

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRIMA PERDANA DIGITAL PRINTING**

**MAISAROF A**

**Mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin  
Fakultas Ekonomi**

*Maisarofa, 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Prima Perdana Digital Printing. Pembimbing I : Ibu Muthia Harnida, S.E., M.Si., dan Pembimbing II : Bapak Dr .H.Basuki, M.Si*

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan jasa printing terhadap kepuasan konsumen pada Prima Perdana Digital Printing di Pelaihari. Penelitian ini menggunakan lima variabel independen yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian dengan satu variabel dependent yaitu kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna jasa atau para konsumen Prima Perdana Digital Printing Pelaihari. Sampel yang diambil sebanyak 95 responden dengan menggunakan sampel non peluang (nonprobability sampling) yang artinya setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel sedangkan Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience sampel atau biasa disebut dengan accidental sampling yang artinya teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data. Metode analisis data yang digunakan yaitu berupa uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji T dan Uji F serta koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Berdasarkan analisis data, hasil menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinearitas. pada uji hipotesis variabel tangible, reliability, responsiveness, Assurance dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Prima Perdana**

*Maisarofa, 2020, The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Prima Perdana Digital Printing. Supervisor I: Ibu Muthia Harnida, S.E., M.Si., and supervisor II : Bapak Dr. H.Basuki, M.Si*

*This study aims to analyze the effect of printing service quality on customer satisfaction at Prima Perdana Digital Printing in Pelaihari. This study uses five independent variables namely tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy with one dependent variable, namely customer satisfaction. The population in this study are service users or consumers of Prima Perdana Digital Printing Pelaihari. Samples taken as many as 95 respondents using non-probability sampling (nonprobability sampling), which means that each member of the population does not have the same opportunity or opportunity as the sample while the sampling technique used is convenience sample or commonly referred to as*

*accidental sampling which means the technique of determining the sample is based on Coincidentally meeting with researchers can be used as a sample, if it is seen that people who happen to be met are suitable as data sources. Data analysis methods used in the form of validity and reliability, classic assumption test, multiple linear regression analysis, T test and F test and the coefficient of determination (R<sup>2</sup>). Based on data analysis, the results show that the indicators in this study are valid and reliable. In the classical assumption test that the data is normally distributed, there is no heteroscedasticity and multicollinearity. In the hypothesis test tangible variables, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a significant effect on customer satisfaction.*

***Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction, Prima Perdana***

## PENDAHULUAN

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah para konsumen pada prima perdana digital printing pelaihari dimana peneliti ingin mengetahui tentang kualitas pelayanan yang dilakukan oleh prima perdana digital printing terhadap kepuasan konsumen karena saat ini dunia bisnis semakin sangat tajam dan persaingan yang semakin ketat.

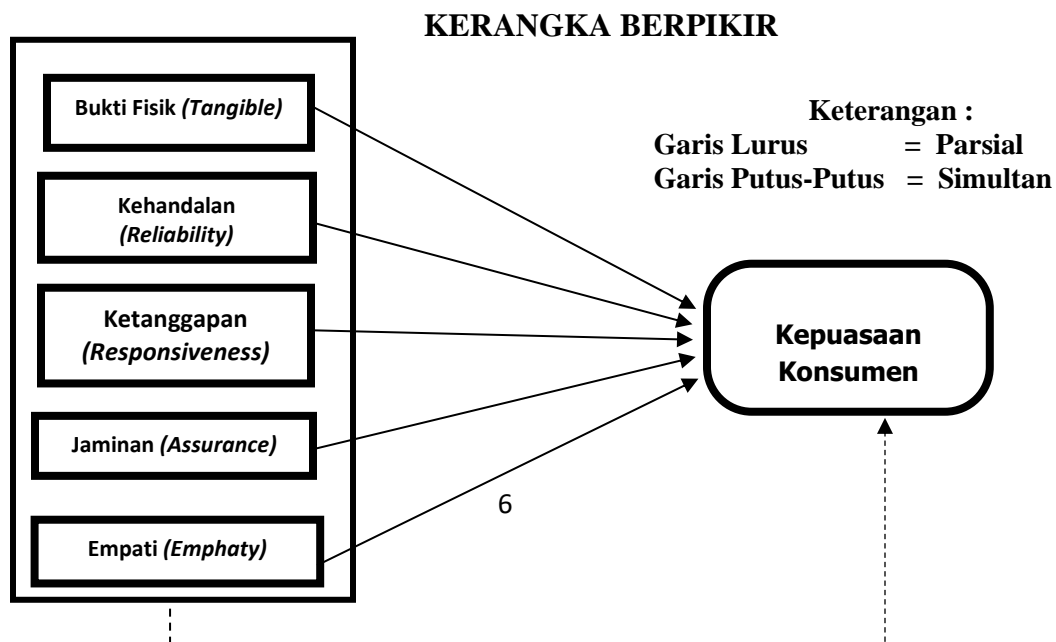
Salah satu yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Secara umum, pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik dan dianggap bertele-tele sehingga masalah tersebut yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainnya agar dapat merubah citra buruk menjadi lebih baik.

Berdasarkan uraian tersebut diatas maka penulis merasa tertarik untuk membahas dan menuangkannya dalam karya tulis ilmiah dengan judul Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Prima Perdana Digital Prnting.

### Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah Bukti Langsung (*Tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
- 2) Apakah Keandalan (*Reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- 3) Apakah Daya Tangkap (*Responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
- 4) Apakah Jaminan (*Assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
- 5) Apakah Empati (*Emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasankonsumen ?
- 6) Apakah Bukti Langsung (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tangkap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen ?



## METODE PENELITIAN

### 1. Desain Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan data kuantitatif. Artinya adalah data yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Tujuan menggunakan pendekatan kuantitatif adalah agar peneliti dapat menggambarkan bukti empiris pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen di perusahaan jasa Prima Perdana Digital printing Pelaihari.

### 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui perusahaan jasa Digital Printing Prima Perdana Pelaihari yang beralamat Jalan Balirejo No.19 RT.18 RW.05 Kelurahan Angsau (Arah Simpang Bajuin).

## PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen Prima Perdana Digital Printing Pelaihari. Maka dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket kepada responden pengguna layanan jasa printing dan mengumpulkan kembali. Penelitian ini dilakukan dengan pengujian analisis data dengan menggunakan SPSS versi 24.

### 1) Pengaruh Tangible Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Printing Prima Perdana Digital Printing Pelaihari

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *tangible* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen layanan jasa printing Prima Perdana. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji T untuk variabel *Tangible* dengan nilai T hitung sebesar 2,398 dengan nilai signifikan sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05 ( $0,019 < 0,05$ ), dan koefisien regresi sebesar 0,203. Dengan

demikian, uji Hipotesis H1 yang menyatakan bahwa bukti fisik (*Tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima dan mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syaifuddin Rachmat Taufiqi (2010) mengenai kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan pembuktian bahwa bukti fisik (*Tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

*Tangible* atau bukti fisik merupakan fasilitas dan pelayanan fisik yang disediakan oleh perusahaan untuk para pelanggannya. Bukti fisik yang diberikan kepada konsumen seperti tampilan dan interior bangunan prima perdana digital printing, peralatan yang digunakan serta kebersihan dan kerapian para karyawan sehingga dapat menghasilkan suatu bentuk timbal balik yang baik bagi Prima Perdana Digital Printing maupun pelanggannya. Karena suatu pelayanan tidak dapat dilihat, diraba dan dicium, akan tetapi dapat dirasakan sehingga aspek sarana fisik menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan.

## 2) Pengaruh Reliability Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Printing Prima Perdana Digital Printing Pelaihari

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *reliability* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen layanan jasa printing Prima Perdana. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji T untuk variabel *Reliability* dengan nilai T hitung sebesar 2,253 dengan nilai signifikan sebesar 0,027 lebih kecil dari 0,05 ( $0,027 < 0,05$ ), dan koefisien regresi sebesar 0,187 yang artinya uji Hipotesis H2 yang menyatakan bahwa kehandalan (*Reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima dan peneliti mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rani Wijaya Nuswantari (2013 dan Syaifuddin Rachmat Taufiqi (2010) mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menyatakan bahwa kehandalan (*Reliability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen .

*Reliability* atau kehandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya serta terletak pada karyawannya, dimana dalam pemberian pelayanan dapat dilihat dari kehandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, kehandalan dalam terampil menguasai bidang kerjanya dan begitu pula sebaliknya. Kehandalan yang diberikan kepada konsumen merupakan bentuk layanan kepada konsumen seperti pegawai dapat menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan dan ketetapan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan.

### 3) Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Printing Prima Perdana Digital Printing Pelaihari

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen layanan jasa printing Prima Perdana. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji T untuk variabel *Responsiveness* dengan nilai T hitung sebesar 2,100 dengan nilai signifikan sebesar 0,039 lebih kecil dari 0,05 ( $0,039 < 0,05$ ), dan koefisien regresi sebesar 0,216. dengan demikian peneliti mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bayu Prakos dan Nurhadi (2017) mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menyatakan bahwa *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh positif maka dengan ini uji Hipotesis H3 menyatakan bahwa *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima .

*Responsiveness* atau daya tanggap merupakan respon atau kesigapan para karyawan dalam membantu pelanggannya dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Perusahaan harus memiliki daya tanggap yang tinggi terhadap pelanggan sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang dapat menguntungkan perusahaan itu sendiri, bisa saja pelanggan akan menggunakan atau memakai jasanya kembali atau bahkan pelanggan baru akan bertambah karena mendapatkan rekomendasi dari pelanggan yang pernah menggunakan jasa tersebut sebelumnya.

### 4) Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Printing Prima Perdana Digital Printing Pelaihari

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Assurance* (jaminan) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen layanan jasa printing Prima Perdana. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji T untuk variabel *Assurance* dengan nilai T hitung sebesar 2,2172 dengan nilai signifikan sebesar 0,033 lebih kecil dari 0,05 ( $0,033 < 0,05$ ), dan koefisien regresi sebesar 0,202 yang artinya uji Hipotesis H4 yang menyatakan bahwa *Assurance* (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima. Dan mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rani Wijaya Nuswantari (2013) mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menyatakan bahwa *Assurance* (jaminan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Jaminan merupakan sebuah resiko yang harus diambil oleh sebuah perusahaan untuk menghindari resiko yang lebih besar yang mungkin akan terjadi dimasa mendatang dimana perusahaab memberikan jaminan kepada pelanggannya agar pelanggan percaya dengan perusahaan tersebut semakin baik

persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi dan begitupun sebaliknya.

#### **5) Pengaruh Empathy Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Printing Prima Perdana Digital Printing Pelaihari**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Empathy* (Kepedulian) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen layanan jasa printing Prima Perdana. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji T untuk variabel *Empathy* dengan nilai T hitung sebesar 2,005 dengan nilai signifikan sebesar 0,048 lebih kecil dari 0,05 ( $0,048 < 0,05$ ), dan koefisien regresi sebesar 0,194 yang artinya kepedulian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan mendukung hasil penelitian terdahulu mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dilakukan oleh Bayu Prakos dan Nurhadi (2017), Rani Wijaya Nuswantari (2013), dan Syaifuddin Rachmat Taufiqi (2010) yang menyatakan bahwa *Empathy* (Kepedulian) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, uji Hipotesis H5 diterima.

Dalam setiap pelayanan yang dilakukan sangat diperlukan adanya kehadiran empati atau kepedulian terhadap segala hal didalamnya. Komunikasi yang terjalin antara pelanggan dengan perusahaan sangat penting, dengan adanya komunikasi yang baik maka sebuah perusahaan akan dengan cepat tahu keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Terciptanya komunikasi yang baik para pelanggan akan memberikan perasaan puas terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan. Namun pelanggan juga harus mengerti dan memahami dengan berbagai kondisi yang ada dalam perusahaan dengan tidak memaksakan kehendak yang berlebihan sehingga tercipta hubungan yang saling mengerti antar perusahaan dan pelanggan.

Kepedulian kepada konsumen merupakan bentuk layanan kepada konsumen seperti mengutamakan kepentingan konsumen, mendengarkan keluhan dan keinginan serta dapat berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen.

#### **6) Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* secara simultan terhadap kepuasan konsumen.**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui uji F yang menyatakan bahwa nilai F hitung = 44,702 dengan tingkat probability ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan nilai F tabel sebesar 2,32. Karena nilai F hitung 44,702 lebih besar dari nilai F tabel 2,32 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu variabel Kepuasan Konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha Dharmesta dan T. Hani Handoko. (2000). Manajemen pemasaran, Perilaku Konsumen. BPFE, Yogyakarta
- Ghazi, Imam. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2006
- Kotler, Philip. (2002). Manajemen pemasaran di Indonesia : Analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian. Salemba empat, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Indeks, Jakarta.
- Nazir. Metode Penelitian. Bogor : Ghalia Indonesia. 2011.
- Nuswantari, Rani Wijaya. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Snappy Digital Printing. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
- Prakoso, Bayu & Nurhadi. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Memakai Jasa Percetakan Embong Anyar di Gresik. Prodi ilmu Adm. bisnis Fisip-UPNV Jawa Timur. Jurnal Bisnis Indonesia Volume 8 Nomor 1 April 2017.
- Rambat Lupiyodi, A. Hamdani. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat, 2008.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. Perilaku Konsumen. Yogyakarta : Andi Offset. 2013.
- Siregar, Syofian. Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Jakarta : Kencana, 2013.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : ALFABETA. 2016
- Sunyoto, Danang. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : CAPS. 2012.
- Taufiqi, Syaifuddin Rachmat (2010) Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Jasa Pada Perusahaan Digital Printing Smart To Print Di Surakarta. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.