalisasi Variabel
Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada
PT. Banggua Raya

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan :	Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Keadaan fisik (Kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik. • Peralatan (Kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas di lokasi PT.Banggua Raya) sangat lengkap. • Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya. • Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya. 	Ordinal

	Kehandalan (reability)	<ul style="list-style-type: none"> • PT. Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. • PT. Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. • PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen. • PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan. 	Ordinal
	Daya Tanggap (Responsiveness)	<ul style="list-style-type: none"> • PT. Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen. • PT. Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat. • PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen. • PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen. 	
	Jaminan (Assurance)	<ul style="list-style-type: none"> • Barang yang tidak hilang. • Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan. • Konsumen merasa aman dalam berinteraksi. • Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu). 	Ordinal
	Empati (empathy)	<ul style="list-style-type: none"> • PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan. 	Ordinal

		<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen. • PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen. • Karyawan PT. Banggua Raya ramah. 	
Kepuasan konsumen	Kinerja Harapan	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan tentang jasa pengiriman. • Kepuasan tentang pelayanan pengiriman. • Kepuasan tentang sikap petugas pelayanan jasa pengiriman. 	Ordinal

3.5. Metode Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini, karena jumlah populasi konsumen adalah 23 perusahaan, maka semua populasi tersebut, menjadi sampel sebagai berikut :

Tabel 5.

Jumlah Populasi

No	Nama Customer
1.	PT. Bangkit Cahya Abadi
2.	PT. Aneka Gas Industri
3.	PT. Leighton Contractors
4.	PT. Ory Politech
5.	PT. Bina Pertiwi
6.	PT. M. Yusuf & Sons
7.	PT. Yapindo Transportama
8.	PT. M. Arif Syah Nasution
9.	PT. Yapindo Transportama
10.	PT. Origa Mulya
11.	PT. Bandar Indah Permata
12.	PT. Alun

13.	PT. Pitamas Data Sempurna
14.	PT. Boart Longyear Indonesia
15.	PT. Quality Technic
16.	PT. Hartech
17.	PT. Vale Indonesia Tbk
18.	PT. Purna Bina Nusa
19.	PT. Maleya Utama
20.	PT. Elnusa Tbk
21.	PT. Hexindo Adi Perkasa
22.	PT. Bhumi Pala Perkasa
23.	PT. Bukaka Teknik Utama

3.6. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan

Pengumpulan data dengan riset kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berhubungan dengan objek yang diteliti yang bersumber dari buku, teori, dan sumber informasilainnya, sehingga mempunyai landasan teoritis dalam pembuatan makalah mengenai analisis kualitas pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan konsumen pada PT. Banggua Raya.

2. Penelitian Lapangan

Penelitian untuk mendapatkan data dari informasi yang dilakukan secara langsung dengan maksud memperoleh data yang spesifik tentang objek yang diteliti.

Adapun teknik-teknik yang digunakan melalui :

a. Wawancara

Melakukan wawancara secara langsung ke PT. Banggua Raya.

b. Kuesioner

Teknik yang digunakan dalam riset lapangan ini dengan memberikan kuesioner tertutup atau angket yang berisikan sejumlah pertanyaan yang tertulis guna mendapatkan informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau tentang hal-hal yang diketahuinya mengenai layanan jasa yang dilakukan PT. Banggua Raya terhadap tingkat kepuasan mereka.

c. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh data yang mendukung pada hasil wawancara dan kuesioner.

d. Studi Pustaka

Dengan mencari sumber-sumber data lain yang bisa mendukung dalam penelitian, baik melalui jurnal-jurnal ataupun kajian penelitian terdahulu.

3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah angket atau kuesioner, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut sudah sah dan handal.

1. Uji Validitas

Kuesioner yang telah selesai disusun, sebelum di pergunakan dalam survei lapangan perlu dilakukan ujicoba (*pre-test*) untuk mengetahui tingkat keterandalan (*Reliability*) kuesioner tersebut. Uji coba dilaksanakan dengan cara melakukan wawancara pada kelompok kecil responden berjumlah antara 23 organisasi dengan menggunakan kuesioner yang telah di susun. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antar skor setiap pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel, yaitu dengan membandingkan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana (n) adalah jumlah sampel penelitian. Jika r hitung $\geq r$ tabel dan nilai positif maka setiap pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengukuran reabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS.

3.8. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- A. Analisis deskriptif : yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif mengenai penerapan kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada PT. Banggua Raya.
- B. Tingkat kesesuaian, bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara skor tinggi kinerja atau pelaksanaan dengan skor tingkat harapan konsumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja pada indikator-indikator kualitas pelayanan yang dilakukan PT. Banggua Raya.

Yi = skor penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja pada indikator-indikator kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Banggua Raya.

C. Importance Performance Analysis/Diagram Kartesius

Penggunaan metode *Importance Performance Analysis* adalah dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen yang masuk pada kuadran-kuadran pada peta Importance Performance Matrix. Setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, langkah selanjutnya adalah membuat peta posisi importance-performance yang merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^m X_i}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{k}$$

Keterangan :

\bar{X} = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut.

\bar{Y} = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut.

k = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap atribut digunakan persamaan sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}, \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana :

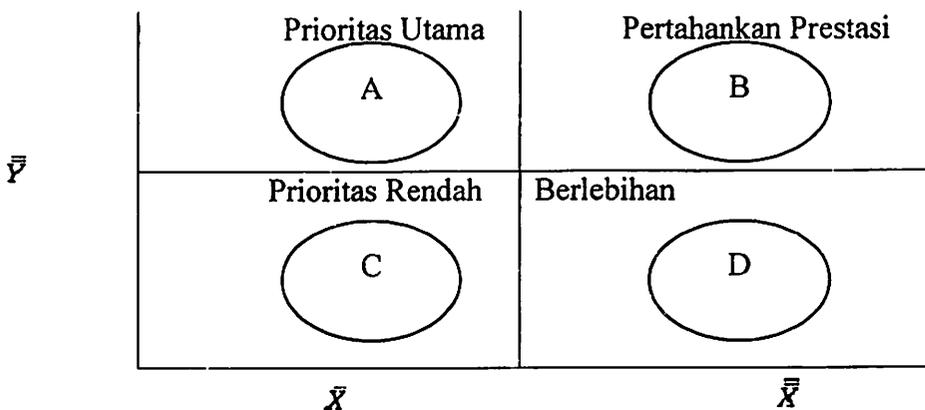
\bar{X} = Skor rata-rata kinerja.

\bar{Y} = Skor rata-rata harapan.

n = Jumlah responden.

Pada analisis *Importance Performance Analysis*, dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

\bar{Y}



Sumber: Husein Umar, 2008

Gambar 5. Diagram Kartesius

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut :

A. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan pelanggan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

B. Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Pada Kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

C. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat harapan atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

D. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran umum Perusahaan

4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Saat ini banyak sekali perusahaan jasa ekspedisi yang terus tumbuh dan berkembang seiring dengan semakin besarnya volume perdagangan antar daerah atau negara. Pada tahun 1995, Dahler Batubara mendirikan perusahaan PT. Banggua Raya yang bertempat di jl. Raya Pondok Kopi Ujung Rawandas No. 54. Jakarta Timur. Perusahaan ini memulai kegiatan usahanya pada pengiriman alat kontruksi, penanganan cargo serta material kebutuhan proyek untuk wilayah jawa sumatra. PT. Banggua Raya dalam mengembangkan wilayah antaran hampir ke seluruh indonesia. Karena persaingan dipasar domestik, PT. Banggua Raya juga memusatkan memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan yang luas diharapkan mendapatkan keuntungan persaingan dalam pasar domestik. PT. Banggua Raya juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi. Selama bertahun-tahun PT. Banggua Raya terus memperluas jaringan pendistribusian barang ke seluruh indonesia. Sejak awal perusahaan ini didirikan lebih memfokuskan pengiriman berbagai alat berat dan berbagai material proyek, namun tetap juga melayani distribusi dan pengiriman untuk berbagai jenis barang lainnya.

4.1.2. Kegiatan Perusahaan

Pertumbuhan bisnis serta kepuasan konsumen sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan, sehingga kualitas menempati prioritas utama dalam mengembangkan jasa transportasi darat. PT. Banggua Raya sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengangkutan darat berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumen yang tersebar diseluruh indonesia khususnya wilayah jawa dan sumatera. Perusahaan ini tidak hanya menawarkan jasanya pada perusahaan-perusahaan yang membutuhkan pengangkutan alat-alat berat yang dimiliki dan berbagai material kebutuhan proyek, namun perusahaan-perusahaan lainnya yang membutuhkan jasa pengangkutan. Berikut beberapa perusahaan yang telah menjadi mitra PT. Banggua Raya :

1. PT. Uniqpak Sarana Antaran
Distribusi & *deliveri tower* & Antena exelcomindo / Pro XL.
2. PT. Kokoh Semesta
Steel structure untuk proyek langit biru pertamina balongan, *Steel structure* untuk tower PLTN Tanjung Jati Japara.
3. PT. Indoberk
Mitra proyek pembangunan jembatan timbang disumatra, jawa, kalimantan dan sulawesi.

4. PT. Pintamas Data Sampurna
Proyek UPS (*Unit Power Supply*) Departemen Keuangan disumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Bali dan Nusa Tenggara.
5. PT. Yapindo Transportama
Cargo Inland Transport ke tujuh di Pulau Jawa & Sumatera.
6. PT. Thies Contractors Indonesia
Distribusi dan *delivery tower material project* ke Suban –sumatera selatan, Gunung Darajat-Garut, jawa Barat.
7. PT. Origa Mulia
Distribusi Pipa, *fiber glass dan spare part* ke kota tujuan di Pulau Jawa & Pulau Sumatera .
8. PT. Bina Pertiwi (United Tractor Group)
Distribusi dan *delivery* alat berat ke kota tujuan di Pulau Jawa & Pulau Sumatera.
9. PT. Multitech
Mendistribusikan material elecrik Motorola ke kota-kota besar di Pulau Jawa dan Sumatera.
10. PT. Devian Salbindo Pratama
Mendistribusikan perlengkapan POLRI (dalam petian) ke kota Medan, sumatera Utara.

4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

Dalam melaksanakan aktivitas usahanya, PT. Banggua Raya mempunyai Visi yaitu Menjadi perusahaan internasional dibidang jasa logistik yang dapat diandalkan pada solusi pergerakan komoditi secara terpadu, efektif, tepat waktu serta terpercaya.

Adapun Misi dari PT. Banggua Raya adalah :

Memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen atas pengiriman barang ketempat tujuan.

Memadukan jasa pengangkutan, pergudangan dan kepabeanan dalam satu sistem yang terintegrasi secara efektif dan fleksibel.

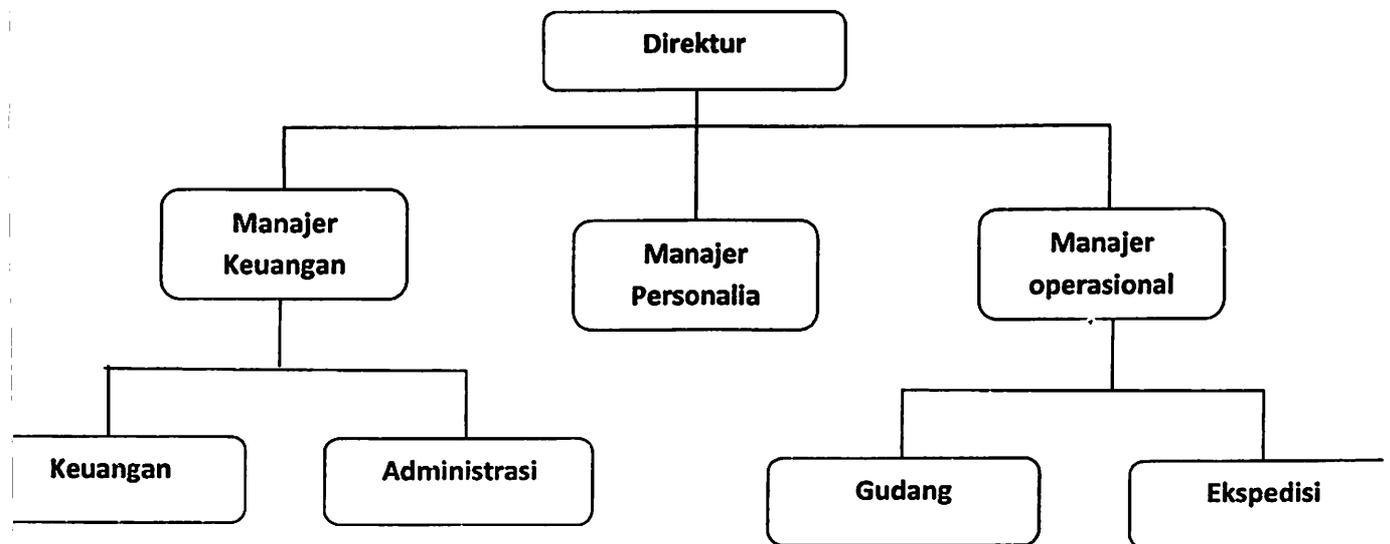
Meksimalkan jaringan dan infrastruktur yang dimiliki untuk mewujudkan kepuasan konsumen yang didukung dengan SDM yang profesional dan berintegrasi.

4.1.4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi ini mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan dan mencapai tujuan dari perusahaan, pendistribusian tugas-tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan satu sama lain dapat digambarkan pada struktur organisasi perusahaan, sehingga para pegawai dan karyawan akan mengetahui tugas, wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing.

Pada prinsipnya struktur organisasi PT. Banggua Raya tidak jauh berbeda dengan perusahaan jasa ekspedisi lainnya. Dalam struktur organisasi tergambar secara sistematis bagian-bagian yang terlibat dan dapat diketahui dengan jelas tentang

segala sesuatu yang berhubungan dengan pembagian tugas, tanggung jawab, batas-batas perlimpahan wewenang dan hubungan antara bagian dalam menjalankan tugasnya. Struktur organisasi PT. Banggua Raya adalah struktur organisasi berbentuk lini dan fungsional. Wewenang lini adalah memberikan perintah-perintah atau melaksanakan kegiatan-kegiatan secara langsung kepada bawannya, sedangkan hubungan fungsional menunjukkan bagian tugas yang dilakukan berdasarkan fungsi masing-masing karyawan. Dimana masing-masing karyawan diberi tugas dan tanggung jawab sesuai dengan jabatannya. Berikut struktur organisasi PT. Banggua Raya dapat dilihat pada gambar :



Gambar 6.

Struktur Organisasi PT. Banggua Raya

4.1.5. Uraian Tugas dan Wewenang Perusahaan

Berikut merupakan tugas, tanggung jawab dan wewenang dari setiap divisi maupun sub divisi :

1. Direktur PT. Banggua Raya, dalam menjalankan tugas dan fungsinya wajib memperhatikan, melaksanakan dan menerapkan prinsip-prinsip organisasi dan manajemen, koordinasi, kerjasama, memberikan pengarahan bagi pelaksana tugas bagi manajemennya.

2. Divisi Keuangan

Melaksanakan, mengatur dan mengawasi proses penerimaan dan pembayaran sesuai dengan sistem dan prosedur yang telah di tetapkan.

- ✓ Membuat laporan laba rugi, neraca dan laporan lainnya secara periodik .
- ✓ Menyimpan uang dan surat-surat berharga milik perusahaan dengan cara yang aman.

- ✓ Menetapkan dan mengawasi pelaksanaan anggaran perusahaan.

a) Sub Divisi Keuangan

- ✓ Membuat laporan realisasi perputaran uang dan analisisnya.
- ✓ Membuat laporan setiap bulan.
- ✓ Mengumpulkan dan melaporkan data tentang piutang yang sudah jatuh tempo dan piutang yang tidak lancar.
- ✓ Melakukan pencatatan terhadap semua transaksi keuangan perusahaan baik, internal maupun dengan pihak eksternal.

b) Sub Divisi Administrasi

- ✓ Menyelenggarakan administrasi untuk mendukung transaksi perusahaan dalam kegiatan sehari-hari.
- ✓ Mengatur, mengarahkan, serta mengawasi pelaksanaan kegiatan administrasi dan fungsi-fungsi pelayanan
- ✓ Menetapkan sistem dan prosedur operasional serta kebijakan yang berhubungan dengan fungsi keuangan, akuntansi dan personalia.
- ✓ Menghimpun informasi truk.

3. Divisi Operasi

- ✓ Menetapkan dan mengembangkan sistem dan prosedur operasional baik yang berhubungan dengan teknis ekspedisi dan pergudangan maupun administrasi operasi.
- ✓ Mengatur, mengarahkan serta mengawasi pelaksanaan kegiatan ekspedisi dan operasional lainnya sesuai dengan ketentuan atau prosedur yang telah ditetapkan perusahaan.
- ✓ Menentukan strategi tarif pengiriman barang.
- ✓ Mengupayakan pencapaian target pengiriman barang dan menghindari kesalahan teknis ekspedisi atau klaim.

a) Sub Divisi Ekspedisi

- ✓ Mengawasi dan mengurus pemuatan, transportasi serta pengiriman barang.
- ✓ Mengurus dan melengkapi dokumen-dokumen pelabuhan.
- ✓ Mengawasi dan mengatur bongkar muat barang di pelabuhan.
- ✓ Mengurus klaim dan dokumen-dokumennya.

b) Sub Divisi Gudang

- ✓ Mengatur dan memonitor kegiatan pergudangan sehari-hari, baik teknis maupun administrasi.
- ✓ Memelihara kekompakan kerja personil-personil gudang.
- ✓ Bertanggung jawab atas keluar masuk barang di gudang dan mengatur penempatan dengan sebaik-baiknya.

3. Divisi Personalia

- ✓ Menerima dan memberhentikan tenaga kerja sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan perusahaan.
- ✓ Melaksanakan hal-hal yang berhubungan dengan upah atau gaji dan jaminan sosial serta kesejahteraan karyawan.

4.2. Interpretasi Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Dengan menggunakan program SPSS 21, tehnik pengujian yang dilakukan peneliti untuk pengujian validitas. Uji validitas dilakukan kepada masing-masing variabel. Hasil output dari pengolahan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 6.

Uji Validitas Tingkat Kinerja

Itensitas	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	.520	0.413	VALID
2	.600	0.413	VALID
3	.605	0.413	VALID
4	.602	0.413	VALID
5	.591	0.413	VALID
6	.851	0.413	VALID
7	.777	0.413	VALID
8	.581	0.413	VALID
9	.600	0.413	VALID
10	.545	0.413	VALID
11	.628	0.413	VALID
12	.777	0.413	VALID
13	.565	0.413	VALID
14	.703	0.413	VALID
15	.555	0.413	VALID
16	.851	0.413	VALID
17	.619	0.413	VALID
18	.851	0.413	VALID
19	.619	0.413	VALID
20	.587	0.413	VALID

Sumber : Data hasil Olahan peneliti, 2016

Tabel 7.
Uji Validitas Tingkat Harapan

Itensitas	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	.857	0.413	VALID
2	.632	0.413	VALID
3	.857	0.413	VALID
4	.632	0.413	VALID
5	.857	0.413	VALID
6	.602	0.413	VALID
7	.762	0.413	VALID
8	.610	0.413	VALID
9	.562	0.413	VALID
10	.627	0.413	VALID
11	.857	0.413	VALID
12	.778	0.413	VALID
13	.600	0.413	VALID
14	.610	0.413	VALID
15	.553	0.413	VALID
16	.762	0.413	VALID
17	.778	0.413	VALID
18	.600	0.413	VALID
19	.806	0.413	VALID
20	.562	0.413	VALID

Sumber : Data hasil Olahan peneliti, 2016

Tabel diatas menunjukkan hasil uji validitas instrumen untuk setiap variabel. Dengan banyaknya sampel sebesar 23 dan sig. 0,05 dapat diketahui bahwa r tabel adalah sebesar 0,413. Hasil tabel diatas, terlihat bahwa semua pertanyaan memiliki r hitung > r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan tersebut valid.

4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas

Dengan menggunakan program SPSS 21, tehnik pengujian yang dilakukan peneliti untuk pengujian reabilitas adalah uji *Cronbach's Alpha*. Hasil output dari pengolahan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 8.

Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	20

Berdasarkan tabel diatas, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 20 dapat terlihat besarnya koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha) Instrumen Variabel tingkat kinerja adalah sebesar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan tersebut reliabel (dapat dipercaya).

Tabel 9.

Uji Reliabilitas Tingkat Harapan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	20

Berdasarkan tabel diatas, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 20 dapat terlihat besarnya koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha) Instrumen Variabel tingkat kinerja adalah sebesar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan tersebut reliabel (dapat dipercaya).

4.3. Karakteristik Responden

Karakteristikresponden yang diteliti mencakup 4 kriteria yaitu berdasarkan jenis perusahaan, lama usaha berdiri, jumlah cabang perusahaan, dan nilai pembelian.

Berikut hasil data karakteristik responden pada konsumen di PT. Banggua Raya sebanyak 23 responden.

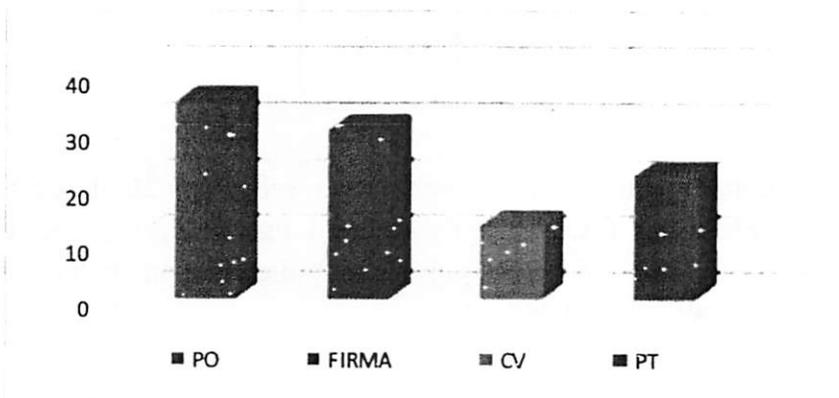
1. Jenis Perusahaan

Tabel 10.

Jenis Perusahaan Responden

No	Jenis Perusahaan	Jumlah Responden	Persentase
1	PO	8	35%
2	FIRMA	7	30%
3	CV	3	13%
4	PT	5	22%
	Jumlah	23	100%

Sumber : Data kuesioner diolah, 2016



Gambar 7.

Jenis Perusahaan Responden

Berdasarkan hasil observasi 23 organisasi responden konsumen PT. Banggaa Raya dengan persentasi jenis perusahaan PO sebesar 35% sebanyak 8 organisasi, jenis perusahaan FIRMA sebesar 30% sebanyak 7 organisasi, jenis perusahaan CV sebesar 22% sebanyak 5 organisasi dan jenis perusahaan PT sebesar 13% sebanyak 3 organisasi.

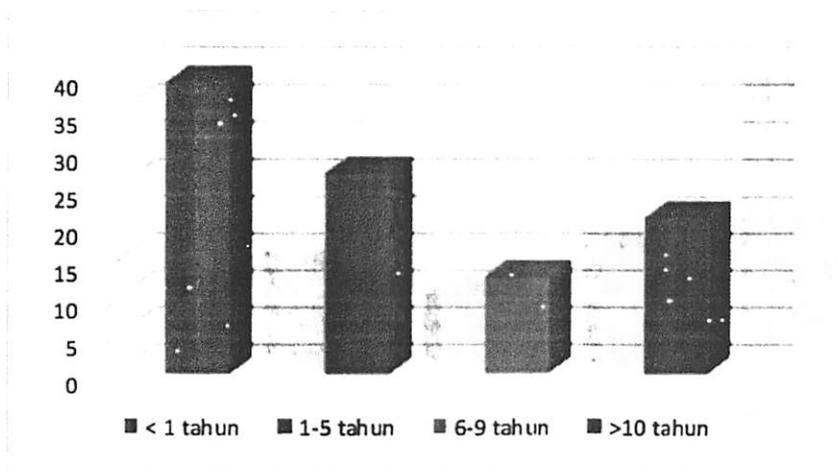
2. Lama Usaha Berdiri

Tabel 11.

Lama Usaha Berdiri Responden

No	Lama Usaha Berdiri	Jumlah Responden	Persentase
1	< 1 tahun	9	39%
2	1-5 tahun	6	27%
3	6-9 tahun	3	13%
4	>10 tahun	5	21%
	Jumlah	23	100%

Sumber : Data kuesioner diolah, 2016



Gambar 8.

Lama Usaha Berdiri Responden

Berdasarkan hasil observasi 23 organisasi responden konsumen PT. Banggua Raya dengan persentasi lama usaha berdiri <1 tahun sebesar 39% sebanyak 9 organisasi, lama usaha berdiri 1-5 tahun sebesar 27% sebanyak 6 organisasi, lama usaha berdiri 6-9 tahun sebesar 21% sebanyak 5 organisasi dan lama usaha berdiri >10 tahun sebesar 13% sebanyak 3 organisasi.

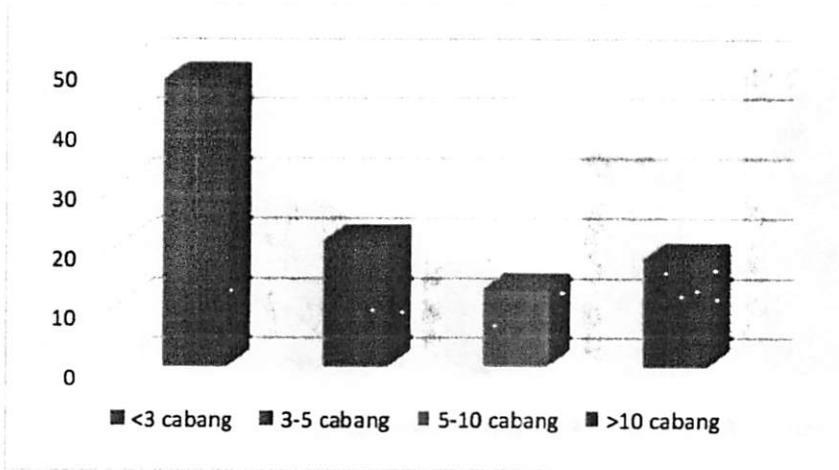
3. Jumlah Cabang Perusahaan

Tabel 12.

Jumlah Cabang Perusahaan Responden

No	Lama Usaha Berdiri	Jumlah Responden	Persentase
1	<3 cabang	11	48%
2	3-5 cabang	5	21%
3	5-10 cabang	3	13%
4	>10 cabang	4	18%
	Jumlah	23	100%

Sumber : Data kuesioner diolah, 2016



Gambar 9.

Jumlah Cabang Perusahaan Responden

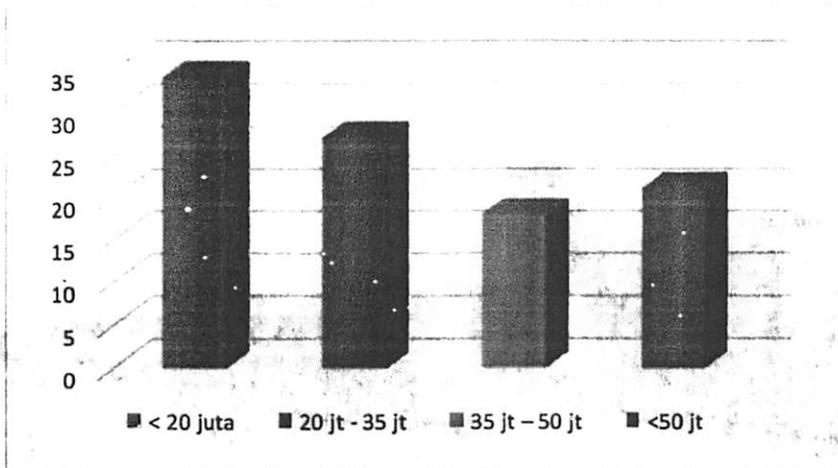
Berdasarkan hasil observasi 23 organisasi responden konsumen PT. Banggua Raya dengan persentasi jumlah cabang perusahaan <3 cabang sebesar 48% sebanyak 11 organisasi, jumlah cabang perusahaan 3-5 cabang sebesar 21% sebanyak 5 organisasi, jumlah cabang perusahaan 5-10 cabang sebesar 18% sebanyak 4 organisasi dan jumlah cabang perusahaan >10 cabang sebesar 13% sebanyak 3 organisasi.

4. Jumlah Penghasilan

Tabel 13.
Jumlah Penghasilan Responden

No	Jumlah Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase
1	<20 juta	8	34%
2	20 jt - 35 jt	6	27%
3	35 jt – 50 jt	4	18%
4	<50 jt	5	21%
	Jumlah	23	100%

Sumber : Data kuesioner diolah, 2016



Gambar 10.
Jumlah Penghasilan Responden

Berdasarkan hasil observasi 23 organisasi responden PT. Banggua Raya dengan persentasi jumlah penghasilan <20 juta sebesar 34% sebanyak 8 organisasi, jumlah penghasilan 20-35 juta sebesar 27% sebanyak 6 organisasi, jumlah penghasilan 35-50 juta sebesar 18% sebanyak 4 organisasi dan jumlah penghasilan <50 juta sebesar 21% sebanyak 5 organisasi.

4.4. Pembahasan

4.4.1. Penerapan Kualitas Pelayanan Yang Dilakukan Oleh PT. Banggua Raya

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Merupakan penampilan atau kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan disekitarnya merupakan bukti nyata dalam pelayanan yang diberikan.

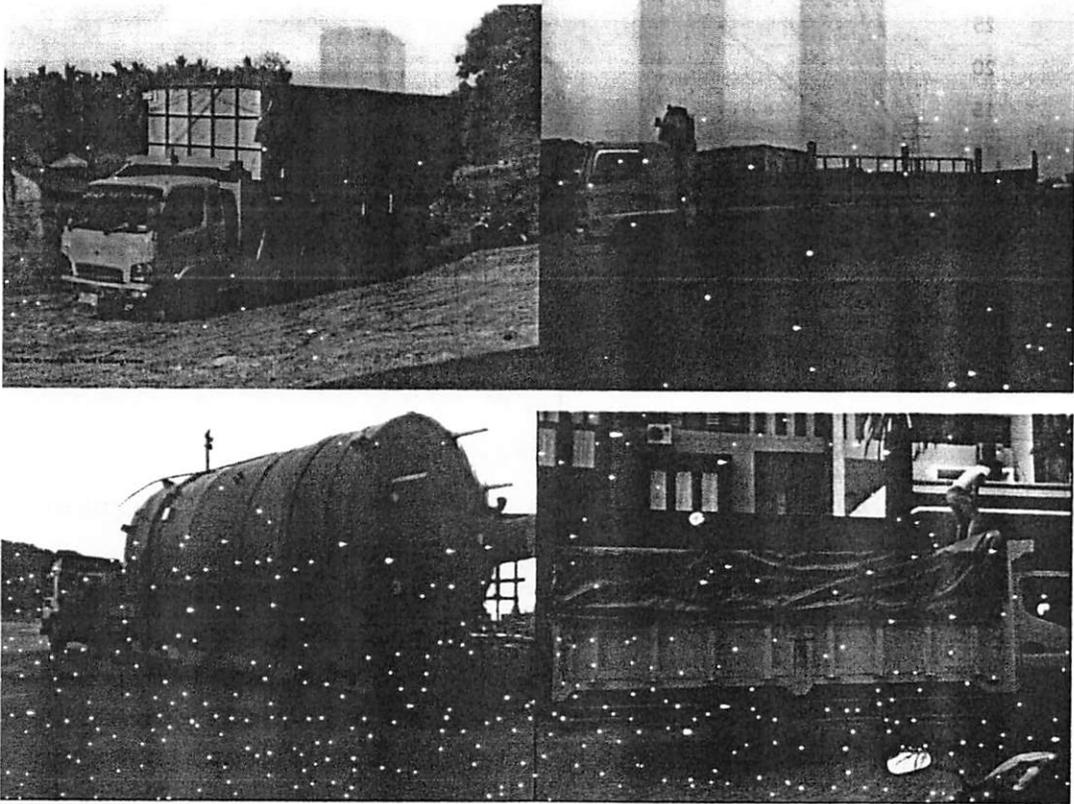
Tabel 14.

Tingkat kinerja pada indikator Keadaan fisik (kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	
		Angka	Persentase
Sangat sesuai	4	3	13%
Sesuai	3	16	70%
Kurang sesuai	2	4	17%
Tidak sesuai	1	0	0%
Total		23	100%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada keadaan fisik (kondisi armada atau mobil di PT. Banggua Raya) dalam keadaan baik dapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17% menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.



2. Keandalan (*Reability*)

Merupakan kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat. Misalnya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen, melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman, serta konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan.

Tabel 15.
Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	
		Angka	Persentase
Sangat sesuai	4	7	31%
Sesuai	3	12	52%
Kurang sesuai	2	4	17%
Tidak sesuai	1	0	0%
Total		23	100%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman dapat dilihat bahwa 31 responden menyatakan sangat sesuai, 52 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0% menyatakan tidak sesuai.

3. Daya Tanggap (*Responsive*)

Merupakan kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat. Seperti PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen.

Tabel 16.

Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	
		Angka	Persentase
Sangat sesuai	4	4	17%
Sesuai	3	17	74%
Kurang sesuai	2	2	9%
Tidak sesuai	1	0	0%
Total		23	100%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 74 responden menyatakan sesuai, 9 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

4. Jaminan (*Assurance*)

Merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan petugas untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Misalnya konsumen merasa aman dalam berinteraksi, kondisi barang yang dikirim oleh petugas PT. Banggua Raya tidak mengalami kecacatan.

Tabel 17.

Tingkat kinerja pada indikator Barang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilang

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	
		Angka	Persentase
Sangat sesuai	4	4	17%
Sesuai	3	15	46%
Kurang sesuai	2	4	17%
Tidak sesuai	1	0	0%
Total		23	100%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja padaBarang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilangdapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 46 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

5. Empati (*Empathy*)

Merupakan kesediaan untuk peduli, memberi perhatian penuh bagi konsumen. PT. Banggua Raya memberikan kepedulian maupun perhatian bagi konsumen, Misalnya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen.

Tabel 18.

Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	
		Angka	Persentase
Sangat sesuai	4	3	13%
Sesuai	3	16	70%
Kurang sesuai	2	4	17%
Tidak sesuai	1	0	0%
Total		23	100%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaandapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

4.4.2. Kepuasan Konsumen Pada PT. Banggua Raya

Kepuasan konsumen pada PT. Banggua Raya akan dinilai dengan membandingkan skor tingkat kinerja dan tingkat harapan berdasarkan indikator penentu dari kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

I. Bukti nyata (*tangible*)

1. Keadaan fisik (kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik

Tabel 19.

Tingkat kinerja pada indikator Keadaan fisik (kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	Skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	16	39
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	59

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada keadaan fisik (kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik dapat dilihat bahwa 3 responden menyatakan sangat sesuai, 16 responden menyatakan sesuai, 4 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 20.

Tingkat harapan pada indikator Keadaan fisik (kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	Skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	15	45
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	69

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada Keadaan fisik (kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik dapat dilihat bahwa 4 responden menyatakan sangat sesuai, 15 responden menyatakan sesuai, 4 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{59}{69} \times 100\% = 85,5\%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai kualitas pelayanan Keadaan fisik (kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

2. Peralatan (kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas dilokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap

Tabel 21.

Tingkat kinerja pada indikator Peralatan (kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas dilokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	17	51
Kurang sesuai	2	2	4
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	71

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada peralatan (kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas dilokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap dapat dilihat bahwa 4 responden menyatakan sangat sesuai, 17 responden menyatakan sesuai, 2 menyatakan kurang sesuai dan 0% menyatakan tidak sesuai.

Tabel 22.

Tingkat harapan pada indikator Peralatan (kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas dilokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	Skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	68

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada Peralatan (kelengkapan sarana dan prasarana di PT. Banggua Raya) sangat lengkap dapat dilihat bahwa 3 responden menyatakan sangat sesuai, 16 responden menyatakan sesuai, 4 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{71}{68} \times 100\% = 104,4 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai kualitas pelayanan Peralatan (kelengkapan sarana dan prasarana di PT. Banggua Raya) sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan sudah memenuhi kepuasan konsumen.

3. Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya

Tabel 23.

Tingkat kinerja pada indikator Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	Skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	3	6
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	70

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya dapat dilihat bahwa 4 responden menyatakan sangat sesuai, 16 responden menyatakan sesuai, 3 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 24.

Tingkat harapan pada indikator Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	15	45
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	69

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya dapat dilihat bahwa 4 responden menyatakan sangat sesuai, 15 responden menyatakan sesuai, 4 menyatakan kurang sesuai dan 0% menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{70}{69} \times 100\% = 101,4 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai kualitas pelayanan Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan sudah memenuhi kepuasan konsumen.

4. Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya

Tabel 25.

Tingkat kinerja pada indikator Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	Skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	2	8
Sesuai	3	18	54
Kurang sesuai	2	3	6
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	68

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya dapat dilihat bahwa 2 responden menyatakan sangat sesuai, 18 responden menyatakan sesuai, 3 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 26.

Tingkat harapan pada indikator Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	68

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya dapat dilihat bahwa 3 responden menyatakan sangat sesuai, 16 responden menyatakan sesuai, 4 menyatakan kurang sesuai dan 0% menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{68}{68} \times 100\% = 100\%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian sama dengan 100% mengenai kualitas pelayanan Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan sudah memenuhi kepuasan konsumen.

II. Kehandalan (Reliability)

1. PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman
Tabel 27.

Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	7	28
Sesuai	3	12	36
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	72

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman dapat dilihat bahwa 7 responden menyatakan sangat sesuai, 12 responden menyatakan sesuai, 4 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 28.

Tingkat harapan pada indikator PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	15	45
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	69

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{72}{69} \times 100\% = 104,3 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai kualitas pelayanan PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan sudah memenuhi kepuasan konsumen.

2. PT. Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan

Tabel 29.

Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	15	45
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	69

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT. Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 30.

Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	2	8
Sesuai	3	18	54
Kurang sesuai	2	3	6
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	68

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada PT. Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan dapat dilihat bahwa 9 responden menyatakan sangat sesuai, 78 responden menyatakan sesuai, 13 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{69}{68} \times 100\% = 101,4 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai kualitas pelayanan PT Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan sudah memenuhi kepuasan konsumen.

3. PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen

Tabel 31.

Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	68

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen dapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 32.

Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	3	6
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	70

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 13 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{68}{70} \times 100\% = 97,1 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai kualitas pelayanan PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

4. PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan

Tabel 33.

Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	Skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	6	24
Sesuai	3	12	36
Kurang sesuai	2	5	10
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	70

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan dapat dilihat bahwa 26 responden menyatakan sangat sesuai, 53 responden menyatakan sesuai, 21 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 34.

Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	17	51
Kurang sesuai	2	2	4
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	71

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 74 responden menyatakan sesuai, 9 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{70}{71} \times 100\% = 98,5 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai kualitas pelayanan PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahanbelum dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

III. Daya Tanggap (Responsiveness)

1. PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen

Tabel 35.

Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	17	51
Kurang sesuai	2	2	4
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	71

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 74 responden menyatakan sesuai, 9 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 36.

Tingkat harapan pada indikator PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	15	46
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	69

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{71}{69} \times 100\% = 102,8 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai kualitas pelayanan PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan sudah memenuhi kepuasan konsumen.

2. PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat

Tabel 37.

Tingkat kinerja pada indikator PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	6	24
Sesuai	3	14	42
Kurang sesuai	2	3	6
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	72

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat.dapat dilihat bahwa 26 responden menyatakan sangat sesuai, 61 responden menyatakan sesuai, 13 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 38.

Tingkat harapan pada indikator PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	3	6
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	70

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat pada keluhan konsumen dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 13 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{72}{70} \times 100\% = 102,8 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai kualitas pelayanan PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat pada keluhan konsumen sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan sudah memenuhi kepuasan konsumen.

3. PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen

Tabel 39.

Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	17	51
Kurang sesuai	2	3	6
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	69

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen dapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 74 responden menyatakan sesuai, 13 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 40.

Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	15	46
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	69

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen pada keluhan konsumen dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 46 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{69}{69} \times 100\% = 100\%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian sama dengan 100% mengenai kualitas pelayanan PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen pada keluhan konsumen sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan sudah memenuhi kepuasan konsumen.

4. PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen

Tabel 41.

Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	68

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen dapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 42.

Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	68

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen pada keluhan konsumen dapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{68}{68} \times 100\% = 100\%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian sama dengan 100% mengenai kualitas pelayanan PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen pada keluhan konsumen sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan sudah memenuhi kepuasan konsumen.

IV Jaminan (Assurance)

1. Barang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilang

Tabel 43.

Tingkat kinerja pada indikator Barang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilang

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	15	46
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	69

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja padaBarang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilang dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 46 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 44.

Tingkat harapan pada indikator Barang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilang

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	7	28
Sesuai	3	12	39
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	75

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada Barang yang dikirim oleh Banggua Raya tidak hilangdapat dilihat bahwa 30 responden menyatakan sangat sesuai, 52 responden menyatakan sesuai, 18 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{69}{75} \times 100\% = 92\%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai Barang yang dikirim oleh Banggua Raya tidak hilang belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

2. Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan

Tabel 45.

Tingkat kinerja pada indikator Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	18	48
Kurang sesuai	2	2	4
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	64

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan dapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 78 responden menyatakan sesuai, 9 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 46.

Tingkat harapan pada indikator Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	17	51
Kurang sesuai	2	2	4
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	71

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 74 responden menyatakan sesuai, 9 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{64}{71} \times 100\% = 90\%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 90% mengenai Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

3. Konsumen merasa aman dalam berinteraksi

Tabel 47.

Tingkat kinerja pada indikator Konsumen merasa aman dalam berinteraksi

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	15	45
Kurang sesuai	2	5	6
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	63

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada Konsumen merasa aman dalam berinteraksi dapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 65 responden menyatakan sesuai, 22 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 48.

Tingkat harapan pada indikator Konsumen merasa aman dalam berinteraksi

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	6	24
Sesuai	3	14	42
Kurang sesuai	2	3	6
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	72

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada konsumen merasa aman dalam berinteraksi dapat dilihat bahwa 26 responden menyatakan sangat sesuai, 61 responden menyatakan sesuai, 13 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{63}{72} \times 100\% = 87,5 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai kualitas pelayanan Konsumen merasa aman dalam berinteraksibelum dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggaa Raya dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

5. Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu)

Tabel 49.

Tingkat kinerja pada indikator Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu)

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	15	45
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	69

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu) dapat dilihat bahwa 18 responden menyatakan sangat sesuai, 65 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 50.

Tingkat harapan pada indikator Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu)

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	3	6
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	70

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan pada Konsumen merasa aman dalam berinteraksidapat dilihat bahwa 18 responden menyatakan sangat sesuai, 69 responden menyatakan sesuai, 13 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{69}{70} \times 100\% = 98,5 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai kualitas pelayanan Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu) belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

V. Empati (Emphaty)

1. PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan

Tabel 51.

Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	68

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaandapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 52.

Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	4	16
Sesuai	3	15	45
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	69

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan dapat dilihat bahwa 17 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{68}{69} \times 100\% = 98,5 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai kualitas pelayanan PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

2. Karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen

Tabel 53.

Tingkat kinerja pada indikator Karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	68

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen dapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 54.

Tingkat harapan pada indikator Karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	7	28
Sesuai	3	12	36
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	72

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen dapat dilihat bahwa 30 responden menyatakan sangat sesuai, 53 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{68}{72} \times 100\% = 94,4 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai kualitas pelayanan harapan Karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

3. PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen

Tabel 55.

Tingkat kinerja pada indikator PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	68

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen dapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 56.

Tingkat harapan pada indikator PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	8	32
Sesuai	3	13	39
Kurang sesuai	2	2	4
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	75

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen dapat dilihat bahwa 35 responden

menyatakan sangat sesuai, 56 responden menyatakan sesuai, 9 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{\sum x_i}{\sum y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{68}{75} \times 100\% = 90,6 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai kualitas pelayanan PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

4: Karyawan di PT. Banggua Raya ramah

Tabel 57.

Tingkat kinerja pada indikator Karyawan di PT. Banggua Raya ramah

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	15	45
Kurang sesuai	2	5	6
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	63

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat kinerja pada karyawan di PT. Banggua Raya ramah dapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 65 responden menyatakan sesuai, 22 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tabel 58.

Tingkat harapan pada indikator Karyawan di PT. Banggua Raya ramah

Penilaian	Bobot	Jumlah Responden	skor
		Angka	
Sangat sesuai	4	3	12
Sesuai	3	16	48
Kurang sesuai	2	4	8
Tidak sesuai	1	0	0
Total		23	68

Sumber: Data kuesioner diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas mengenai tingkat harapan karyawan di PT. Banggua Raya ramah dapat dilihat bahwa 13 responden menyatakan sangat sesuai, 70 responden menyatakan sesuai, 17 menyatakan kurang sesuai dan 0 menyatakan tidak sesuai.

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

$$Tki = \frac{63}{68} \times 100\% = 92,6 \%$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai kualitas pelayanan Karyawan di PT. Banggua Raya ramah belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak PT. Banggua Raya dan belum memenuhi kepuasan konsumen.

Tabel 59.

Hasil Tingkat Kepuasan Konsumen Secara Keseluruhan Terhadap Tingkat Kinerja Dan Tingkat Harapan Atas Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan Pada PT. Banggua Raya

No	DAFTAR PERNYATAAN	Penilaian Kinerja (X)	Penilaian Harapan (Y)	Tx	Tingkat Kesesuaian
Bukti Fisik (Tangible)					
1.	Keadaan fisik (Kondisi armada atau mobil di PT. Banggua Raya) dalam keadaan baik	59	69	85,5%	Belum Puas
2.	Peralatan (Kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas di lokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap	71	68	104,4 %	Puas
3.	Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya	70	69	101,4 %	Puas
4.	Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya	68	68	100 %	Puas
Kehandalan (Realibility)					
5.	PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman	72	69	104,3 %	Puas
6.	PT Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan	69	68	101,4 %	Puas
7.	PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen	68	70	97,1 %	Belum Puas
8.	PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan	70	71	98,5 %	Belum Puas
Daya Tanggap (Responsiveness)					

9.	PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen	71	69	102,8 %	Puas
10.	PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat	72	70	102,8 %	Puas
11.	PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen	69	69	100 %	Puas
12.	PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen	68	68	100 %	Puas
Jaminan (Assurance)					
13.	Barang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilang	69	75	92 %	Belum Puas
14.	Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan	64	71	90 %	Belum Puas
15.	Konsumen merasa aman dalam berinteraksi	63	72	87,5 %	Belum Puas
16.	Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu)	69	70	98,5 %	Belum Puas
Empati (Emphaty)					
17.	PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan	68	69	98,5 %	Belum Puas
18.	Karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen	68	72	94,4 %	Belum Puas
19.	PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen	68	75	90,6 %	Belum Puas
20.	Karyawan di PT. Banggua Raya ramah	63	68	92,6 %	Belum Puas
Total		1359	1400		

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2016

Dari tabel diatas, ada sembilan indikator yang sudah memuaskan konsumen, diantaranya yaitu : (2) Peralatan (Kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas di lokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap, (3) Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya, (4) Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya, (5) PT. Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman, (6) PT. Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan, (9) PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen, (10) PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat, (11)

PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen, (12) PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen.

Adapun indikator yang belum memuaskan konsumen diantaranya adalah : (1) Keadaan fisik (Kondisi armada atau mobil di PT. Banggua Raya) dalam keadaan baik, (7) PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen, (8) PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan, (13) Barang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilang, (14) Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan, (15) Konsumen merasa aman dalam berinteraksi, (16) Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu), (17) PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan, (18) Karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen, (19) PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen, dan (20) Karyawan di PT. Banggua Raya ramah.

Secara keseluruhan, tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan konsumen pada PT. Banggua Raya sebagai berikut:

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\% \quad Tki = \frac{1359}{1400} \times 100\% = 97.07\%$$

Jadi, dapat disimpulkan bahwa masih ada indikator yang belum memuaskan konsumen, dan secara keseluruhan kinerja pada PT. Banggua Raya belum dapat memenuhi harapan konsumen atau dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang di berikan PT. Banggua Raya belum memuaskan konsumen, hal ini dikarenakan tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan konsumen sebesar 97.07% atau kurang dari 100%.

4.4.3. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT. Banggua Raya Untuk Rencana Perusahaan Terutama Pada Kepuasan Konsumen Kedepanya.

Pada bagian ini dibahas mengenai pemetaan dari nilai kinerja (x) dan harapan (y), dari hasil tersebut maka akan terbentuk matriks yang terdiri dari empat buah kuadran yang masing-masing kuadran menggambarkan skala prioritas dalam mengambil kebijakan baik berupa peningkatan kinerja atau mempertahankan kinerja perusahaan.

Berikut adalah data sebaran kinerja dan harapan konsumen :

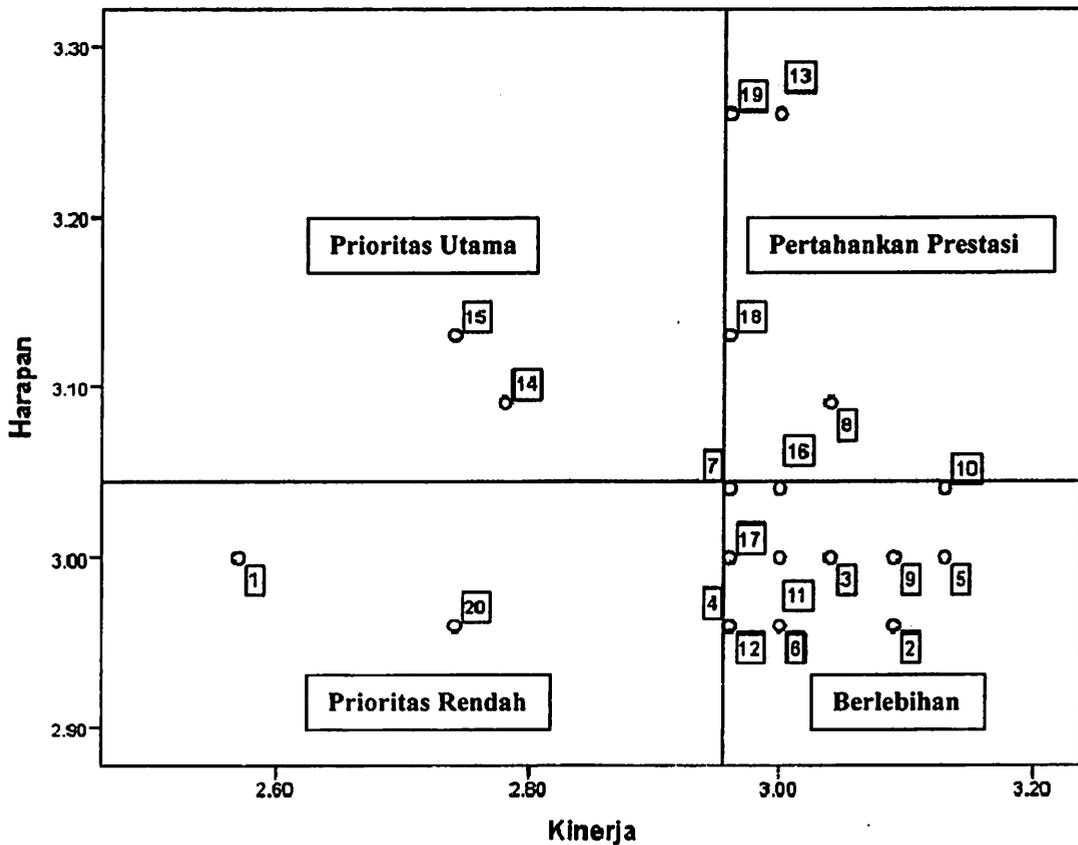
Tabel 60.

Perhitungan Rata-rata dari Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan Pada Indikator-indikator Kualitas Pelayanan Pada PT. Banggua Raya

No	DAFTAR PERNYATAAN	Penilaian Kinerja (X)	Penilaian Harapan (Y)	\bar{X}	\bar{Y}
Bukti Fisik (Tangible)					
1.	Keadaan fisik (Kondisi armada atau mobil di PT. Banggua Raya) dalam keadaan baik	59	69	2.57	3
2.	Peralatan (Kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas di lokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap	71	68	3.09	2.96
3.	Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya	70	69	3.04	3
4.	Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya	68	68	2.96	2.96
Kehandalan (Realibility)					
5.	PT Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman	72	69	3.13	3
6.	PT Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan	69	68	3	2.96
7.	PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen	68	70	2.96	3.04
8.	PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan	70	71	3.04	3.09
Daya Tanggap (Responsiveness)					
9.	PT Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen	71	69	3.09	3
10.	PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat	72	70	3.13	3.04
11.	PT. Banggua Raya selalu menunjukan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen	69	69	3	3
12.	PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari	68	68	2.96	2.96

	konsumen				
Jaminan (Assurance)					
13.	Barang yang dikirim oleh PT. Banggua Raya tidak hilang	69	75	3	3.26
14.	Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan	64	71	2.78	3.09
15.	Konsumen merasa aman dalam berinteraksi	63	72	2.74	3.13
16.	Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu)	69	70	3	3.04
Empati (Emphaty)					
17.	PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan	68	69	2.96	3
18.	Karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen	68	72	2.96	3.13
19.	PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen	68	75	2.96	3.26
20.	Karyawan di PT. Banggua Raya ramah	63	68	2.74	2.96
Total		1359	1400	59.09	60.27
Nilai Rata-Rata Indeks				2.96	3.04

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2016



Gambar 11.

Diagram Kartesius Pengukuran Kepuasan Konsumen

Dari gambar tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

A. Kuadran Prioritas Utama

Kuadran prioritas utama menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen namun tidak terlaksanakan dengan baik oleh PT. Banggua Raya. Indikator-indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

(14) Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan

(15) Konsumen merasa aman dalam berinteraksi

Dengan demikian item-item tersebut menjadi skala prioritas utama PT. Banggua Raya untuk diperbaiki.

B. Kuadran Pertahankan Prestasi

Kuadran pertahankan prestasi menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sudah dilaksanakan dengan baik oleh PT. Banggua Raya dan wajib dipertahankan. Indikator-indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

(8) PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan

(13) Barang yang dikirim oleh Banggua Raya tidak hilang

(18) Karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen

(19) PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen

Dengan demikian item-item tersebut perlu dipertahankan kinerjanya oleh PT. Banggua Raya.

C. Kuadran Prioritas Rendah

Kuadran Prioritas Rendah menunjukkan faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat harapan atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen, sehingga pelaksanaannya tidak diprioritaskan oleh PT. Banggua Raya. Indikator- indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

(1) Keadaan fisik (Kondisi armada atau mobil di PT. Banggua Raya) dalam keadaan baik

(20) Karyawan di PT. Banggua Raya ramah

Dengan demikian item-item diatas dapat diabaikan/mempunyai skala prioritas pembenahan bagi PT. Banggua Raya.

D. Kuadran Berlebihan

Kuadran menunjukkan faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak diharapkan oleh konsumen namun dilaksanakan dengan berlebihan oleh PT. Banggua Raya dan sangat memuaskan. Indikator- indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

(2) Peralatan (Kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas di lokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap

(4) Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya

(5) PT. Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman

(6) PT. Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan

(7) PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen

(9) PT. Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen

(10) PT Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat

- (11) PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen
- (12) PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen
- (13) Barang yang dikirim oleh Banggua Raya tidak hilang
- (16) Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu)
- (17) PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan

Dengan demikian item-item tersebut berlebihan dilaksanakan oleh PT. Banggua Raya, untuk itu lebih baik pihak PT. Banggua Raya mengalokasikan sumber dayanya untuk prioritas utama terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil diagram kartesius, untuk rencana perusahaan terutama pada kepuasan konsumen kedepannya PT. Banggua Raya harus lebih mengutamakan pelaksanaan pada indikator Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan dan Konsumen merasa aman dalam berinteraksi, karena dianggap tidak dilaksanakan dengan baik oleh PT. Banggua Raya. Dengan demikian, item-item tersebut menjadi skala prioritas utama PT. Banggua Raya untuk diperbaiki. Sedangkan indikator yang dianggap kurang penting namun dilaksanakan dengan berlebihan oleh PT. Banggua Raya yaitu Peralatan (Kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas di lokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap, Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya, PT. Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman, PT. Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan, PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen, PT. Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen, PT. Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat, PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen, PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen, Barang yang dikirim oleh Banggua Raya tidak hilang, Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu), PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan, untuk itu lebih baik pihak PT. Banggua Raya mengalokasikan sumber dayanya untuk prioritas utama terlebih dahulu agar rencana perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dapat tercapai.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada PT. Banggua Raya, dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Kualitas Pelayanan Yang Dilakukan Oleh PT. Banggua Raya

Dalam penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Banggua Raya dapat diketahui melalui indikator kualitas pelayanan yang meliputi: Bukti fisik (Tangible), Keandalan (Reability), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empaty (Emphaty). Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 23 responden, secara keseluruhan penilaian responden dari PT. Banggua Raya mengatakan kualitas pelayanan yang di berikan sudah sesuai, hal ini dilihat dari jawaban responden terhadap kinerja PT. Banggua Raya sudah melebihi 70%.

2. Kepuasan Konsumen Pada PT. Bangua Raya

Secara keseluruhan dari hasil rata-rata skor penilaian tingkat kinerja dan tingkat harapan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 97.07%, sehingga belum dapat memenuhi harapan konsumen atau dapat di katakan bahwa kualitas pelayanan yang di berikan PT. Banggua Raya belum memuaskan konsumen, hal ini dikarenakan tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan konsumen sebesar 97.07% atau kurang dari 100%.

3. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT. Banggua Raya Untuk Rencana Perusahaan Terutama Pada Kepuasan Konsumen Kedepanya.

Berdasarkan dari hasil gambar diagram kartesius sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

- A. PT. Bangua Raya perlu meningkatkan kualitas pelayanannya agar memenuhi kepuasan konsumen, indikator tersebut adalah (14) Kondisi barang yang dikirim tidak ada kecacatan dan (15) Konsumen merasa aman dalam berinteraksi.
- B. Karena sudah memenuhi kepuasan konsumen, maka PT. Bangua Raya perlu mempertahankan kualitas pelayanannya pada indikator (8) PT. Banggua Raya selalu mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan, (13) Barang yang dikirim oleh Banggua Raya tidak hilang, (18) Karyawan PT. Banggua Raya selalu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen, (19) PT. Banggua Raya mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen.

- C. Pada indikator (1) Keadaan fisik (Kondisi armada atau mobil di PT. Banggua Raya) dalam keadaan baik dan (20) Karyawan di PT. Banggua Raya ramah, merupakan indikator yang pelaksanaannya tidak diprioritaskan oleh PT. Banggua Raya dan hendaknya PT. Banggua Raya tetap mempertahankan kualitasnya meskipun konsumen kurang begitu membutuhkan.
- D. Indikator-indikator yang perlu dikurangi kualitas pelayanan di PT. Banggua Raya karena dianggap berlebihan oleh konsumen adalah (2) Peralatan (Kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas di lokasi PT. Banggua Raya) sangat lengkap, (4) Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya, (5) PT. Banggua Raya melaksanakan pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman, (6) PT. Banggua Raya konsisten dalam lamanya waktu pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan, (7) PT. Banggua Raya memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen, (9) PT. Banggua Raya Sigap 24 jam dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen, (10) PT. Banggua Raya memberikan pelayanan yang cepat, (11) PT. Banggua Raya selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap konsumen, (12) PT. Banggua Raya selalu dapat menyelesaikan keluhan dari konsumen, (13) Barang yang dikirim oleh Banggua Raya tidak hilang, (16) Barang yang dikirim sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (tepat waktu), (17) PT. Banggua Raya memberikan perhatian penuh untuk konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan pengamatan selama penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai bahan pertimbangan terhadap kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh PT. Banggua Raya sebagai berikut :

Dalam kaitannya dengan lima dimensi kualitas pelayanan :

1. PT. Banggua Raya perlu meningkatkan : Bukti Nyata yang menjadi salah satu faktor penting yang berkaitan terhadap kepuasan konsumen, bukti nyata yang diberikan oleh PT. Banggua Raya sudah cukup baik, hanya perlu ditingkatkan dan dipertahankan kelengkapan sarana dan prasarana serta fasilitas yang ada lainnya atas kualitas jasa yang di berikan.
2. Keandalan yang menjadi salah satu faktor penting yang berkaitan terhadap kepuasan konsumen, keandalan yang diberikan oleh PT. Banggua Raya yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan adalah kemampuan untuk jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat, mengupayakan pelayanan yang bebas dari kesalahan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka konsumen akan merasa senang dan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan.
3. Daya Tanggap yang menjadi salah satu faktor penting yang berkaitan terhadap kepuasan konsumen, daya tanggap yang diberikan oleh PT. Banggua Raya yang

perlu ditingkatkan dan dipertahankan adalah kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat dan kesigapan dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen. Karena kecepatan yang diminta oleh konsumen akan membuat konsumen senang terhadap pelayanan yang diberikan.

4. Jaminan yang menjadi salah satu faktor penting yang berkaitan terhadap kepuasan konsumen, jaminan yang diberikan oleh PT. Banggua Raya yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan adalah menimbulkan kepercayaan dan keyakinan dari para konsumen, seperti barang yang dikirim tidak mengalami kecacatan, seperti kondisi barang yang dikirim tidak sesuai dengan pelayanan yang diberikan akan berakibat pada kepuasan konsumen.
5. Empati yang menjadi salah satu faktor penting yang berkaitan terhadap kepuasan konsumen, empati yang diberikan oleh PT. Banggua Raya yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan adalah memberikan perhatian pribadi bagi konsumen seperti karyawan yang siap untuk mendengar atau memberikan perhatian terhadap apa yang dibutuhkan konsumen. Karena karyawan harus mengerti apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Jika kualitas pelayanan ini ditingkatkan maka akan memberikan kesan bagi konsumen sehingga menjadikan pengalaman yang tidak akan terlupakan bagi konsumen. Karena semakin baik kualitas pelayanan dimata konsumen dan semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen maka akan semakin baik pula bagi citra perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 2005. *“Problems and Strategies*
- Ahmad, Subagio. 2011. *Marketing In Business*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2008. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- Beerli. A. & Martin. J. D. 2004. *Factors Influencing Destination Image*. *Annals Of Tourism Research* 313, 657-681.
- Buchari Alma,. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 5. Bandung: CV Alfabeta.
- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta Bandung.
- Djaslim Saiadin, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Bandung; Linda Karya
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2005), *Manajemen Kualitas Jasa*, Yogyakarta. ANDI
- Fandy Tjiptono, 2006, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, PenerbitAndi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2010. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- Griffin, J. 2007. *Customer loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih bahasa: Dr Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga in Services Marketing”. *Jurnal of Marketing* Vol. 49.
- Husein Umar.2008. *Metode penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada
- Husein Umar, 2008. *Metode Riset Bisnis*, PT Gramedia Pusaka Utama, Jakarta
- Indriyo Gitosudarmo. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Yogyakarta : BPF - YOGYAKARTA.
- Julita. 2010. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. Dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Univ Muhammadiyah Sumut, Vol 01*. Kontrol. Jakarta : PT. Prehallindo
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi*.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat
- Martin, B. 2004. *Quality Customer Service: Cara Memikat Hati Pelanggan*. PPM, Jakarta
- Rangkuti, Freddy (2004). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,
- Saladin, Djaslim, 2006, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat, Bandung: Linda Karya
- Stanton, William J. 2006. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Sadu Sundaru. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga
- Widiana, Erma Muslichah. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati
- Wisnalmawati. 2012. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 3 Jilid 10 2012, h.153-165
- Yazid. 2012. *Pemasaran Jasa. Konsep dan Implementasi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisia.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

No. Kuisisioner :

Kuisisioner ini merupakan instrumen penelitian mengenai "Analisis

Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan

Konsumen Pada PT. BANGGUA RAYA

Oleh : Angga Febri Lubis (021112124)

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

Universitas Pakuan



Peneliti mengharapkan kesediaan saudara/i untuk ikut berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner ini agar hasil penelitian ini dapat memiliki kredibilitas yang tinggi. Peneliti sangat berterima kasih atas kesediaan dan partisipasi saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini. Atas perhatian dan kerjasamanya, peneliti ucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

Nama perusahaan :

Berilah tanda (x) pada salah satu pilihan dibawah ini sesuai dengan keadaan anda :

1. Jenis perusahaan :
 - a. PO
 - b. FIRMA
 - c. CV
 - d. PT
2. Lama Usaha Berdiri :
 - a. < 1 tahun
 - b. 1 - 5 tahun
 - c. 2 - 3 tahun
 - d. > 3 tahun
3. Jumlah Cabang Perusahaan :
 - a. < 3 cabang
 - b. 3 - 5 cabang
 - c. 6 - 10 cabang
 - d. > 10

12. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih sangat banyak kekurangan baik dari isi, penulisan dan bahasanya. Untuk itu penulis menerima kritik, serta saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang. Penulis sangat berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca khususnya bagi penulis.

Bogor, November 2016

Angga Febri Lubis

4. Rata – rata pemesanan barang pada PT Bangua Raya (nilai pembelian) per bulannya dapat menghasilkan :
- a. < Rp.10.000.000
50.000.000
- b. Rp. 10.000.000 – Rp. 35.000.000
- c. Rp. 35.000.000 – Rp.
50.000.000
- d. Lebih dari Rp.50.000.000

Bagian B

Petunjuk : Berdasarkan pengalaman anda saat ini, berilah tanda silang (x) pada kolom yang telah disediakan, Sesuai dengan harapan anda dan kenyataan :

Keterangan :

Tingkat Kinerja

SS : Sangat Sesuai

S : Sesuai

KS : Kurang Sesuai

TS : Tidak Sesuai

Tingkat Harapan

SP : Sangat Puas

P : Puas

KP : Kurang Puas

TP : Tidak Puas

NO	DAFTAR PERNYATAAN	TINGKAT KINERJA				TINGKAT HARAPAN			
		SS	S	KS	TS	SP	P	KP	TP
Bukti Fisik (Tangible)		SS	S	KS	TS	SP	P	KP	TP
1.	Keadaan fisik (Kondisi armada atau mobil di PT.Banggua Raya) dalam keadaan baik.								
2.	Peralatan (Kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas di lokasi PT.Banggua Raya) sangat lengkap.								
3.	Tersedianya ruang tunggu di PT. Banggua Raya								
4.	Bersihnya ruang tunggu di PT. Banggua Raya								
Kehandalan (Realibility)		SS	S	KS	TS	SP	P	KP	TP

PT. BANGGUA RAYA

Land Transportation - Contractor - General Supplier

Jl. Raya Pondok Kopi Ujung - Rawadas No. 54 Jakarta Timur 13460

Telp. (021) 86611365, Fax. (021) 86611364

SURAT KETERANGAN

Yang terhormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini, Management PT. Banggua Raya dengan ini menerangkan

sebagai berikut :

Nama : Angga Febri Lubis

Nomor : 021112124

Jabatan : Manajemen

Sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor, telah melakukan penelitian

terhadap PT. Banggua Raya terkait penelitian dengan judul :

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT. BANGGUA RAYA**

Sehubungan dengan surat keterangan ini kami berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PT. BANGGUA RAYA



(D. Batubara)

