

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA WEDDING
ORGANIZER RIAS PENGANTIN NAHDYA DI KOTA
PEKANBARU**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Strata 1 (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Riau*



Oleh:

HARTSA MUSTAMLI AZIZ

145210389

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2020

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA WEDDING ORGANIZER RIAS PENGANTIN NAHDYA DI KOTA PEKANBARU

Oleh :

Hartsa Mustamli Aziz

145210389

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, dan perhatian terhadap kepuasan pelanggan pada jasa wedding organizer rias pengantin nahdya di Kota Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan wedding organizer rias pengantin nahdya di Kota Pekanbaru mulai bulan Januari sampai bulan Desember Tahun 2018. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 72 responden. Teknik yang digunakan adalah *Random sampling*, melalui survei dengan menyebarkan kuesioner. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Model penelitian yang digunakan peneliti adalah analisis statistik persamaan regresi linear berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji simultan, uji parsial, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial bukti fisik, tanggapan, jaminan, dan perhatian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Saran bagi pengusaha wedding organizer Rias Pengantin Nahdya dan Wedding Organizer lainnya di Kota Pekanbaru hendaknya lebih mempelajari dan memahami tentang kepuasan pelanggan yang dimana berkaitan dengan kualitas pelayanan (Bukti fisik, Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, dan Perhatian).

Kata kunci : *bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, perhatian, dan kepuasan pelanggan.*

ABSTRACT**THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER
SATISFACTION IN WEDDING ORGANIZER SERVICES RIAS
PENGANTIN NAHDYA IN PEKANBARU CITY****By :****Hartsa Mustamli Aziz****145210389**

This study aims to prove and analyze the quality of service consisting of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy to customer satisfaction in wedding organizer services rias pengantin nahdya in Pekanbaru City. The population in this study is all customers wedding organizer rias pengantin nahdya in Pekanbaru City from January month to December 2018 years. The sample in this study amounted to 72 respondents. The technique used is random sampling, through surveys by distributing questionnaires. The method used is a descriptive qualitative analysis method. The research model used by researchers is a statistical analysis of multiple linear regression equations, hypothesis testing using simultaneous tests, partial tests, and coefficient of determination. The results of simultaneous service quality have a significant effect on customer satisfaction. Partially tangible, responsiveness, assurance, and empathy affect customer satisfaction, while reliability does not affect customer satisfaction. Advice for entrepreneurs wedding organizer Rias Pengantin Nahdya and the other Wedding Organizer in Pekanbaru City, should learn more and understand about customer satisfaction which is related to service quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy).

Keywords : *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and customer satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim,

Dengan mengucapkan syukur, penulis memanjatkan puji ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Di Kota Pekanbaru**”. Adapun skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mendapat gelar sarjana pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi pembahasan dan penyusunannya. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan bermanfaat bagi peningkatan kemampuan penulis diwaktu yang akan datang.

Penulis juga menyadari skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dorongan, serta kebersamaan yang telah diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini, karena itu penulis ucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Untuk orang tua tersayang, **Ulya Yunus Muluk** (mama) dan **Mustamli Aziz** (papa) yang selalu memberikan doa, kasih sayang, saran, pengorbanan waktu, tenaga, material dan pikiran, selalu membimbing serta memberi arahan dan nasehat kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini.

2. Yang terhormat Bapak **Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., M.C.L** selaku Rektor Universitas Islam Riau.
3. Yang terhormat Bapak **Drs. H. Abrar M.Si, AK, CA** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
4. Yang terhormat Bapak **Dr. Firdaus AR, SE, M.Si, AK, CA** selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
5. Yang terhormat Bapak **Abd. Razak Jer, SE., M.Si** selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
6. Yang terhormat Ibu **Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC** selaku Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberikan pengarahan kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
7. Yang terhormat Ibu **Yul Efnita, SE., MM** selaku Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberikan pengarahan kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
8. Yang terhormat Bapak **Drs. Asril, MM** selaku Penasehat Akademik penulis, terimakasih atas saran dan masukan selama proses perkuliahan.
9. Yang terhormat seluruh **Ibu/Bapak Dosen** Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang telah membimbing serta memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
10. Seluruh **Staf Perpustakaan dan Staf Karyawan** Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

11. Untuk seluruh **Pemilik dan Bendahara/kasir Toko Furniture** yang berkenan membantu penulis dalam pengisian kuesioner untuk penyelesaian skripsi ini.
12. Untuk yang tersayang **Kartika Rahayu Sinta Agustin, SE**, terimakasih atas doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis, untuk kasih sayang, pengorbanan waktu, untuk semangatnya, untuk kesabaran dalam pengarahan membimbing penulis, dan yang selalu ada saat penulis membutuhkan bantuan kapan pun itu selama menyelesaikan skripsi ini.
13. Untuk adek **Nahdya Mustamli Aziz, SE**, terimakasih untuk semangat dan bantuannya selama penyelesaian skripsi.
14. Teman-teman semasa perkuliahan **Aji Kurniawan, SE, Audy Pratama Putra, SE**, terima kasih untuk semangat, dukungan, saran dan arahan dalam informasi seputar skripsi, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya ini.

Akhirulkalimat, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Dan harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti pribadi dan juga para pembacanya. Amin.

Pekanbaru,

Penulis

HARTSA MUSTAMLI AZIZ

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian	9
1.3.2. Manfaat Penelitian	9
1.4. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	11
2.1. Jasa	11
2.1.1. Pengertian Jasa	11
2.1.2. Karakteristik Jasa	11
2.2. Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	12
2.2.2. Manfaat Kepuasan Pelanggan	13
2.2.3. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan	15
2.2.4. Mengukur Kepuasan Pelanggan	16
2.3. Kualitas Pelayanan	17

2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	17
2.3.2. Strategi Kualitas Pelayanan.....	18
2.3.3. Kesenjangan Kualitas Pelayanan.....	20
2.3.4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	21
2.3.5. Pengaruh Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan	26
2.3.6. Pengaruh Keandalan (<i>Reliability</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.3.7. Pengaruh Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.3.8. Pengaruh Jaminan (<i>Assurance</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.3.9. Pengaruh Perhatian (<i>Empathy</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.4. Penelitian Terdahulu.....	30
2.5. Kerangka Pemikiran	31
2.6. Hipotesis.....	31
BAB III : METODE PENELITIAN	32
3.1. Lokasi Penelitian	32
3.2. Operasional Variabel.....	32
3.3. Populasi dan Sampel	34
3.4. Jenis dan Sumber Data	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data	35

3.6. Teknik Analisis Data	36
BAB IV : GAMBARAN UMUM RIAS PENGANTIN NAHDYA DAN PERKEMBANGAN WEDDING ORGANIZER.....	41
4.1. Gambaran Umum Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya.....	41
4.2. Perkembangan Wedding Organizer.....	42
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
5.1. Identitas Responden	44
5.1.1. Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	44
5.1.2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	45
5.1.3. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
5.2. Hasil Tanggapan Responden	46
5.2.1. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>).....	46
5.2.2. Keandalan (<i>Reliability</i>).....	54
5.2.3. Tanggapan (<i>Responsiveness</i>)	59
5.2.4. Jaminan (<i>Assurance</i>).....	65
5.2.5. Perhatian (<i>Empathy</i>).....	73
5.2.6. Kepuasan Pelanggan	77
5.3. Rekapitulasi Data	87
5.3.1. Rekapitulasi Data Untuk Variabel Kualitas Pelayanan Jasa (X).....	87
5.3.2. Rekapitulasi Data Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	89

5.4. Uji Kualitas Data	91
1. Uji Validitas	91
2. Uji Realibilitas	92
5.5. Statistik Deskriptif.....	93
5.6. Analisis Kuantitatif.....	94
1. Analisis Regresi Linear Berganda	94
5.7. Pengujian Hipotesi	96
1. Uji Parsial (Uji t).....	96
2. Uji Simultan (Uji f).....	97
5.8. Koefisien Determinasi (R^2)	98
5.9. Pembahasan Hasil Penelitian.....	99
BAB VI : PENUTUP	102
6.1. Kesimpulan.....	102
6.2. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Harga Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Di Kota Pekanbaru	4
Tabel 1.2	Jumlah Pelanggan Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Periode Januari – Desember 2018.....	7
Tabel 2.1	Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	Operasional Variabel	32
Tabel 5.1	Identifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	44
Tabel 5.2	Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 5.3	Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 5.4	Tanggapan Responden Mengenai Lokasi Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Strategis Dan Mudah Dijangkau	47
Tabel 5.5	Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman....	49
Tabel 5.6	Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Memiliki Pegawai Yang Selalu Bersih	50
Tabel 5.7	Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Memiliki Peralatan Dan Perlengkapan Yang Lengkap Dan Bagus.....	52

Tabel 5.8	Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Melakukan Prosedur Pelayanan Dengan Akurat Dan Cepat	54
Tabel 5.9	Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Melakukan Pelayanan Sesuai Dengan Janji Yang Telah Ditetapkan	56
Tabel 5.10	Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Menjalankan Permintaan Dari Pelanggan Tepat Waktu	58
Tabel 5.11	Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Tanggap Dalam Melayani Permintaan Dari Pelanggan	60
Tabel 5.12	Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Sigap Dalam Waktu Untuk Membantu Permasalahan Yang Ada Dari Pelanggan	62
Tabel 5.13	Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Memberikan Informasi Yang Pasti Kepada Pelanggan Kapan Waktu Layanan Akan Direalisasikan	64

Tabel 5.14	Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Memiliki Kompeten Dalam Menjawab Pertanyaan/Keluhan Dari Pelanggan	66
Tabel 5.15	Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Menyelesaikan Pekerjaan Dengan Tepat Waktu.....	68
Tabel 5.16	Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Dapat Dipercaya Oleh Pelanggan	70
Tabel 5.17	Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Bersedia Tanggung Jawab Jika Layanan Tidak Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan	72
Tabel 5.18	Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Selalu Memperhatikan Apabila Ada Keluhan Dari Pelanggan	74
Tabel 5.19	Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Selalu Memberikan Perhatian Lebih Kepada Pelanggan.....	76
Tabel 5.20	Tanggapan Responden Mengenai Keyakinan Pelanggan Kepada Pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Dalam Menyelesaikan Tugasnya.....	78

Tabel 5.21	Tanggapan Responden Mengenai Jasa Yang Diberikan Pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Sesuai Dengan Harapan Pelanggan	79
Tabel 5.22	Tanggapan Responden Mengenai Jasa Yang Diberikan Pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Sesuai Dengan Kebutuhan Pelanggan	81
Tabel 5.23	Tanggapan Responden Mengenai Jasa Yang Diberikan Pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Memuaskan Keinginan Dari Pelanggan	82
Tabel 5.24	Tanggapan Responden Mengenai Jasa Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Lebih Baik Dibandingkan Dengan WO Lain	84
Tabel 5.25	Tanggapan Responden Mengenai Keinginan Dari Pelanggan Untuk Merekomendasikan Rias Pengantin Nahdya Kepada Orang Lain.....	85
Tabel 5.26	Rekapitulasi Mengenai Kualitas Pelayanan Jasa Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya.....	87
Tabel 5.27	Kriteria Penilaian Variabel Kualitas Pelayanan Jasa.....	89

Tabel 5.28	Rekapitulasi Mengenai Kepuasan Pelanggan Jasa Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya.....	89
Tabel 5.29	Kriteria Penilaian Variabel Kepuasan Pelanggan Jasa.....	90
Tabel 5.30	Hasil Uji Validitas Jasa	92
Tabel 5.31	Hasil Uji Realibilitas	93
Tabel 5.32	Descriptive Statistics	93
Tabel 5.33	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	94
Tabel 5.34	Hasil Uji Parsial (Uji T)	96
Tabel 5.35	Hasil Uji Simultan (Uji F)	98
Tabel 5.36	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 31



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini telah memperlihatkan kearah yang mengembirakan. Terbukti dengan semakin banyaknya bentuk badan usaha yang bergerak dalam bidang barang atau jasa mulai dari yang berskala kecil hingga besar. Dalam persaingan dunia usaha di era modern seperti ini, banyak perusahaan yang berusaha merebut market share atau new market melalui berbagai cara inovasi yang ditampilkan perusahaan dari produk atau jasa yang mereka miliki.

Dewasa ini kualitas jasa dan kepuasan pelanggan merupakan faktor yang paling penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Kepuasan pelanggan semakin menjadi perhatian bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pelayanannya, sehingga kepuasan pelanggan di tempatkan sebagai tujuan utama perusahaan.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang tinggi, perusahaan harus menawarkan pelayanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Dengan semakin tinggi kualitas pelayanan atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas.

Ada beberapa faktor yang menjadi alasan suatu perusahaan agar bisa mendapatkan tempat tersendiri didalam hati masyarakat, misalkan bagaimana sebuah perusahaan menentukan harga yang kompetitif. Kemudian membentuk citra merek (*brand image*), promosi yang efektif dan efisien, serta memberikan

kualitas pelayanan yang sangat baik dan memuaskan dari segi layanan yang ramah, selalu ada jika dibutuhkan, memberikan solusi yang terbaik, kerja professional kepada setiap konsumen (Wardani, 2011:02).

Salah satu usaha yang bergerak dibidang jasa adalah Event Organizer, dimana merupakan jasa penyelenggaraan sebuah acara atau kegiatan yang terdiri dari serangkaian mekanisme yang sistematis dan memerlukan ketekunan, kesungguhan, serta kekompakan kerja tim.

Pada pesta pernikahan Event Organizer dibutuhkan untuk membantu calon pengantin dalam mengatur jalannya acara pernikahan atau lebih dikenal dengan Wedding Organizer.

Sejalan dengan perkembangan pola hidup serta kebutuhan masyarakat terhadap jasa wedding organizer, menciptakan persaingan yang semakin ketat dan sempitnya ruang gerak pemasaran bagi perusahaan sejenis. Dengan semakin banyaknya jasa wedding organizer yang muncul menyebabkan pelanggan mempunyai banyak alternatif serta semakin selektif dalam menentukan pilihan.

Oleh karena itu pemasaran tidak saja dituntut dalam menjual produk atau jasa, melainkan juga harus mengetahui bagaimana menyajikan alternatif terbaik ke pasar yang menjadi sasaran dibanding dengan persaingan. Berawal dengan kondisi tersebut, pengelola jasa wedding organizer pada umumnya harus dapat mengetahui informasi sebanyak mungkin atau untuk selalu memperbaiki pengenalan terhadap pelanggan, mengidentifikasi kembali kebutuhan mereka, baik untuk masa sekarang dan untuk memperkirakan di masa yang akan datang.

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus dapat meningkatkan *nilai pelanggan*. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui nilai pelanggan dari pelanggannya. Semakin baik penilaiannya maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Tingginya kepuasan pelanggan juga tidak lepas dari dukungan internal perusahaan terutama dukungan dari sumber daya manusianya.

Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2000:50).

Studi menemukan persepsi kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang nantinya akan berdampak pada profitabilitas perusahaan (Boulding et al. 1993). Menurut (Beatty et al. 1996) perasaan positif terhadap tenaga penjual sering kali membawa dampak positif terhadap perusahaan.

Adapun hasil penelitian yang mencoba mengungkap mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ini cukup bervariasi. Menurut Tjiptono (2008:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Begitu pula hasil penelitian terdahulu oleh Saidani (2012), Aryani dan Febrina (2010), Ishaq (2012), Kuo dan Tang (2011), Sia dan Hartono (2013) yang

menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Namun terdapat perbedaan dari Bloemer Et. Al (1998) dalam Hayati (2012) dimana penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu usaha yang bergerak dibidang jasa seperti jasa perayaan adalah Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya, yang dimana bergerak di bidang jasa dengan usaha berupa dekorasi untuk acara pernikahan, aqiqah, tunangan, sunatan, dan acara lainnya. Wedding Organizer ini menyediakan tenda, pentas (pelaminan), pakaian pengantin, tata rias, catering, dan orgen, yang dapat ditawarkan kepada pelanggan. Dalam mendirikan usaha ini, Rias Pengantin Nahdya berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan, berupa kenyamanan, memberikan segala fasilitas yang terbaik, serta kemudahan selama menggunakan jasa Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya sehingga segala kebutuhan konsumen terpenuhi dan akhirnya timbul rasa puas.

Tabel 1.1
Harga Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya
Di Kota Pekanbaru

No.	Keterangan		Harga
1.	Satu Paket “ Tenda Balon ”		Rp. 35.000.000,-
	- Tenda ukuran 6 x 6	4 set	
	- Tenda ukuran 4 x 6	1 set	
	- Pentas Pelaminan	1 set	
	- Pentas Orgen	1 set	
	- Pelaminan (Nasional)	1 set	

	(Adat Minang) (Adat Melayu) (Adat Jawa) (Adat Batak) - Flower Garden - Meja Bulat - Meja Hidangan - Meja Kado - Pondok Buah - Kerucut - Kursi Tamu - Blower - Hiasan Kamar Pengantin - Hiasan Dalam Rumah Pengantin - Gaun Pengantin - Makeup / Tata rias	1 set 4 set 2 set 2 set 4 set 1 set 250 kursi 4 blower 1 set 1 set 3 pasang 2 orang	
2.	Satu Paket “ Tenda Semi Balon ”		Rp. 17.000.000,-
	- Tenda ukuran 4 x 6 - Pentas Pelaminan - Pentas Orgen - Pelaminan (Nasional) (Adat Minang) (Adat Melayu) (Adat Jawa) (Adat Batak) - Mini Garden - Meja Bulat - Meja Hidangan - Meja Kado	4 set 1 set 1 set 1 set 1 set 1 set 1 set 3 set 2 set 2 set	

	<ul style="list-style-type: none"> - Pondok Buah - Lembayung / Kerucut - Kursi Tamu - Blower - Hiasan Kamar Pengantin - Hiasan Dalam Rumah Pengantin - Gaun Pengantin - Makeup / Tata rias 	<ul style="list-style-type: none"> 2 set 1 set 200 kursi 2 blower 1 set 1 set 3 Pasang 2 orang 	
3.	Satu Paket “ Di Dalam Gedung ”		
	A. Tema Nasional		Rp. 20.000.000,-
	B. Tema Adat Minang		Rp. 18.000.000,-
	C. Tema Adat Melayu		Rp. 18.000.000,-
	D. Tema Adat Jawa		Rp. 18.000.000,-
	E. Tema Adat Batak		Rp. 18.000.000,-
	<ul style="list-style-type: none"> - Hiasan Pelaminan - Flower Garden - Lembayung / Kerucut - Gaun Pengantin - MC - Makeup / Tata rias 	<ul style="list-style-type: none"> full set 1 set 1 set 3 pasang 1 / 2 orang 2 orang 	

Sumber: Jasa Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya

KETERANGAN :

“ Pilihan dari Pelanggan ”

1. Tema Adat Yang Di Gunakan
2. Musik
3. Gaun Pengantin
4. Catering

Adapun pelanggan yang menggunakan jasa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya, yaitu :

Tabel 1.2
Jumlah Pelanggan Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya
Periode Januari – Desember 2018

Bulan	Jumlah Tempat (Pelanggan)
Januari	6
Februari	7
Maret	11
April	6
Mei	0
Juni	2
Juli	11
Agustus	7
September	20
Oktober	9
November	5
Desember	12
Jumlah	96

Sumber: Jasa Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya, 2018

Dari table diatas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang menggunakan jasa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya pada tahun 2018 sejumlah 96 tempat (pelanggan). Dimana pelanggan terbanyak yang menggunakan jasa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya adalah bulan September sebanyak 20 tempat (pelanggan), dan jumlah pelanggan yang paling sedikit adalah dibulan Mei yaitu 0 dikarena bulan puasa.

Sebagai jasa wedding organizer yang professional seharusnya menerapkan konsep pemasaran, yang dimana memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Karena akan sulit bagi jasa wedding organizer dapat bertahan jika gagal memuaskan pelanggannya. Sebagai lembaga jasa pelayanan, yang dimiliki banyak pesaing adalah pelayanan yang diberikan, apakah sudah sesuai harapan pelanggan atau belum.

Oleh karena itu pihak wedding organizer dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan menyediakan fasilitas agar kepuasan pelanggan meningkat. Pihak wedding organizer perlu secara cermat menentukan kebutuhan pelanggan sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dilakukan penelitian mengenai **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA WEDDING ORGANIZER RIAS PENGANTIN NAHDYA DI KOTA PEKANBARU”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya di Kota Pekanbaru?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan: Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti diharapkan dapat menambah wawasan tentang pentingnya ilmu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bagi Pemilik Usaha diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan khususnya dalam hal mempertahankan pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan.
3. Bagi Peneliti lain sebagai bahan referensi dalam penelitian sejenis.

1.4. Sistematika Penulisan

Agar dapat memberikan gambaran yang jelas tentang penulisan penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan mengenai materi-materi yang akan di bahas di setiap bab, diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang menyajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang menjadi acuan pemahaman teoritis dalam penelitian ini, review penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran teoritis serta pengembangan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yaitu lokasi penelitian, populasi dan sampel, operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini mengemukakan gambaran umum tentang sejarah singkat usaha Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya, dan bagaimana perkembangan Wedding Organizer saat ini.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan, menganalisis dan mengevaluasi hasil penelitian tersebut.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menutup dengan membuat kesimpulan dan memberikan saran-saran yang dirasakan perlu sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1. Jasa

2.1.1. Pengertian Jasa

Jasa menjadi bagian utama didalam pemasaran. Terkadang jasa 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.

Fandy Tjiptono (2005:6) Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak, dan jasa memiliki nilai bagi si pembeli karena dapat memenuhi suatu kebutuhan tertentu.

2.1.2. Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dalam Tony Wijaya (2006:16) sebagai berikut:

1. Tidak berwujud (*intangible*), artinya para konsumen tidak dapat melihat, merasa, meraba, mendengar, maupun mencium sebelum membeli.
2. Tidak dapat dipisahkan (*insperability*), dimana biasanya barang diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi secara bersamaan. Sedangkan jasa pada umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

3. Berubah-ubah (*variability*), jasa yang bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis bergantung kepada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
4. Kurangnya daya tahan (*perishability*), dimana jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Bila permintaan bersifat konstan kondisi ini tidak menjadi masalah, akan tetapi kenyataannya permintaan konsumen pada jasa sangat bervariasi dan dipengaruhi oleh faktor musiman.
5. *Lack of ownership*, perbedaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka bisa mengkonsumsi, menyimpan atau menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa, pelanggan mungkin hanya memiliki akses personal atas suatu jasa untuk jangka waktu yang terbatas.

2.2. Kepuasan Pelanggan

2.2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil,

maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk pesaing.

Menurut Zeithaml et al. dalam Widjoyo (2009:104) :

Kepuasan pelanggan adalah “*Customers evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met the customers needs and expectations*” dimana kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan atas produk atau jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:243) Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari kinerja produk atau jasa.

Menurut Philip Kotler (2005:70) dalam Tony Wijaya (2011): Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil yang diharapkan).

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan akan dapat terpenuhi atau terlampaui melalui suatu transaksi yang dapat mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan terhadap produk atau jasa tersebut.

2.2.2. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Wood (2009:11) Kepuasan pelanggan memberi beberapa manfaat bagi perusahaan, sebagai berikut :

1. Pelanggan yang puas akan menimbulkan komitmen yang kuat untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang bernilai dalam jangka panjang.
2. Pelanggan yang puas akan menimbulkan perasaan pelanggan untuk mempercayai merek atau perusahaan karena kinerja barang/jasa yang dibeli sesuai harapannya. Sebaliknya pelanggan tidak mempercayai merek atau perusahaan karena kinerja barang/jasa tidak sesuai dengan harapannya.
3. Pelanggan yang puas meningkatkan kualitas hubungan antara pelanggan dengan perusahaan yang diukur dengan indikator.
4. Pelanggan yang puas akan menceritakan kebaikan dan keunggulan merek atau perusahaan kepada orang lain dan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli barang/jasa yang dijual perusahaan yang sudah menjadi langganannya. Hal ini merupakan bentuk promosi yang efektif, karena cerita orang yang sudah merasakan barang/jasa yang dijual perusahaan mudah dipercaya oleh calon konsumen.
5. Pelanggan yang puas akan meningkatkan minat untuk melakukan pembelian ulang barang yang sama pada perusahaan yang sama sepanjang waktu dan menjadi potensi sumber pendapatan masa depan.
6. Pelanggan yang puas umumnya menolak tawaran yang menarik dari perusahaan pesaing, sebab pelanggan merasa bahwa produk pesaing belum tentu mampu memberikan rasa puas dan jaminan resiko penipuan dan resiko lainnya.

7. Pelanggan yang puas dapat meningkatkan daya saing dan profitabilitas yang dicapai perusahaan. Daya saing meningkat karena pelanggan yang puas akan menceritakan kebaikan dan keunggulan barang/jasa yang dijual kepada orang lain, memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli barang/jasa pada perusahaan yang menjadi langganannya. Profitabilitas meningkat karena volume penjualan yang dicapai sebesar yang diperoleh dari hasil pembelian ulang pelanggan lama dan hasil pembelian pelanggan baru.

2.2.3. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan

Lupioyadi (2001) Ada 5 faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan kepuasan pelanggan, diantaranya :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukanlah karena kualitas dari produk, akan tetapi sosial yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merk tertentu.

4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah yang akan memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

2.2.4. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2006:154) dalam Tony Wijaya (2011:154), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran.

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*costumer oriented*).

2. Survei Kepuasan Pelanggan.

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

3. Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*).

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan diperusahaan

pesaing dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

4. Analisa Pelanggan yang Hilang (*Lost Customers Analysis*)

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing.

2.3. Kualitas Pelayanan

2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Killer, 2009:36). Selain itu, kualitas adalah ukuran sampai sejauh mana produk atau jasa sesuai kebutuhan, empati dari keinginan dan harapan para pelanggan. Kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut (Wijaya, 2011:4).

Barata (2004:23) Pelayanan adalah daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis sering kali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat pelanggan. Sedangkan menurut Aritonang (2005:26) Pelayanan adalah kemampuan dari perusahaan untuk memberikan

pelayanan secara akurat, andal, dapat dipercaya, serta bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan.

Berdasarkan definisi pelayanan (jasa) dan kualitas, maka kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan seperti yang didefinisikan oleh Parasuraman Et Al. (1988) dalam Wenda (2013) adalah hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan pelanggan dari pelayanan. Menurut Santos (2003) dalam Ishaq (2012) menggambarkan kualitas pelayanan sebagai penilaian keseluruhan dari pelanggan atas keunggulan perusahaan menawarkan layanan. Kualitas pelayanan juga dipengaruhi oleh kemampuan suatu organisasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, sesuai dengan tingkat harapan mereka (Yoo dan Park : 2007, dalam Ishaq : 2012).

2.3.2. Strategi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2004), faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa adalah :

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa

Pertama yang dilakukan adalah melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut. Dengan demikian dapat diketahui

posisi relative perusahaan dimata pelanggan dibandingkan para pesaing, sehingga perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan kualitasnya pada determinan-determinan tersebut.

2. Mengelola harapan pelanggan

Dengan semakin banyaknya janji yang diberikan, maka akan semakin besar pula harapan pelanggan yang pada akhirnya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan oleh perusahaan. Untuk itu ada satu hal yang dapat dijadikan pedoman, yaitu jangan janjikan apa yang tidak bisa diberikan tetapi sebaliknya, berikan lebih dari apa yang dijanjikan.

3. Mengelola bukti dari kualitas jasa

Pengelolaan bukti dari kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena itu, jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang. Maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta dari bukti fisik yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

4. Mendidik konsumen tentang jasa

Pelanggan yang lebih terdidik akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik, sehingga kepuasan mereka dapat tercipta lebih tinggi.

5. Mengembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus menerus. Budaya kualitas terdiri dari: filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang meningkatkan kualitas.

6. Menciptakan automating quality

Adanya otomatisasi dapat mengatasi variabilitas kualitas jasa yang disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki.

2.3.3. Kesenjangan Kualitas Pelayanan

Lupiyoadi dan Hamdani (2006), ada 5 kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa, yaitu :

1. Kesenjangan persepsi manajemen

Merupakan perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi kurangnya orientasi penelitian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan konsumen, komunikasi dari atas ke bawah kurang memadai, serta terlalu banyak tingkat manajemen.

2. Kesenjangan spesifikasi kualitas

Merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan ini terjadi karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas, serta tidka memadainya penyusunan tujuan.

3. Kesenjangan penyampaian jasa

Merupakan kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa. Kesenjangan ini disebabkan oleh : ambiguitas peran, konflik peran, kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakan, kesesuaian

teknologi yang digunakan pegawai, sistem pengendalian dari atasan yaitu sistem penilaian dan sistem imbalan, sejauh mana pegawai merasakan kebebasan, serta sejauh mana pegawai dan manajemen merumuskan tujuan bersama.

4. Kesenjangan komunikasi pemasaran

Merupakan kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan dari kualitas jasa dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat perusahaan melalui komunikasi pemasaran.

5. Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan

Merupakan perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh konsumen. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak yang positif.

2.3.4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada 5 jenis atau dimensi kualitas pelayanan yang memiliki perbedaan dalam membentuk kualitas jasa, yaitu :

1. Bukti Langsung atau Fisik (*Tangible*)

Menurut Parasuraman dalam Paramitha (2010) Bukti langsung atau fisik adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Artinya penampilan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Mulai dari fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), peralatan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan pegawai.

Sedangkan menurut Zeithaml et al. (1985) dalam Aviliani dan Wilfridus (1997) Bukti fisik adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada penampilan fisik, perlengkapan, penampilan pegawai, serta sarana komunikasi.

Bukti fisik dari perusahaan penyedia jasa dapat mempengaruhi keyakinan dan persepsi dari pelanggan. Harapan pelanggan dapat meningkat dengan melihat bukti fisik dari perusahaan penyedia jasa. Atribut yang terkait dengan bukti fisik adalah peralatan yang modern dan fasilitas yang menarik (Parasuraman dalam Ramdan, 2008).

2. Keandalan (*Reliability*)

Menurut Parasuraman dalam Paramitha (2010) Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

Sedangkan menurut Kotler (2001) Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Kinerja yang dilakukan harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, serta sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

Parasuraman dalam Ramdan (2008) Atribut yang terkait didalam keandalan adalah :

- a. Memberikan pelayanan sesuai janji.
- b. Bertanggung jawab tentang penanganan pelanggan akan masalah pelayanan.

- c. Memberikan pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada pelanggan dan tidak membedakan antara satu dengan yang lainnya.
- d. Memberikan pelayanan dengan tepat waktu.
- e. Memberikan informasi kepada pelanggan mengenai kapan pelayanan yang telah dijanjikan itu akan direalisasikan.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Menurut Parasuraman dalam Paramitha (2010) Daya tanggap adalah kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Sedangkan menurut Zeithaml et al. (1985) dalam Aviliani dan Wilfridus (1997) Daya tanggap adalah pemberian pelayanan secara tepat dan tanggap. Daya tanggap yang diberikan perusahaan dengan baik kepada pelanggan akan meningkatkan kepuasan dari pelanggan.

Parasuraman dalam Ramdan (2008) Atribut yang terkait didalam daya tanggap adalah :

- a. Memberikan pelayanan dengan cepat.
- b. Kerelaan untuk membantu atau menolong konsumen.
- c. Siap dan tanggap untuk menangani respon permintaan dari para pelanggan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Zeithaml et al. (1985) dalam Aviliani dan Wilfridus (1997) Jaminan adalah suatu jaminan kepada pelanggan yang mencakup kemampuan, kesopansantunan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para pegawai, bebas dari bahaya atau resiko keraguan.

Parasuraman dalam Paramitha (2010) Jaminan adalah pengetahuan terhadap jasa yang akan diberikan dengan tepat, kesopansantunan para pegawai dalam memberikan pelayanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini terdiri dari beberapa komponen, antara lain :

- a. Komunikasi, yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti apa yang di informasikan pegawai, serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dari para pelanggan.
- b. Kredibilitas, yaitu perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, sifat kejujuran, menanamkan rasa kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan dimasa yang akan datang.
- c. Keamanan, yaitu adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan mampu memberikan suatu jaminan kepercayaan.

- d. Kompetensi, yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar saat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.
- e. Sopan santun, yaitu didalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopansantunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.

Parasuraman dalam Ramdan (2008) Atribut yang terkait didalam jaminan adalah :

- a. Pegawai yang memberikan jaminan berupa kepercayaan diri kepada pelanggan.
- b. Membuat pelanggan merasa aman saat menggunakan jasa pelayanan perusahaan.
- c. Pegawai yang bersikap baik atau sopan kepada pelanggan.
- 5. Perhatian (*Empathy*)

Menurut Parasuraman dalam Paramitha (2010) Perhatian adalah sikap dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Zeithaml et al. (1985) dalam Aviliani dan Wilfridus (1997) Perhatian adalah adanya kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan

pemahaman atas kebutuhan para pelanggannya. Aspek perhatian dalam menjalankan perusahaan jasa menjadi hal yang sangat penting, karena antara produksi dan penyajiannya terhadap pelanggan berjalan secara langsung.

Perhatian merupakan penggabungan dari ketiga dimensi, yaitu : Akses, Komunikasi, dan Kemampuan dalam memahami pelanggan. Parasuraman dalam Ramdan (2008) Atribut yang terkait didalam Perhatian adalah : Memberikan perhatian individu kepada pelanggan dan karyawan yang dapat memahami keinginan dari pelanggan.

2.3.5. Pengaruh Bukti Fisik (*Tangible*) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Parasuraman dalam Paramitha (2010) Bukti langsung atau fisik adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Artinya penampilan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Mulai dari fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), peralatan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan pegawai. Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena dengan bukti fisik yang baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi.

Dilihat dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa wujud fisik sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap wujud fisik diperusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin

tinggi. Dan jika persepsi pelanggan terhadap wujud fisik diperusahaan buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

2.3.6. Pengaruh Keandalan (*Reliability*) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2001) Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Kinerja yang dilakukan harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, serta sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

Dilihat dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan keandalan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap keandalan diperusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi pelanggan terhadap keandalan diperusahaan buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

2.3.7. Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Parasuraman dalam Paramitha (2010) Daya tanggap adalah kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan banyak studi yang dilakukan, ada satu hal yang sering membuat pelanggan kecewa, yaitu pelanggan sering dibuat bingung saat membutuhkan informasi, dari staf yang satu di arahkan ke staf yang lain kemudian

staf yang lain tidak mengetahui atau menjawab hal apa yang diinginkan oleh pelanggan. Sungguh pelayanan yang tidak tanggap dan pasti akan membuat pelanggan merasa tidak puas. Daya tanggap/ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Dilihat dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa daya tanggap sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi pelanggan terhadap daya tanggap buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

2.3.8. Pengaruh Jaminan (*Assurance*) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Parasuraman dalam Paramitha (2010) Jaminan adalah pengetahuan terhadap jasa yang akan diberikan dengan tepat, kesopansantunan para pegawai dalam memberikan pelayanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

Dilihat dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa jaminan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap jaminan yang diberikan perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi pelanggan terhadap jaminan yang diberikan perusahaan buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

2.3.9. Pengaruh Perhatian (*Empathy*) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Parasuraman dalam Paramitha (2010) Perhatian adalah sikap dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Dari pengertian diatas dapat diartikan bahwa perhatian merupakan perhatian khusus atau individu terhadap segala kebutuhan dan keluhan pelanggan. Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari pegawai suatu perusahaan atas pelanggan akan berpengaruh juga pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluhkannya ditanggapi secara baik oleh pihak perusahaan.

Dilihat dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa perhatian sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap perhatian yang diberikan perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi pelanggan terhadap perhatian yang diberikan perusahaan buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

2.4. Penelitian Terdahulu

Ringkasan dari penelitian terdahulu dapat dilihat dari Tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 2.1
Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul	Metode Analisis	Hasil
1.	Wijayanto Kusuma Jati (2017)	Pengaruh Citra Merek (<i>Brand Image</i>), Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Diferensiasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Memilih Wedding Organizer Di Kota Semarang.	Analisis Regresi Linear Berganda	Secara simultan Citra Merek, Promosi, Kualitas Layanan, dan Diferensiasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2.	Yayuk Aprilliany (2015)	Analisis Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Jasa Rias Pengantin Dan Catering Terhadap Kepuasan Konsumen.	Analisis Regresi Linear Berganda	Secara simultan Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan secara parsial Citra Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
3.	Resi Purnamasari (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada	Analisis Regresi Linear Berganda	Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy

		New Hollywood Hotel Pekanbaru		berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
4.	Abdur Rohym (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Laundry Cantika Simpang Lima Labersa Kota Pekanbaru	Analisis Regresi Linear Berganda	Responsiveness dan Assurance berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan Tangible, Reliability, dan Empathy tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Sumber : Penelitian Terdahulu

2.5. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.6. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah serta konsep teori yang telah dijelaskan diatas, dapat ditarik suatu hipotesis : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian penulis adalah wedding organizer rias pengantin nahdya Jl.Pembangunan Gg.Pembangunan No.45 Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru.

3.2. Operasional Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, maupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Untuk memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan pelaksanaan penelitian ini, maka perlu diberikan defenisi variabel operasional dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	Bukti Fisik / <i>Tangible</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi wedding rias pengantin nahdya yang terjangkau. 2. Ruang tunggu yang nyaman. 3. Kebersihan para pegawai. 4. Peralatan dan perlengkapan yang bagus. 	Ordinal
	Kehandalan / <i>Reliability</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prosedur pelayanan dilakukan dengan akurat dan cepat. 2. Pelayanan juga dilakukan sesuai janji yang telah ditetapkan. 3. Tepat waktu dalam menjalankan permintaan dari pelanggan. 	Ordinal

	Tanggapan / <i>Responsiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai yang tanggap dalam melayani permintaan dari pelanggan. 2. Pegawai yang sigap dalam waktu untuk membantu permasalahan dari pelanggan. 3. Pegawai akan memberikan informasi yang pasti kepada pelanggan kapan layanan akan direalisasikan. 	Ordinal
	Jaminan / <i>Assurance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan/keluhan dari pelanggan. 2. Ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan. 3. Pegawai yang dapat dipercaya. 4. Pihak pengusaha yang akan bertanggung jawab apabila layanan tidak sesuai keinginan pelanggan akibat dari pegawai. 	Ordinal
	Perhatian / <i>Empathy</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai memperhatikan keluhan dari pelanggan. 2. Pegawai yang memberikan perhatian lebih kepada pelanggan. 	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (Y)	Harapan / <i>Expectation</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan pelanggan terhadap pegawai dalam menyelesaikan tugasnya. 2. Jasa yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. 	Ordinal
	Kinerja Aktual / <i>Performance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 2. Jasa memuaskan keinginan pelanggan. 	Ordinal

	Perbandingan / <i>Comparison</i>	1. Jasa lebih baik dibandingkan dengan wedding organizer yang lain. 2. Keinginan untuk merekomendasikan jasa kepada orang lain.	Ordinal
--	-------------------------------------	--	---------

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang sudah menggunakan jasa wedding organizer rias pengantin nahdya di Kota Pekanbaru selama dari bulan Januari sampai bulan Desember Tahun 2018.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan "*probability sampling*" dengan metode *systematic sampling*. Yang dimana subjek dipilih dengan menentukan sejumlah elemen dalam populasi yang akan diambil.

Populasi dalam penelitian ini ada 96 pelanggan yang sudah menggunakan jasa wedding organizer rias pengantin nahdya. Hanya 72 pelanggan yang dapat di jadikan sampel, sisanya 24 pelanggan tidak dapat dianalisis karena data tidak kembali.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan 2 jenis data, yaitu :

1. Data Primer

Data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan peneliti (Umar, 2003:42). Dalam penelitian ini yang menjadi data

primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari pelanggan Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya dengan menggunakan kuesioner.

2. Data Sekunder

Menurut Umar (2003:42), data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah yang berasal dari majalah, buku, situs internet, dokumen yang ada dipergustakaan, penelitian terdahulu berupa skripsi atau jurnal, literature, serta segala bacaan yang berkaitan dengan judul penelitian.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengambilan data serta informasi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka penelitian menggunakan metode sebagai berikut :

1. Interview, yaitu cara pengumpulan data melalui wawancara langsung kepada responden yang akan menggunakan layanan jasa rias pengantin nahdya.
2. Kuesioner, yaitu cara mengumpulkan data dengan mengajukan lembaran angket yang berisi pertanyaan yang ditujukan kepada responden pengguna jasa rias pengantin nahdya.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam memecahkan masalah dan untuk mencapai tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan suatu gambaran mengenai responden dalam penelitian ini, terutama variabel penelitian yang digunakan. Analisis ini merupakan metode dengan cara mendiskripsikan dan menceritakan hasil dari penelitian yang didapatkan dari data kemudian menghubungkan ke dalam sebuah teori. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis indeks untuk menggambarkan persepsi responden atas beberapa item pertanyaan yang diajukan (Ferdinand, 2006:296). Selain itu analisis deskriptif juga membandingkan antara nilai kisaran dan nilai rata-rata teoritis dengan aktual dari semua variabel penelitian dengan memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata dan standar deviasi (Ghozali, 2005).

Dalam penelitian ini teknik penilaian dimulai dari skala pengukuran 1 sampai 5, dimana 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Netral), 4 (Setuju), dan 5 (Sangat Setuju).

2. Analisis Kuantitatif

Metode analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu

untuk memudahkan dalam menganalisis. Untuk itu akan digunakan program analisis *SPSS*. *SPSS* adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows (Ghozali, 2002:15). Dalam penelitian ini akan menggunakan program *SPSS for Windows versi 16*.

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang terjadi pada variabel dependent/terikat (variabel Y) berdasarkan nilai independent/bebas (variabel X) yang diketahui. Model regresi linear berganda ditunjukkan dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan Pelanggan	X1	=	Bukti Fisik
a	=	Konstanta	X2	=	Kehandalan
b	=	Koefisien Regresi	X3	=	Tanggapan
e	=	Standar Error	X4	=	Jaminan
			X5	=	Perhatian

3. Uji Kualitas Data

Dalam penelitian, data memiliki kedudukan yang sangat penting karena data merupakan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data sangat menentukan bermutu tidaknya suatu hasil penelitian. Di lain pihak, benar tidaknya data tergantung pada

baik tidaknya instrument pengumpul data. Instrument (kuesioner) yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan reliable (Arikunto, 2003).

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan dan kevalidan suatu alat ukur atau instrument penelitian. Validitas menunjukkan seberapa baik suatu intrumen yang dibuat mengukur konsep tertentu yang ingin diukur (Sekeran, 2006).

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rumus *Product Moment Pearson* dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 21. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{table} , maka skor butir pertanyaan/pernyataan kuesioner dinyatakan valid tetapi sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{table} , maka skor butir pertanyaan/pernyataan kuesioner dikatakan tidak valid. (Ghozali, 2005)

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk. Menurut Ghozila (2006), instrument yang reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas instrument dilakukan dengan menggunakan rumus *Croanbach's Alpha*. Kriteria uji reabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Croanbach's Alpha*. Cara mengukur yang paling umum adalah dengan menggunakan koefisien alpha. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu instrumen dapat dikatakan

reliable jika nilai *alpha cronbach* $> 0,6$ dan sebaliknya dikatakan tidak *reliable* jika *alpha cronbach* $< 0,6$ (Ghozali, 2005).

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya untuk menunjukkan pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak. Artinya secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $t < 0,05$ maka hipotesis diterima. Ini berarti parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Selain uji F dapat digunakan untuk melihat model regresi yang digunakan signifikan atau belum. Dengan ketentuan bahwa, jika:

1. Nilai signifikansi (P value) $< 0,05$ maka hipotesis diterima.
2. Nilai signifikansi (P value) $> 0,05$ maka hipotesis ditolak.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2005 : 83) menjelaskan bahwa koefisien determinasi pada intinya mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi yang biasanya dinyatakan dengan R^2 , adalah angka yang menunjukkan proporsi variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variasi variabel independen. Untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling besar. Nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa semua variabel Y dijelaskan oleh variasi variabel X, dan akibatnya semua titik data akan terletak pada garis yang paling tepat. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasinya = 0, menunjukkan bahwa tidak ada total varians yang diterangkan oleh variabel bebas.

BAB IV

GAMBARAN UMUM RIAS PENGANTIN NAHDYA DAN PERKEMBANGAN WEDDING ORGANIZER

4.1. **Gambaran Umum Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya**

Rias Pengantin Nahdya adalah salah satu jasa yang berbisnis dibidang wedding organizer. Wedding Organizer ini merupakan suatu jasa khusus secara pribadi membantu pelanggan dalam perencanaan dan supervise pelaksanaan rangkaian acara yang diinginkan sesuai jadwal yang telah ditetapkan.

Wedding organizer ini berdiri sejak tahun 1994 hingga saat ini beralamat di Jl.Pembangunan Gg.Pembangunan No.45 Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru. Dengan bermodalkan pengalaman dalam bidang seni membuat Ibu Ulya mengembangkan usahanya dengan begitu pesat. Respon positif pelanggan wedding organizer ini dapat dilihat dari 9 karyawan yang dimiliki.

Selain itu beberapa gudang yang juga di miliki wedding organizer ini untuk penyimpanan peralatan maupun perlengkapan, diantaranya: alat-alat untuk pembuatan tenda dan pembuatan pentas, alat-alat untuk pembuatan berbagai macam dekorasi yang diinginkan pelanggan, pakaian pengantin perempuan atau laki-laki, dan tata rias pengantin. Selain itu juga memiliki kendaraan pribadi sebagai pengangkut alat-alat yang dibutuhkan dalam proses pemasangan diberbagai tempat.

Seiring berjalannya waktu wedding organizer rias pengantin nahdya mendapatkan hati para pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasanya sehingga beberapa pelanggan menjadi pelanggan tetap, artinya pelanggan yang

sudah pernah menggunakan jasa wedding ini membawa orang-orang terdekatnya untuk menggunakan jasa wedding organizer rias pengantin nahdya pada saat adanya acara.

Walaupun usaha wedding organizer bermusim, dimana ada bulan-bulan tertentu yang membuat sebagian orang tidak menggelar acara pernikahan dan ada juga bulan-bulan tertentu yang membuat sebagian orang berbondong-bondong menggelar acara pernikahan, namun itu tidak menjadikan masalah bagi wedding organizer rias pengantin nahdya.

Karena dengan promosi dan membuat banyaknya pelanggan puas akan hasil yang diberikan wedding organizer rias pengantin nahdya, setiap bulannya wedding ini selalu menerima pelanggan dan terus meningkat. Sehingga keuntungan yang didapatkan wedding organizer rias pengantin nahdya setiap tahunnya terus mengalami peningkatan.

4.2. Perkembangan Wedding Organizer

Lingkungan dan budaya adalah dua faktor eksternal yang turut mempengaruhi perkembangan sebuah industri, selain itu juga ada faktor internal yang timbul dari dalam perusahaan itu sendiri.

Salah satunya industri wedding organizer yang perkembangannya dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan budaya. Seiring zaman yang semakin modern dan menuntut masyarakat untuk menjadi lebih sibuk dalam bekerja, wedding organizer menjadi sebuah solusi kebanyakan orang yang ingin menggelar acara pernikahan, aqiqah, tunangan, sunatan, dan lainnya.

Indonesia dikenal sebagai negara multikultural dengan beberapa kota besarnya yang ditempati oleh penduduk dengan beragam budaya. Dengan beragamnya budaya di Indonesia mempengaruhi tata cara pernikahan masyarakat Indonesia. Di setiap daerah memiliki budaya dan tata caranya masing-masing termasuk didalam acara pernikahan.

Bukan hanya tata cara saja, tetapi juga beberapa kebiasaan seputar perencanaan dan pelaksanaan pernikahan sering kali berbeda antara setiap daerah. Hal tersebut sedikit banyaknya mempengaruhi perkembangan didalam industri wedding organizer di Indonesia.

Wedding organizer merupakan jasa yang memberikan pelayanan segala aktivitas yang berkaitan dengan kebutuhan didalam acara pernikahan. Industri ini muncul karena adanya peluang didalam kehidupan modern yang menginginkan kecepatan, kemudahan, kepraktisan untuk mengatasi masalah waktu masyarakat perkotaan.

Saat ini sudah semakin banyak orang yang bergelut dibidang industri jasa wedding organizer, oleh karena itu para calon pengantin yang akan menggelar acara pernikahan sebaiknya lebih selektif dalam memilih jasa wedding organizer yang handal dan dapat dipercaya untuk mengoperasikan segala macam aktivitas yang dibutuhkan pada acara pernikahan yang akan digelar.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Identifikasi Responden

Data yang diperoleh dari penelitian ini diambil dengan cara penyebaran kuesioner pada pelanggan yang sudah menggunakan jasa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya di Kota Pekanbaru. Total kuesioner yang dikembalikan dan dapat dianalisis adalah 72 kuesioner.

Dalam penelitian ini akan diuraikan dan dianalisis bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya di Kota Pekanbaru. Maka dari itu, berdasarkan kuesioner yang telah diisi sebanyak 72 responden, berikut uraian karakteristik responden yang terdiri dari umur, jenis kelamin, dan pekerjaan :

5.1.1. Identifikasi Responden Berdasarkan Umur

Identifikasi responden berdasarkan umur dilakukan melalui survey terhadap pelanggan wedding organizer rias pengantin nahdya, dengan perolehan data :

Tabel 5.1
Identifikasi Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase
1.	15-24 tahun	25 orang	34,72%
2.	25 – 34 tahun	39 orang	54,17%
3.	> 35 tahun	8 orang	11,11%
	Total	72 orang	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan Tabel 5.1 menunjukkan bahwa menurut umur dari 72 responden menjelaskan umur 15-24 tahun berjumlah 25 orang atau 34,72%. Umur

25-34 tahun berjumlah 39 orang atau 54,17%. Sedangkan umur diatas 35 tahun berjumlah 8 orang atau 11,11% dari 72 responden.

5.1.2. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dilakukan melalui survey terhadap pelanggan wedding organizer rias pengantin nahdya, dengan perolehan data :

Tabel 5.2
Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Pria	30 orang	41,67%
2.	Wanita	42 orang	58,33%
	Total	72 orang	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan Tabel 5.2 menunjukkan bahwa jenis kelamin menurut dari 72 responden menjelaskan, jenis kelamin pria berjumlah 30 orang atau dengan persentase 41,67% dan jenis kelamin wanita berjumlah 42 orang atau dengan persentase 58,33%.

5.1.3. Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Identifikasi responden berdasarkan pekerjaan dilakukan melalui survey terhadap pelanggan wedding organizer rias pengantin nahdya, dengan perolehan data :

Tabel 5.3
Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	PNS	21 orang	29,17%
2.	Swasta	29 orang	40,28%
3.	Wiraswasta	13 orang	18,05%
4.	Lainnya	9 orang	12,50%
	Total	72 orang	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan Tabel 5.3 menunjukkan bahwa status pekerjaan mulai dari PNS, Swasta, Wiraswasta, dan Lainnya, dari 72 responden menjelaskan yang bekerja sebagai PNS berjumlah 21 orang dengan persentase 29,17%, yang bekerja sebagai Swasta berjumlah 29 orang dengan persentase 40,28%, yang bekerja sebagai Wiraswasta berjumlah 13 orang dengan persentase 18,05%, dan yang bekerja lainnya berjumlah 9 orang dengan persentase 12,50%.

5.2. Hasil Tanggapan Responden

5.2.1. Bukti Fisik (*Tangible*)

1. Lokasi Strategis dan Mudah di Jangkau

Dengan lokasi wedding organizer rias pengantin nahdya yang strategis dan mudah dijangkau, akan sangat memudahkan pelanggan untuk mencari dan mendatangnya. Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya yang bertempat dijalan Pembangunan Gg. Pembangunan No. 45 Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru

menurut pengamatan penulis merupakan tempat yang strategis dan mudah untuk dicari. Berikut tanggapan responden mengenai lokasi wedding organizer rias pengantin nahdya yang strategis dan mudah dijangkau :

Tabel 5.4
Tanggapan Responden Mengenai Lokasi Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Strategis Dan Mudah Dijangkau

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	28	38,9%
Setuju	24	33,3%
Netral	17	23,6%
Tidak Setuju	3	4,2%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai lokasi wedding organizer rias pengantin nahdya strategis dan mudah dijangkau. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 28 responden atau dengan persentase 38,9%. Setuju sebanyak 24 responden atau dengan persentase 33,3%. Netral sebanyak 17 responden atau dengan persentase 23,6%. Tidak Setuju 3 responden atau dengan persentase 4,2%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Bukti Fisik (*Tangible*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya bukti fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator bukti fisik dilihat dari lokasi strategi dan mudah dijangkau.

Lokasi strategis dan mudah dijangkau yang dimiliki Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitar merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan, mulai dari fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lainnya), peralatan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan pegawai (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya bukti fisik (*Tangible*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi wedding organizer Rias Pengantin Nahdya strategis dan mudah dijangkau dalam kategori Sangat Setuju. Artinya lokasi strategis dan mudah dijangkau dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

2. Memiliki Ruang Tunggu yang Nyaman

Dengan memiliki ruang tunggu yang nyaman tentu akan membuat pelanggan wedding organizer rias pengantin nahdya menjadi merasa lebih santai dan nyaman. Menurut pengamatan penulis, Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya memiliki ruang tunggu yang nyaman dan bersih. Berikut tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya memiliki ruang tunggu yang nyaman :

Tabel 5.5
Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	29	40,3%
Setuju	14	19,4%
Netral	26	36,1%
Tidak Setuju	3	4,2%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya memiliki ruang tunggu yang nyaman. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 29 responden atau dengan persentase 40,3%. Setuju sebanyak 14 responden atau dengan persentase 19,4%. Netral sebanyak 26 responden atau dengan persentase 36,1%. Tidak Setuju 3 responden atau dengan persentase 4,2%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Bukti Fisik (*Tangible*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya bukti fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator bukti fisik dilihat dari ruang tunggu yang nyaman.

Ruang tunggu yang nyaman yang dimiliki Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitar merupakan bukti nyata

dari pelayanan yang diberikan, mulai dari fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lainnya), peralatan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan pegawai (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya bukti fisik (*Tangible*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya memiliki ruang tunggu yang nyaman dalam kategori Sangat Setuju. Artinya dengan memiliki ruang tunggu yang nyaman dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

3. Memiliki Pegawai yang Bersih

Dengan memiliki pegawai yang berpenampilan bersih akan menjadi nilai tambah bagi pelanggan karena pegawai yang bekerja dengan bersih akan enak dilihat. Menurut pengamatan penulis, Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya memiliki pegawai yang selalu bersih. Berikut tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya memiliki pegawai yang selalu bersih :

Tabel 5.6
Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Memiliki Pegawai Yang Selalu Bersih

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	34,7%
Setuju	20	27,8%
Netral	24	33,3%
Tidak Setuju	3	4,2%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya memiliki pegawai yang selalu bersih. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 25 responden atau dengan persentase 34,7%. Setuju sebanyak 20 responden atau dengan persentase 27,8%. Netral sebanyak 24 responden atau dengan persentase 33,3%. Tidak Setuju 3 responden atau dengan persentase 4,2%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Bukti Fisik (*Tangible*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya bukti fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator bukti fisik dilihat dari kebersihan para pegawai.

Kebersihan para pegawai yang dimiliki Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitar merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan, mulai dari fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lainnya), peralatan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan pegawai (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya bukti fisik (*Tangible*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya memiliki pegawai yang selalu bersih dalam

kategori Sangat Setuju. Artinya pegawai yang berpenampilan bersih dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

4. Memiliki Peralatan dan Perlengkapan yang Bagus

Peralatan dan perlengkapan merupakan faktor yang paling penting dalam menjalankan kegiatan operasional wedding organizer. Dengan memiliki peralatan dan perlengkapan yang lengkap serta bagus akan menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut. Menurut pengamatan penulis, Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya memiliki peralatan dan perlengkapan yang lengkap dan bagus. Berikut tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya memiliki peralatan dan perlengkapan yang lengkap dan bagus :

Tabel 5.7
Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Memiliki Peralatan Dan Perlengkapan Yang Lengkap Dan Bagus

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	26	36,1%
Setuju	17	23,6%
Netral	28	38,9%
Tidak Setuju	1	1,4%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya memiliki peralatan dan perlengkapan yang lengkap dan bagus. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 26 responden atau dengan persentase 36,1%. Setuju sebanyak 17

responden atau dengan persentase 23,6%. Netral sebanyak 28 responden atau dengan persentase 38,9%. Tidak Setuju 1 responden atau dengan persentase 1,4%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Bukti Fisik (*Tangible*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya bukti fisik (*Tangible*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator bukti fisik dilihat dari peralatan dan perlengkapan yang bagus.

Peralatan dan perlengkapan yang bagus dimiliki Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitar merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan, mulai dari fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lainnya), peralatan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan pegawai (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya bukti fisik (*Tangible*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya memiliki peralatan dan perlengkapan yang lengkap dan bagus dalam kategori Netral. Artinya memiliki peralatan dan perlengkapan yang lengkap serta bagus dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

5.2.2. Keandalan (*Reliability*)

1. Melakukan Prosedur Pelayanan dengan Akurat dan Cepat

Keakuratan informasi yang diberikan tentu akan memberikan nilai tambah dan juga menimbulkan rasa percaya dari pelanggan terhadap wedding organizer tersebut. Menurut pengamatan penulis, Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya sangat terbuka dan cepat dalam memberikan informasi. Berikut tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya melakukan prosedur pelayanan dengan akurat dan cepat :

Tabel 5.8
Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer
Rias Pengantin Nahdya Melakukan Prosedur
Pelayanan Dengan Akurat Dan Cepat

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	30	41,7%
Setuju	25	34,7%
Netral	14	19,4%
Tidak Setuju	3	4,2%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya melakukan prosedur pelayanan dengan akurat dan cepat. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 30 responden atau dengan persentase 41,7%. Setuju sebanyak 25 responden atau dengan persentase 34,7%. Netral sebanyak 14 responden atau dengan persentase 19,4%. Tidak Setuju 3 responden atau dengan persentase 4,2%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas

pelayanan dari Keandalan (*Reliability*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya keandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator keandalan dilihat dari prosedur pelayanan yang dilakukan dengan akurat dan cepat.

Prosedur pelayanan yang dilakukan dengan akurat dan cepat oleh Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Kinerja yang dilakukan harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, serta sikap simpatik dan akurasi yang tinggi (Kotler, 2001).

Dengan adanya keandalan (*Reliability*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya melakukan prosedur pelayanan dengan akurat dan cepat dalam kategori Sangat Setuju. Artinya dengan memberikan pelayanan yang akurat dan cepat dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

2. Melakukan Pelayanan Sesuai dengan Janji yang Telah di Tetapkan

Menepati janji yang sudah dibuat akan menumbuhkan rasa percaya dan senang dari pelanggan kepada wedding organizer tersebut. Menurut pengamatan penulis, Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya sangat memiliki komitmen

dalam janji yang telah dibuatnya. Berikut tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya melakukan pelayanan sesuai dengan janji yang telah ditetapkan :

Tabel 5.9
Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Melakukan Pelayanan Sesuai Dengan Janji Yang Telah Ditetapkan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	18	25,0%
Setuju	29	40,3%
Netral	23	31,9%
Tidak Setuju	2	2,8%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya melakukan pelayanan sesuai dengan janji yang telah ditetapkan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 18 responden atau dengan persentase 25,0%. Setuju sebanyak 29 responden atau dengan persentase 40,3%. Netral sebanyak 23 responden atau dengan persentase 31,9%. Tidak Setuju 2 responden atau dengan persentase 2,8%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Kehandalan (*Reliability*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya kehandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator kehandalan dilihat dari pelayanan dilakukan sesuai janji yang telah ditetapkan.

Pelayanan dilakukan sesuai janji yang telah ditetapkan oleh Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Kinerja yang dilakukan harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, serta sikap simpatik dan akurasi yang tinggi (Kotler, 2001).

Dengan adanya kehandalan (*Reliability*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya melakukan pelayanan sesuai dengan janji yang telah ditetapkan dalam kategori Setuju. Artinya dengan memberikan pelayanan sesuai janji yang ditetapkan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

3. Menjalankan Permintaan dari Pelanggan Tepat Waktu

Dengan melaksanakan permintaan dari pelanggan sesuai pada waktu yang ditentukan, akan memberikan rasa senang dan nilai tambah bagi pelanggan terhadap wedding organizer tersebut. Menurut pengamatan penulis, Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya memiliki pegawai yang sigap dalam menjalankan permintaan dari pelanggan. Berikut tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya menjalankan permintaan dari pelanggan tepat waktu :

Tabel 5.10
Tanggapan Responden Mengenai Wedding Organizer
Rias Pengantin Nahdya Menjalankan Permintaan
Dari Pelanggan Tepat Waktu

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	22	30,6%
Setuju	28	38,9%
Netral	22	30,6%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai wedding organizer rias pengantin nahdya menjalankan permintaan dari pelanggan tepat waktu. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 22 responden atau dengan persentase 30,6%. Setuju sebanyak 28 responden atau dengan persentase 38,9%. Netral sebanyak 22 responden atau dengan persentase 30,6%. Sedangkan untuk Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Kehandalan (*Reliability*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya kehandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator kehandalan dilihat dari tepat waktu dalam menjalankan permintaan dari pelanggan.

Tepat waktu dalam menjalankan permintaan dari pelanggan oleh Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Kinerja yang dilakukan harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari

ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, serta sikap simpatik dan akurasi yang tinggi (Kotler, 2001).

Dengan adanya kehandalan (*Reliability*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya menjalankan permintaan dari pelanggan tepat waktu dalam kategori Setuju. Artinya dengan menjalankan permintaan dari pelanggan tepat pada waktunya dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

5.2.3. Tanggapan (*Responsiveness*)

1. Pegawai Tanggap dalam Melayani Permintaan Pelanggan

Dengan kemampuan pegawai rias pengantin nahdya yang mampu memenuhi permintaan dari pelanggan, membuat pelanggan semakin percaya akan kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan. Menurut pengamatan penulis, pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya sangat cepat dan tanggap dalam melayani permintaan pelanggan. Berikut tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya tanggap dalam melayani permintaan dari pelanggan :

Tabel 5.11
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer
Rias Pengantin Nahdya Tanggap Dalam Melayani
Permintaan Dari Pelanggan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	33	45,8%
Setuju	19	26,4%
Netral	19	26,4%
Tidak Setuju	1	1,4%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya tanggap dalam melayani permintaan dari pelanggan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 33 responden atau dengan persentase 45,8%. Setuju sebanyak 19 responden atau dengan persentase 26,4%. Netral sebanyak 19 responden atau dengan persentase 26,4%. Tidak Setuju 1 responden atau dengan persentase 1,4%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Tanggapan (*Responsiveness*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya tanggapan (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator tanggapan dilihat dari pegawai yang tanggap dalam melayani permintaan dari pelanggan.

Pegawai yang tanggap dalam melayani permintaan dari pelanggan dari Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada

pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya tanggapan (*Responsiveness*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa pegawai pada wedding organizer Rias Pengantin Nahdya tanggap dalam melayani permintaan dari pelanggan dalam kategori Sangat Setuju. Artinya dengan kesigapan / tanggap dalam menjalankan permintaan dari pelanggan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

2. Pegawai Sigap Dalam Membantu Permasalahan dari Pelanggan

Dengan kemampuan pegawai rias pengantin nahdya yang mampu merespon setiap permasalahan atau keluhan dari pelanggan, membuat pelanggan semakin percaya akan kemampuan pegawai wedding organizer tersebut. Menurut pengamatan penulis, pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya sangat cepat dan tanggap dalam membantu permasalahan dari pelanggan. Berikut tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya sigap dalam waktu untuk membantu permasalahan yang ada dari pelanggan :

Tabel 5.12
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer
Rias Pengantin Nahdya Sigap Dalam Waktu Untuk Membantu
Permasalahan Yang Ada Dari Pelanggan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	34	47,2%
Setuju	20	27,8%
Netral	17	23,6%
Tidak Setuju	1	1,4%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya sigap dalam waktu untuk membantu permasalahan yang ada dari pelanggan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 34 responden atau dengan persentase 47,2%. Setuju sebanyak 20 responden atau dengan persentase 27,8%. Netral sebanyak 17 responden atau dengan persentase 23,6%. Tidak Setuju 1 responden atau dengan persentase 1,4%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Tanggapan (*Responsiveness*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya tanggapan (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator tanggapan dilihat dari pegawai yang sigap dalam waktu untuk membantu permasalahan dari pelanggan.

Pegawai yang sigap dalam waktu untuk membantu permasalahan dari pelanggan dari Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak

eksternal. Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya tanggapan (*Responsiveness*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa pegawai pada wedding organizer Rias Pengantin Nahdya sigap dalam waktu untuk membantu permasalahan yang ada dari pelanggan dalam kategori Sangat Setuju. Artinya dengan kesigapan / tanggap dalam membantu permasalahan dari pelanggan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

3. Pegawai Memberikan Informasi yang Pasti kepada Pelanggan Kapan Waktu Layanan akan di Realisasikan

Informasi yang jelas sangat dibutuhkan pelanggan, dengan memberikan informasi yang pasti dan jelas kepada pelanggan akan mempengaruhi kepuasan dari pelanggan wedding organizer tersebut. Menurut pengamatan penulis, pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya selalu terbuka dalam memberikan informasi yang jelas dan pasti kepada pelanggan. Berikut tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya memberikan informasi yang pasti kepada pelanggan kapan waktu layanan akan direalisasikan :

Tabel 5.13
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer
Rias Pengantin Nahdya Memberikan Informasi Yang Pasti
Kepada Pelanggan Kapan Waktu Layanan
Akan Direalisasikan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	33	45,8%
Setuju	26	36,1%
Netral	11	15,3%
Tidak Setuju	2	2,8%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya memberikan informasi yang pasti kepada pelanggan kapan waktu layanan akan direalisasikan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 33 responden atau dengan persentase 45,8%. Setuju sebanyak 26 responden atau dengan persentase 36,1%. Netral sebanyak 11 responden atau dengan persentase 15,3%. Tidak Setuju 2 responden atau dengan persentase 2,8%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Tanggapan (*Responsiveness*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya tanggapan (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator tanggapan dilihat dari pegawai akan memberikan informasi yang pasti kepada pelanggan kapan layanan akan direalisasikan.

Pegawai akan memberikan informasi yang pasti kepada pelanggan kapan layanan akan direalisasikan dari Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya tanggapan (*Responsiveness*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa pegawai pada wedding organizer Rias Pengantin Nahdya memberikan informasi yang pasti kepada pelanggan kapan waktu layanan akan direalisasikan dalam kategori Sangat Setuju. Artinya dengan memberikan informasi secara jelas kepada pelanggan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

5.2.4. Jaminan (*Assurance*)

1. Pegawai Memiliki Kompeten dalam Menjawab Pertanyaan Pelanggan

Bahasa yang jelas dan baik sangat dibutuhkan pelanggan, jika terjadi kesalahan dalam komunikasi akan memberikan sisi nilai yang negative dari pelanggan. Menurut pengamatan penulis, pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya memiliki tutur kata / bahasa yang jelas dan baik. Berikut tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya memiliki kompeten dalam menjawab pertanyaan/keluhan dari pelanggan :

Tabel 5.14
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer
Rias Pengantin Nahdya Memiliki Kompeten Dalam Menjawab
Pertanyaan/Keluhan Dari Pelanggan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	22	30,6%
Setuju	39	54,2%
Netral	11	15,3%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya memiliki kompeten dalam menjawab pertanyaan/keluhan dari pelanggan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 22 responden atau dengan persentase 30,6%. Setuju sebanyak 39 responden atau dengan persentase 54,2%. Netral sebanyak 11 responden atau dengan persentase 15,3%. Sedangkan untuk Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Jaminan (*Assurance*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator jaminan dilihat dari pegawai yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan/keluhan dari pelanggan.

Pegawai yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan/keluhan dari pelanggan dari Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Pengetahuan terhadap jasa yang akan diberikan dengan tepat,

kesopansantunan para pegawai dalam memberikan pelayanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya jaminan (*Assurance*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa pegawai pada wedding organizer Rias Pengantin Nahdya memiliki kompeten dalam menjawab pertanyaan/keluhan dari pelanggan dalam kategori Setuju. Artinya dengan memiliki pegawai yang bisa bertutur kata baik dan jelas untuk menjawab pertanyaan/keluhan dari pelanggan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

2. Pegawai Menyelesaikan Pekerjaan dengan Tepat Waktu

Dengan kemampuan pegawai rias pengantin nahdya yang mampu menyelesaikan pekerjaan yang diberikan dengan tepat waktu akan membuat pelanggan merasa senang dan puas akan hasil yang diberikan. Menurut pengamatan penulis, pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya sangat cepat dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan. Berikut tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu :

Tabel 5.15
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer
Rias Pengantin Nahdya Menyelesaikan Pekerjaan
Dengan Tepat Waktu

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	34,7%
Setuju	26	36,1%
Netral	19	26,4%
Tidak Setuju	2	2,8%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 25 responden atau dengan persentase 34,7%. Setuju sebanyak 26 responden atau dengan persentase 36,1%. Netral sebanyak 19 responden atau dengan persentase 26,4%. Tidak Setuju 2 responden atau dengan persentase 2,8%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Jaminan (*Assurance*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator jaminan dilihat dari ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan.

Ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan dari Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Pengetahuan terhadap jasa yang akan diberikan dengan tepat, kesopansantunan para pegawai dalam

memberikan pelayanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya jaminan (*Assurance*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa pegawai pada wedding organizer Rias Pengantin Nahdya menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu dalam kategori Setuju. Artinya pegawai yang cepat dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

3. Pegawai dapat di Percaya oleh Pelanggan

Dengan kemampuan pegawai rias pengantin nahdya yang mampu menarik rasa percaya dari pelanggan, akan membuat pelanggan merasa senang telah memilih wedding organizer tersebut. Menurut pengamatan penulis, pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya dapat dipercaya. Berikut tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya dapat dipercaya oleh pelanggan :

Tabel 5.16
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Dapat Dipercaya Oleh Pelanggan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	33,3%
Setuju	32	44,4%
Netral	15	20,8%
Tidak Setuju	1	1,4%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya dapat dipercaya oleh pelanggan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 24 responden atau dengan persentase 33,3%. Setuju sebanyak 32 responden atau dengan persentase 44,4%. Netral sebanyak 15 responden atau dengan persentase 20,8%. Tidak Setuju 1 responden atau dengan persentase 1,4%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Jaminan (*Assurance*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator jaminan dilihat dari pegawai yang dapat dipercaya

Pegawai yang dapat dipercaya dari Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Pengetahuan terhadap jasa yang akan diberikan dengan tepat, kesopansantunan para pegawai dalam memberikan

pelayanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya jaminan (*Assurance*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa pegawai pada wedding organizer Rias Pengantin Nahdya dapat dipercaya oleh pelanggan dalam kategori Setuju. Artinya dengan tumbuhnya rasa percaya pelanggan kepada pegawai dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

4. Pegawai Bersedia Tanggung Jawab Jika Layanan tidak Sesuai dengan Keinginan Pelanggan

Dengan rasa pertanggung jawaban yang dimiliki pegawai wedding organizer, membuat pelanggan akan merasa tenang dan nyaman. Menurut pengamatan penulis, pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya sangat memiliki jiwa pertanggung jawaban yang kuat. Berikut tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya bersedia tanggung jawab jika layanan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan :

Tabel 5.17
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Bersedia Tanggung Jawab Jika Layanan Tidak Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	33,3%
Setuju	25	34,7%
Netral	19	26,4%
Tidak Setuju	4	5,6%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya bersedia tanggung jawab jika layanan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 24 responden atau dengan persentase 33,3%. Setuju sebanyak 25 responden atau dengan persentase 34,7%. Netral sebanyak 19 responden atau dengan persentase 26,4%. Tidak Setuju 4 responden atau dengan persentase 5,6%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Jaminan (*Assurance*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator jaminan dilihat dari pihak perusahaan yang akan bertanggung jawab apabila layanan tidak sesuai keinginan pelanggan akibat pegawai.

Pihak perusahaan yang akan bertanggung jawab apabila layanan tidak sesuai keinginan pelanggan akibat pegawai dari Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka

menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Pengetahuan terhadap jasa yang akan diberikan dengan tepat, kesopansantunan para pegawai dalam memberikan pelayanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya jaminan (*Assurance*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa pegawai pada wedding organizer Rias Pengantin Nahdya bersedia tanggung jawab jika layanan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan dalam kategori Setuju. Artinya dengan adanya rasa pertanggung jawaban dari pegawai dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

5.2.5. Perhatian (*Empathy*)

1. Pegawai selalu Memperhatikan Apabila ada Keluhan dari Pelanggan

Dengan sikap yang selalu sedia memperhatikan pelanggan apabila tiba-tiba datang keluhan dari pelanggan, membuat pelanggan semakin senang. Menurut pengamatan penulis, pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya sangat memperdulikan pelanggannya agar merasa senang dan puas dengan hasil yang diberikan. Berikut tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya selalu memperhatikan apabila ada keluhan dari pelanggan :

Tabel 5.18
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer
Rias Pengantin Nahdya Selalu Memperhatikan Apabila
Ada Keluhan Dari Pelanggan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	33,3%
Setuju	19	26,4%
Netral	25	34,7%
Tidak Setuju	4	5,6%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya selalu memperhatikan apabila ada keluhan dari pelanggan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 24 responden atau dengan persentase 33,3%. Setuju sebanyak 19 responden atau dengan persentase 26,4%. Netral sebanyak 25 responden atau dengan persentase 34,7%. Tidak Setuju 4 responden atau dengan persentase 5,6%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Perhatian (*Empathy*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya perhatian (*Empathy*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator perhatian dilihat dari pegawai memperhatikan keluhan dari pelanggan.

Pegawai memperhatikan keluhan dari pelanggan dari Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Sikap dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada

para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya perhatian (*Empathy*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa pegawai pada wedding organizer Rias Pengantin Nahdya selalu memperhatikan apabila ada keluhan dari pelanggan dalam kategori Netral. Artinya dengan sikap pegawai yang selalu memperhatikan apabila terdapat keluhan dari pelanggan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

2. Pegawai selalu Memberikan Perhatian Lebih kepada Pelanggan

Dengan sikap pegawai rias pengantin nahdya yang selalu memberikan perhatian lebih kepada pelanggannya akan membuat rasa bahagia bagi si pelanggan. Menurut pengamatan penulis, pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya sangat peduli terhadap apa yang dibutuhkan dari pelanggannya. Berikut tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya selalu memberikan perhatian lebih kepada pelanggan :

Tabel 5.19
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai Pada Wedding Organizer
Rias Pengantin Nahdya Selalu Memberikan
Perhatian Lebih Kepada Pelanggan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	33,3%
Setuju	28	38,9%
Netral	16	22,2%
Tidak Setuju	4	5,6%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai pegawai pada wedding organizer rias pengantin nahdya selalu memberikan perhatian lebih kepada pelanggan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 24 responden atau dengan persentase 33,3%. Setuju sebanyak 28 responden atau dengan persentase 38,9%. Netral sebanyak 16 responden atau dengan persentase 22,2%. Tidak Setuju 4 responden atau dengan persentase 5,6%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada. Artinya, secara parsial kualitas pelayanan dari Perhatian (*Empathy*) melalui indikator ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya perhatian (*Empathy*) terhadap kepuasan pelanggan adalah indikator perhatian dilihat dari pegawai memberikan perhatian lebih kepada pelanggan.

Pegawai memberikan perhatian lebih kepada pelanggan dari Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya pada dasarnya menggambarkan bagaimana mereka menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Sikap dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang

diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan (Parasuraman dalam Paramitha, 2010).

Dengan adanya perhatian (*Empathy*) yang baik, maka akan mempengaruhi persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang menjadi lebih tinggi. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa pegawai pada wedding organizer Rias Pengantin Nahdya selalu memberikan perhatian lebih kepada pelanggan dalam kategori Setuju. Artinya dengan sikap pegawai yang selalu memberikan perhatian lebih kepada pelanggan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

5.2.6. Kepuasan Pelanggan

1. Keyakinan Pelanggan kepada Pegawai dalam Menyelesaikan Tugasnya

Keyakinan yang diberikan pelanggan kepada pegawai merupakan harapan dari pelanggan kepada pegawai. Menurut pengamatan penulis, pelanggan Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya yakin terhadap kinerja dari pegawai. Berikut tanggapan responden mengenai keyakinan pelanggan kepada pegawai wedding organizer rias pengantin nahdya dalam menyelesaikan tugasnya :

Tabel 5.20
Tanggapan Responden Mengenai Keyakinan Pelanggan Kepada
Pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya
Dalam Menyelesaikan Tugasnya

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	14	19,4%
Setuju	44	61,1%
Netral	11	15,3%
Tidak Setuju	3	4,2%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai keyakinan pelanggan kepada pegawai wedding organizer rias pengantin nahdya dalam menyelesaikan tugasnya. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 14 responden atau dengan persentase 19,4%. Setuju sebanyak 44 responden atau dengan persentase 61,1%. Netral sebanyak 11 responden atau dengan persentase 15,3%. Tidak Setuju 3 responden atau dengan persentase 4,2%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada.

Menurut Kotler dan Keller (2009:243) kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari kinerja produk atau jasa. Kepuasan pelanggan dilihat dari indikator keyakinan pelanggan terhadap pegawai dalam menyelesaikan tugasnya, termasuk kedalam kategori sebuah harapan (*Expectation*).

Mendapatkan persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang lebih tinggi dapat terjadi jika adanya kualitas pelayanan yang baik. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa keyakinan pelanggan kepada pegawai wedding organizer Rias Pengantin Nahdya dalam menyelesaikan tugasnya dalam

kategori Setuju. Artinya dengan adanya harapan yang menumbuhkan rasa keyakinan dari pelanggan kepada pegawai dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

2. Jasa yang di Berikan Pegawai Sesuai dengan Harapan Pelanggan

Dengan memberikan segala hal yang dibutuhkan, akan menciptakan rasa puas dari pelanggan. Karena jasa yang diberikan pegawai merupakan harapan dari pelanggan. Menurut pengamatan penulis, jasa yang diberikan pegawai Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya sesuai dengan harapan pelanggan. Berikut tanggapan responden mengenai jasa yang diberikan pegawai wedding organizer rias pengantin nahdya sesuai dengan harapan pelanggan :

Tabel 5.21
Tanggapan Responden Mengenai Jasa Yang Diberikan Pegawai
Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya
Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	27	37,5%
Setuju	24	33,3%
Netral	21	29,2%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai jasa yang diberikan pegawai wedding organizer rias pengantin nahdya sesuai dengan harapan pelanggan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 27 responden atau dengan persentase 37,5%. Setuju sebanyak 24 responden atau dengan persentase 33,3%. Netral sebanyak 21 responden atau

dengan persentase 29,2%. Sedangkan untuk Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju tidak ada.

Menurut Kotler dan Keller (2009:243) kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari kinerja produk atau jasa. Kepuasan pelanggan dilihat dari indikator jasa yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, termasuk kedalam kategori sebuah harapan (*Expectation*).

Mendapatkan persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang lebih tinggi dapat terjadi jika adanya kualitas pelayanan yang baik. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa jasa yang diberikan pegawai wedding organizer Rias Pengantin Nahdya sesuai dengan harapan pelanggan dalam kategori Sangat Setuju. Artinya memberikan jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

3. Jasa yang di Berikan Pegawai Sesuai dengan Kebutuhan Pelanggan

Dengan memberikan jasa sesuai kebutuhan pelanggan merupakan nilai dari kinerja aktual dalam kepuasan pelanggan. Dengan tidak adanya complain dari pelanggan mencerminkan jasa yang diberikan sesuai kebutuhan pelanggan. Berikut tanggapan responden mengenai jasa yang diberikan pegawai wedding organizer rias pengantin nahdya sesuai dengan kebutuhan pelanggan :

Tabel 5.22
Tanggapan Responden Mengenai Jasa Yang Diberikan Pegawai
Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Sesuai
Dengan Kebutuhan Pelanggan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	12,5%
Setuju	34	47,2%
Netral	21	29,2%
Tidak Setuju	8	11,1%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai jasa yang diberikan pegawai wedding organizer rias pengantin nahdya sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 9 responden atau dengan persentase 12,5%. Setuju sebanyak 34 responden atau dengan persentase 47,2%. Netral sebanyak 21 responden atau dengan persentase 29,2%. Tidak Setuju 8 responden atau dengan persentase 11,1%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada.

Menurut Kotler dan Keller (2009:243) kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari kinerja produk atau jasa. Kepuasan pelanggan dilihat dari indikator jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan, termasuk kedalam kategori sebuah kinerja aktual (*Performance*).

Mendapatkan persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang lebih tinggi dapat terjadi jika adanya kualitas pelayanan yang baik. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa jasa yang diberikan pegawai wedding organizer Rias Pengantin Nahdya sesuai dengan kebutuhan pelanggan dalam

kategori Setuju. Artinya memberikan jasa sesuai kebutuhan pelanggan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

4. Jasa yang di Berikan Pegawai Memuaskan Keinginan dari Pelanggan

Dengan memuaskan keinginan pelanggan dari jasa yang diberikan pegawai merupakan nilai dari kinerja aktual dalam kepuasan pelanggan. Dengan memberi pujian tanpa adanya complain dari pelanggan merupakan keberhasilan dari pegawai dalam memuaskan keinginan pelanggan. Berikut tanggapan responden mengenai jasa yang diberikan pegawai wedding organizer rias pengantin nahdya memuaskan keinginan dari pelanggan :

Tabel 5.23
Tanggapan Responden Mengenai Jasa Yang Diberikan Pegawai
Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya Memuaskan
Keinginan Dari Pelanggan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	23,6%
Setuju	46	63,9%
Netral	7	9,7%
Tidak Setuju	2	2,8%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai jasa yang diberikan pegawai wedding organizer rias pengantin nahdya memuaskan keinginan dari pelanggan. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 17 responden atau dengan persentase 23,6%. Setuju sebanyak 46 responden atau dengan persentase 63,9%. Netral sebanyak 7 responden atau

dengan persentase 9,7%. Tidak Setuju 2 responden atau dengan persentase 2,8%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada.

Menurut Kotler dan Keller (2009:243) kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari kinerja produk atau jasa. Kepuasan pelanggan dilihat dari indikator jasa memuaskan keinginan pelanggan, termasuk kedalam kategori sebuah kinerja aktual (*Performance*).

Mendapatkan persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang lebih tinggi dapat terjadi jika adanya kualitas pelayanan yang baik. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa jasa yang diberikan pegawai wedding organizer Rias Pengantin Nahdya memuaskan keinginan dari pelanggan dalam kategori Setuju. Artinya memberikan jasa yang dapat memuaskan pelanggan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

5. Rias Pengantin Nahdya Lebih Baik di Bandingkan WO Lain

Dengan memberikan jasa yang terbaik untuk pelanggan akan meningkatkan minat pelanggan terhadap wedding organizer tersebut, sehingga pelanggan akan menilai dan membandingkan dengan wedding organizer lainnya. Berdasarkan wawancara kepada salah satu pelanggan, menyatakan jasa wedding organizer ini lebih baik. Berikut tanggapan responden mengenai jasa wedding organizer rias pengantin nahdya lebih baik dibandingkan dengan wedding organizer lain :

Tabel 5.24
Tanggapan Responden Mengenai Jasa Wedding Organizer
Rias Pengantin Nahdya Lebih Baik Dibandingkan
Dengan WO Lain

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	14	19,4%
Setuju	39	54,2%
Netral	17	23,6%
Tidak Setuju	2	2,8%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai jasa wedding organizer rias pengantin nahdya lebih baik dibandingkan dengan WO lain. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 14 responden atau dengan persentase 19,4%. Setuju sebanyak 39 responden atau dengan persentase 54,2%. Netral sebanyak 17 responden atau dengan persentase 23,6%. Tidak Setuju 2 responden atau dengan persentase 2,8%. Sedangkan untuk Sangat Tidak Setuju tidak ada.

Menurut Kotler dan Keller (2009:243) kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari kinerja produk atau jasa. Kepuasan pelanggan dilihat dari indikator jasa lebih baik dibandingkan dengan wedding organizer yang lain, termasuk kedalam kategori sebuah perbandingan (*Comparison*).

Mendapatkan persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang lebih tinggi dapat terjadi jika adanya kualitas pelayanan yang baik. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa jasa wedding organizer Rias Pengantin

Nahdya lebih baik dibandingkan dengan WO lain dalam kategori Setuju. Artinya penilaian dari pelanggan mengenai jasa yang diberikan dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

6. Keinginan dari Pelanggan untuk Merekomendasikan kepada Orang Lain

Kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan wedding organizer ini kepada orang lain merupakan salah satu indikator dari kepuasan pelanggan. Berdasarkan wawancara kepada salah satu pelanggan, menyatakan kesediaannya untuk merekomendasikan wedding organizer rias pengantin nahdya kepada orang lain. Berikut tanggapan responden mengenai keinginan dari pelanggan untuk merekomendasikan wedding organizer rias pengantin nahdya kepada orang lain :

Tabel 5.25
Tanggapan Responden Mengenai Keinginan Dari Pelanggan Untuk
Merekomendasikan Rias Pengantin Nahdya
Kepada Orang Lain

Tanggapan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	28	38,9%
Setuju	38	52,8%
Netral	6	8,3%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	72	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat, hasil tanggapan responden mengenai keinginan dari pelanggan untuk merekomendasikan wedding organizer rias pengantin nahdya kepada orang lain. Dari 72 responden (100%), yang memilih Sangat Setuju sebanyak 28 responden atau dengan persentase 38,9%. Setuju sebanyak 38 responden atau dengan persentase 52,8%. Netral sebanyak 6

responden atau dengan persentase 8,3%. Sedangkan untuk Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju tidak ada.

Menurut Kotler dan Keller (2009:243) kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari kinerja produk atau jasa. Kepuasan pelanggan dilihat dari indikator keinginan untuk merekomendasi jasa kepada orang lain, termasuk kedalam kategori sebuah perbandingan (*Comparison*).

Mendapatkan persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan yang lebih tinggi dapat terjadi jika adanya kualitas pelayanan yang baik. Berdasarkan hasil responden diatas dapat disimpulkan bahwa keinginan dari pelanggan untuk merekomendasikan wedding organizer Rias Pengantin Nahdya kepada orang lain dalam kategori Setuju. Artinya minat pelanggan untuk merekomendasikan wedding organizer kepada orang lain dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk menggunakan jasa wedding organizer tersebut.

5.3. Rekapitulasi Data

5.3.1. Rekapitulasi Data Untuk Variabel Kualitas Pelayanan Jasa (X)

Tabel 5.26
Rekapitulasi Mengenai Kualitas Pelayanan Jasa Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya

NO	Dimensi	Indikator	Skor Jawaban					Skor
			SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Bukti Fisik	Lokasi strategis dan mudah dijangkau	28	24	17	3	-	
		Nilai	140	96	51	6	0	293
		Ruang tunggu yang nyaman	29	14	26	3	-	
		Nilai	145	56	78	6	0	285
		Memiliki pegawai yang bersih	25	20	24	3	-	
		Nilai	125	80	72	6	0	283
2.	Kehandalan	Memiliki peralatan dan perlengkapan yang bagus	26	17	28	1	-	
		Nilai	130	68	84	2	0	284
		Melakukan prosedur pelayanan dengan akurat dan cepat	30	25	14	3	-	
		Nilai	150	100	42	6	0	298
		Melakukan pelayanan sesuai dengan janji yang ditetapkan	18	29	23	2	-	
		Nilai	90	116	69	4	0	279
3.	Tanggapan	Menjalankan permintaan dari pelanggan tepat waktu	22	28	22	-	-	
		Nilai	110	112	66	0	0	288
		Pegawai tanggap melayani permintaan pelanggan	33	19	19	1	-	
		Nilai	165	76	76	2	0	319
		Pegawai sigap dalam membantu permasalahan dari pelanggan	34	20	17	1	-	
		Nilai	170	80	51	2	0	303
		Pegawai memberikan informasi yang pasti kapan waktu layanan akan direalisasikan	33	26	11	2	-	
		Nilai	165	104	33	4	0	306

4.	Jaminan	Pegawai memiliki kompetensi dalam menjawab pertanyaan pelanggan	22	39	11	-	-	
		Nilai	110	156	33	0	0	299
		Pegawai menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	25	26	19	2	-	
		Nilai	125	104	57	4	0	290
		Pegawai dapat dipercaya oleh pelanggan	24	32	15	1	-	
		Nilai	120	128	45	2	0	295
		Pegawai bersedia tanggung jawab jika layanan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan	24	25	19	4	-	
Nilai	120	100	57	8	0	285		
5.	Perhatian	Pegawai selalu memperhatikan apabila ada keluhan dari pelanggan	24	19	25	4	-	
		Nilai	120	76	75	8	0	279
		Pegawai selalu memberikan perhatian lebih kepada pelanggan	24	28	16	4	-	
		Nilai	120	112	48	8	0	288
Jumlah							4.674	
Nilai Tertinggi							5.760	
Nilai Terendah							1.152	
Nilai Interval							922	
Kriteria Penilaian							Setuju	

Sumber: Data Olahan 2019

Nilai tertinggi : $\sum \text{Item} \times \text{Bobot Tertinggi} \times \sum \text{Responden}$

$$: 16 \times 5 \times 72 = 5.760$$

Nilai terendah : $\sum \text{Item} \times \text{Bobot Terendah} \times \sum \text{Responden}$

$$: 16 \times 1 \times 72 = 1.152$$

Range : $\frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}$

Bobot Tertinggi

$$: \frac{5.760 - 1.152}{5}$$

5

$$: 922$$

Tabel 5.27
Kriteria Penilaian Variabel Kualitas Pelayanan Jasa

No	Range	Kriteria Penilaian
1.	4.838 - 5.760	Sangat Setuju
2.	3.915 - 4.837	Setuju
3.	2.992 - 3.914	Netral
4.	2.069 - 2.991	Tidak Setuju
5.	1.147 - 2.068	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan hasil tabel rekapitulasi Kualitas Pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, dan perhatian, memiliki jumlah nilai 4.674 dengan nilai tertinggi 5.760 dan nilai terendah 1.152 serta nilai interval 922. Sehingga kualitas pelayanan jasa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya dalam kategori **Setuju** dengan nilai 4.674 yang berada diantara 3.915 – 4.837.

5.3.2. Rekapitulasi Data Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 5.28
Rekapitulasi Mengenai Kepuasan Pelanggan Jasa Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya

NO	Dimensi	Indikator	Skor Jawaban					Skor
			SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Kepuasan Pelanggan	Keyakinan pelanggan kepada pegawai dalam menyelesaikan tugasnya	14	44	11	3	-	
		Nilai	70	176	33	6	0	285
		Jasa yang diberikan pegawai sesuai dengan harapan pelanggan	27	24	21	-	-	
		Nilai	135	96	63	0	0	294
		Jasa yang diberikan pegawai sesuai dengan kebutuhan pelanggan	9	34	21	8	-	
		Nilai	45	136	63	16	0	260
		Jasa yang diberikan pegawai memuaskan keinginan dari pelanggan	17	46	7	2	-	
		Nilai	85	184	21	4	0	294

	Rias Pengantin Nahdya lebih baik dibandingkan WO lain	14	39	17	2	-	
	Nilai	70	156	51	4	0	281
	Keinginan dari pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain	28	38	6	-	-	
	Nilai	140	152	18	0	0	310
Jumlah							1.724
Nilai Tertinggi							2.160
Nilai Terendah							432
Nilai Interval							346
Kriteria Penilaian							Setuju

Sumber: Data Olahan 2019

Nilai tertinggi : $\sum \text{Item X Bobot Tertinggi X } \sum \text{ Responden}$
 : $6 \times 5 \times 72 = 2.160$
 Nilai terendah : $\sum \text{Item X Bobot Terendah X } \sum \text{ Responden}$
 : $6 \times 1 \times 72 = 432$
 Range : $\frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Bobot Tertinggi}}$
 : $\frac{2.160 - 432}{5}$
 : 346

Tabel 5.29
Kriteria Penilaian Variabel Kepuasan Pelanggan Jasa

No	Range	Kriteria Penilaian
1.	1.814 - 2.160	Sangat Setuju
2.	1.467 - 1.813	Setuju
3.	1.120 - 1.466	Netral
4.	773 - 1.119	Tidak Setuju
5.	426 - 772	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan hasil tabel rekapitulasi Kepuasan Pelanggan, memiliki jumlah nilai 1.724 dengan nilai tertinggi 2.160 dan nilai terendah 432 serta nilai interval 346. Sehingga kepuasan pelanggan jasa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya dalam kategori **Setuju** dengan nilai 1.724 yang berada diantara 1.467 – 1.813.

5.4. Uji Kualitas Data

Pengujian kualitas data yaitu menguji validitas dan realibilitas data yang digunakan. Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrument penelitian dapat di evaluasi melalui uji validitas dan uji realibilitas. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sedangkan realibilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan realibel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau tidak boleh acak.

1. Uji Validitas

Validitas dapat ditentukan oleh proses pengukuran yang kuat. Suatu instrumen dikatakan mempunyai validitas yang kuat apabila instrumen tersebut mengukur apa yang sebenarnya diukur. Uji validitas data digunakan untuk mengetahui item-item yang ada pada kuesioner mampu mengukur pengaruh yang didapatkan dalam penelitian ini. Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 5.30 berikut ini :

Tabel 5.30
Hasil Uji Validitas Data

NO	Variabel	r-Hitung	r-Tabel	Kesimpulan
1.	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	0,857**	0.2319	Valid
		0,902**	0.2319	Valid
		0,847**	0.2319	Valid
		0,873**	0.2319	Valid
2.	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	0,659**	0.2319	Valid
		0,847**	0.2319	Valid
		0,855**	0.2319	Valid
3.	Tanggapan (<i>Responsiveness</i>)	0,946**	0.2319	Valid
		0,952**	0.2319	Valid
		0,931**	0.2319	Valid
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	0,845**	0.2319	Valid
		0,812**	0.2319	Valid
		0,871**	0.2319	Valid
		0,788**	0.2319	Valid
5.	Perhatian (<i>Empathy</i>)	0,911**	0.2319	Valid
		0,898**	0.2319	Valid
6.	Kepuasan Pelanggan	0,779**	0.2319	Valid
		0,689**	0.2319	Valid
		0,648**	0.2319	Valid
		0,802**	0.2319	Valid
		0,490**	0.2319	Valid
		0,506**	0.2319	Valid

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan Tabel 5.30 dapat diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik dalam kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpulan data, hal ini ditandai dengan $r\text{-hitung} > r\text{-table}$.

2. Uji Realibilitas

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$. hasil pengujian realibilitas yang disajikan pada Tabel 5.31 menunjukkan tidak ada koefisien *Cronbach Alpha* yang kurang dari 0,6 sehingga instrument tersebut realibel untuk digunakan.

Tabel 5.31
Hasil Uji Realibilitas Data

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan			
Bukti Fisik	4	0,893	Reliabel
Kehandalan	3	0,683	Reliabel
Tanggapan	3	0,937	Reliabel
Jaminan	4	0,838	Reliabel
Perhatian	2	0,776	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	6	0,727	Reliabel

Sumber : Data Olahan 2019

5.5. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ini dimaksudkan untuk menggambarkan variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil kuesioner, Tabel statistik deskriptif memperlihatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 5.32
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Pelanggan	72	17	30	23.94	2.882
Bukti Fisik	72	10	20	15.90	3.212
Kehandalan	72	8	15	12.01	1.946
Tanggapan	72	6	15	12.63	2.400
Jaminan	72	11	20	16.24	2.646
Perhatian	72	5	10	7.88	1.661
Valid N (listwise)	72				

Sumber : Data Output 2019

Berdasarkan Tabel 5.32 tersebut untuk kualitas pelayanan dilihat dari bukti fisik mempunyai nilai minimum 10 dan maksimum 20, nilai rata-rata jawaban responden adalah 15,90 dengan standar deviasi 3,212. Dari kehandalan mempunyai nilai minimum 8 dan maksimum 15, nilai rata-rata jawaban responden adalah 12,01 dengan standar deviasi 1,946. Dari tanggapan mempunyai nilai

minimum 6 dan maksimum 15, nilai rata-rata jawaban responden adalah 12,63 dengan standar deviasi 2,400. Dari jaminan mempunyai nilai minimum 11 dan maksimum 20, nilai rata-rata jawaban responden adalah 16,24 dengan standar deviasi 2,646. Dari perhatian mempunyai nilai minimum 5 dan maksimum 10, nilai rata-rata jawaban responden adalah 7,88 dengan standar deviasi 1,661. Dan untuk Kepuasan pelanggan mempunyai nilai minimum 17 dan maksimum 30, nilai rata-rata jawaban responden adalah 23,94 dengan standar deviasi 2,882.

5.6. Analisis Kuantitatif

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa wedding organizer rias pengantin nahdya di Kota Pekanbaru. Hasil analisis regresi linear sederhana menggunakan SPSS versi 21 dapat dilihat pada Tabel 5.33 berikut ini :

Tabel 5.33
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8.367	1.327		6.305	.000		
Bukti Fisik	.192	.086	.214	2.230	.029	.495	2.022
Kehandalan	-.226	.184	-.152	-1.224	.225	.292	3.420
Tanggapan	.468	.121	.390	3.859	.000	.445	2.248
Jaminan	.345	.136	.317	2.545	.013	.293	3.417
Perhatian	.474	.165	.273	2.870	.006	.502	1.994

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Output SPSS 2019

Nilai-nilai pada output diatas kemudian dimasukkan kedalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 8,367 + 0,192X_1 - 0,226X_2 + 0,468X_3 + 0,345X_4 + 0,474X_5$$

Angka-angka pada persamaan diatas adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 8,367 artinya jika kualitas pelayanan bernilai 0 (nol) maka kepuasan pelanggan bernilai 8,367 dengan asumsi variabel lain konstan.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan dari bukti fisik (X_1) bernilai 0,192 yang dapat diartikan bahwa setiap peningkatan bukti fisik sebesar 1 maka akan terjadi peningkatan atas kepuasan pelanggan sebesar 0,192 dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan dari kehandalan (X_2) bernilai -0,226 yang dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kehandalan sebesar 1 maka akan terjadi penurunan atas kepuasan pelanggan sebesar -0,226 dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan dari tanggapan (X_3) bernilai 0,468 yang dapat diartikan bahwa setiap peningkatan tanggapan sebesar 1 maka akan terjadi peningkatan atas kepuasan pelanggan sebesar 0,468 dengan asumsi variabel lain konstan.
5. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan dari jaminan (X_4) bernilai 0,345 yang dapat diartikan bahwa setiap peningkatan jaminan sebesar 1 maka akan terjadi peningkatan atas kepuasan pelanggan sebesar 0,345 dengan asumsi variabel lain konstan.

6. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan dari perhatian (X_5) bernilai 0,474 yang dapat diartikan bahwa setiap peningkatan perhatian sebesar 1 maka akan terjadi peningkatan atas kepuasan pelanggan sebesar 0,474 dengan asumsi variabel lain konstan.

5.7. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui secara parsial pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen, dengan pengambilan keputusan berdasarkan profitabilitas. Pengujian ini dilakukan dengan melihat tingkat signifikan dari masing-masing variabel. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima dan apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak.

Tabel 5.34
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8.367	1.327		6.305	.000		
1							
Bukti Fisik	.192	.086	.214	2.230	.029	.495	2.022
Kehandalan	-.226	.184	-.152	-1.224	.225	.292	3.420
Tanggapan	.468	.121	.390	3.859	.000	.445	2.248
Jaminan	.345	.136	.317	2.545	.013	.293	3.417
Perhatian	.474	.165	.273	2.870	.006	.502	1.994

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Output SPSS 2019

Berdasarkan hasil pengujian data yang dapat dilihat pada Tabel 5.34 maka diperoleh hasil uji t yang diperlukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen.

1. Untuk variabel kualitas pelayanan dari bukti fisik (X_1) nilai signifikansinya adalah $0,029 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis diterima.
2. Untuk variabel kualitas pelayanan dari kehandalan (X_2) nilai signifikansinya adalah $0,225 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kehandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis ditolak.
3. Untuk variabel kualitas pelayanan dari tanggapan (X_3) nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis diterima.
4. Untuk variabel kualitas pelayanan dari jaminan (X_4) nilai signifikansinya adalah $0,013 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis diterima.
5. Untuk variabel kualitas pelayanan dari perhatian (X_5) nilai signifikansinya adalah $0,006 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis diterima.

2. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah sebuah variabel independen yaitu kualitas pelayanan dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Hasil uji F terhadap variabel penelitian dengan menggunakan program SPSS versi 21 adalah sebagai berikut :

Tabel 5.35**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	413.272	5	82.654	30.907	.000 ^b
	Residual	176.506	66	2.674		
	Total	589.778	71			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Perhatian, Tanggapan, Bukti Fisik, Jaminan, Kehandalan
Sumber : Data Output SPSS 2019

Dari hasil output SPSS dapat dilihat bahwa uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 30,907 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena tingkat probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5.8. Koefisien Determinasi (R^2)

Secara simultan variabel independen yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.36**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.701	.678	1.635

a. Predictors: (Constant), Perhatian, Tanggapan, Bukti Fisik, Jaminan, Kehandalan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Output SPSS 2019

Koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,701 atau 70,1%. Hal ini menunjukkan bahwa, kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas pelayanan sebesar 70,1% Sedangkan sisanya yaitu 29,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

5.9. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari 72 responden, apabila dilihat dari segi umur 54,17% atau 39 orang adalah pelanggan yang berumur 25 - 34 tahun. Dengan jenis kelamin wanita sebesar 58,33% atau 42 orang, ini dikarenakan dalam mempersiapkan suatu acara lebih banyak direncanakan dan diinginkan oleh wanita. Dikarenakan banyaknya pekerja-pekerja yang ingin menikah maka pelanggan 40,28% atau 29 orang bekerja sebagai Swasta, selain itu 29,17% pekerja PNS, 18,05% pekerja Wiraswasta, dan 12,50% pekerja lainnya.

Wedding organizer Rias Pengantin Nahdya memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh banyak orang. Kantor Rias Pengantin Nahdya juga menyediakan ruang tunggu yang bersih dan nyaman untuk pelanggan yang datang, memiliki peralatan dan perlengkapan yang bagus dan lengkap, serta mereka juga memiliki pegawai-pegawai yang bersih.

Dalam memberikan sebuah informasi, pemilik Rias Pengantin Nahdya sangat terbuka, akurat dan cepat sesuai apa yang ingin diketahui dari pelanggan. Selain itu pemilik Rias Pengantin Nahdya juga melakukan pelayanan sesuai janji yang telah ditetapkan kepada pelanggan, dan melakukan segala permintaan pelanggan yang telah ditetapkan tepat pada waktunya.

Pegawai-pegawai wedding organizer Rias Pengantin Nahdya bekerja dengan sangat bagus. Mereka sangat tanggap dalam memenuhi permintaan dari pelanggan, sigap dalam merespon setiap permasalahan atau keluhan yang ada pada pelanggan, serta selalu memberikan informasi yang jelas dan pasti kepada pelanggan untuk layanan yang akan direalisasikan sehingga tidak akan membuat pelanggan menunggu dengan tidak adanya kejelasan.

Pegawai yang ada di wedding organizer ini selalu memperlakukan pelanggannya dengan baik, berbahasa yang baik dan jelas kepada pelanggan. Mereka selalu sigap dalam pekerjaan yang diberikan dan menyelesaikan pekerjaannya dengan tepat waktu. Pelanggan yang sudah memilih wedding organizer ini dapat mempercayai segalanya kepada pegawai mereka karena rasa tanggung jawab yang besar, apabila layanan yang diinginkan pelanggan tidak sesuai maka pegawai mereka bersedia untuk tanggung jawab.

Pelanggan akan merasa tenang dan senang dengan layanan yang diberikan pegawai Rias Pengantin Nahdya, karena pegawai mereka selalu memperhatikan keinginan pelanggan, dan sigap apabila tiba-tiba datang keluhan dari pelanggan.

Untuk pelanggan yang mempercayai wedding organizer Rias Pengantin Nahdya berarti juga mempercayai pegawai mereka dalam melaksanakan tugasnya, sehingga hasil yang diberikan pegawai sesuai dengan harapan pelanggan. Selain itu, jasa yang diberikan pegawai juga sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan dapat memuaskan keinginan dari pelanggan. Dengan begitu, pelanggan akan setia untuk selalu menggunakan jasa wedding organizer Rias Pengantin Nahdya dan merekomendasikan wedding organizer ini ke orang lain.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Ini dapat dibuktikan melalui frekuensi pernyataan responden pelanggan rias pengantin nahdya pada kuesioner.

Yang menjadi indikasi penyebab berpengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah metode pengukuran kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dalam penelitian pelanggan rias pengantin nahdya ini diukur berdasarkan bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, dan perhatian.

Penelitian terdahulu dari Wijayanto Kusuma Jati (2017) dengan judul “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Diferensiasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Memilih Wedding Organizer Di Kota Semarang” mengemukakan bahwa secara simultan Citra Merek, Promosi, Kualitas Layanan, dan Diferensiasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Selain itu, Resi Purnamasari (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada New Hollywood Hotel Pekanbaru” mengemukakan bahwa Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Sedangkan Yayuk Aprilliany (2015) dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Jasa Rias Pengantin Dan Catering Terhadap Kepuasan Konsumen” mengemukakan bahwa Secara simultan Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan secara parsial Citra Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan (variabel independen) yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, tanggapan, jaminan, dan perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (variabel dependen).
2. Kualitas pelayanan yang dilihat dari setiap dimensinya, untuk bukti fisik, tanggapan, jaminan, dan perhatian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, penulis hendak memberikan beberapa saran untuk Pengusaha Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya di Kota Pekanbaru dan juga untuk penelitian yang akan datang agar penelitian ini selanjutnya lebih sempurna. Saran-saran yang penulis berikan antara lain :

1. Bagi Pengusaha Wedding Organizer Rias Pengantin Nahdya dan Wedding Organizer lainnya di Kota Pekanbaru hendaklah lebih mempelajari dan memahami tentang kualitas pelayanan terutama kehandalan, serta meningkatkan kualitas pelayanan (Bukti fisik, Kehandalan, Tanggapan, Jaminan, dan Perhatian) yang dimana berkaitan dengan kepuasan

pelanggan agar kegiatan yang dilakukan bisa maksimal dan memberikan kepuasan kepada pelanggan secara total.

2. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat lebih memperluas lokasi penelitian mengenai Wedding Organizer ini, seperti mengambil Wedding Organizer lain di kota ini untuk diteliti. Selain itu juga bisa menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilliany, Yayuk. 2015. “Analisis Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Jasa Rias Pengantin Dan Catering Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada N’den Wedding Organizer Bandung)”. Skripsi. STIE STAN-IM.
- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. “Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan”. *Usahawan*, No. 5.
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metodologi Penelitian Management*, CV.Indoprint. Semarang.
- Ghozali, Imam 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi pertama*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hayati, Nur. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Kasus pada Kereta Api Kelas Eksekutif Turangga). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi* Vol. III, No. 2, November 2011.
- Ishaq, Muhammad. 2012. Perceived Value, Service quality, Corporate Image And Customer Loyalty: Empirical Assessment From Pakistan. *Servian Journal Of Management* Vol. 7, No. 1, Pp. 25-36.
- Jati, Wijayanto Kusuma. 2017. “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Promosi, Kualitas Layanan Dan Diferensiasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Memilih Wedding Organizer Di Kota Semarang”. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Universitas Dian Nuswantoro.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian (Edisi pertama)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran (Terjemahan). PT. INDEKS Kelompok Media, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 13. Alih Bahasa oleh Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, edisi pertama, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- Parasuraman, A. dkk. 1988. *Survqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. *Journal of Retailing*, Vol. 64. Pp. 12-40.
- Purnamasari, Resi. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada New Hollywood Hotel Pekanbaru”. Skripsi Universitas Islam Riau.
- Rohym, Abdur. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Laundry Cantika Simpang Lima Labersa Kota Pekanbaru”. Skripsi Universitas Islam Riau.
- Sugiyono, Prof . Dr. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*, edisi kedua, cetakan ketiga, Penerbit: Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. BPFE: Yogyakarta. <http://www.wikipedia.com>. Diakses Maret 2015.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Wenda, A.A. Ayu Atika Paramitha., Rahyuda, I Ketut., Suasana, I. Gst. A. Kt. G. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia Di Denpasar*.
- Wijaya Tony, 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Cetakan ke-1 dan ke-2
- Wood, Ivonne. 2009. *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zeithaml, V. A., M. J. Bitner, 1996. *Service Marketing*, New Jersey: The McGraw Hill Companies, Inc.