

**IMPLEMENTASI *SERVICE QUALITY* DALAM MENCIPTAKAN
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. CAPELLA DINAMIK
NUSANTARA DI KECAMATAN BAGAN SINEMBAH
KABUPATEN ROKAN HILIR**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Riau Pekanbaru*



OLEH

SITI NUR HALIMAH
NPM.165210208

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S-1
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2020**

ABSTRAK

IMPLEMENTASI *SERVICE QUALITY* DALAM MENCIPTAKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. CAPELLA DINAMIK NUSANTARA DI KECAMATAN BAGAN SINEMBAH KABUPATEN ROKAN HILIR

Oleh

SITI NUR HALIMAH

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana implementasi *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan di PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir 36 orang dan pelanggan sebanyak 1.967 orang, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Oleh karena itu sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1 pimpinan, 7 karyawan dan 95 pelanggan. Teknik analisa data yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa Implementasi *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir berada pada kategori tinggi, *service quality* ini meliputi *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* yang tinggi sehingga kepuasan pelanggan meningkat.

Kata Kunci : *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Kepuasan Pelanggan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan berkat dan kasihnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Implementasi *Service Quality* Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Capella Dinamik Nusantara Di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir** yang disusun sebagai syarat Akademis dalam penyelesaian Program Studi Manajemen (S1), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih yang mendalam, khusus penulis sampaikan kepada orang tua Usman Gumanti dan Sri Nuryati yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, doa serta dukungannya dalam kehidupan penulis. Penulisan skripsi ini tidak bisa terlaksana tanpa sumbangan tenaga dan pikiran dari berbagai pihak yang telah membantu, untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak.,CA
2. Ketua Program Studi Ilmu Manajemen Universitas Islam Riau Abd Razak Jer. SE.,M.Si
3. Dosen pembimbing Eva Sundari, SE., MM. C.R.B.C yang telah bersedia meluangkan waktunya, memberikan ilmu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Seluruh Dosen yang dengan ikhlas memberikan ilmu dan mendidik penulis selama mengikuti perkuliahan dan juga seluruh staf kepegawaian Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu kepada saya sebagai penulis.
5. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan do'a, semangat dan motivasinya kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepala Pimpinan PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yang telah membantu dalam melengkapi data yang diperlukan selama penelitian.
7. Kepada teman-teman yang telah bersama-sama berbagi canda dan duka, semoga kita semua menjadi orang yang sukses.
8. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga Tuhan memberikan berkat atas semua kebaikan dan bantuan yang diberikan kepada penulis. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga apa yang tertuang di dalam skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, Juni 2020
Penulis,

SITI NUR HALIMAH

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.2 Kerangka Pemikiran	22
2.3 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Lokasi Penelitian	24
3.3 Operasional Variabel	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	25
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Teknik Analisis Data	28
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	32
4.1 Sejarah PT. Capella Dinamik Nusantara	32
4.2 Visi dan Misi PT. Capella Dinamik Nusantara	33
4.3 Struktur Organisasi	33
4.4 Uraian Tugas.....	34

4.5	Aktivitas Perusahaan	37
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
5.1	Identitas Responden Karyawan	39
5.1.1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
5.1.2.	Responden Berdasarkan Usia	40
5.1.3.	Responden Berdasarkan Pendidikan	40
5.2	Identitas Responden Pelanggan	41
5.1.4.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
5.1.5.	Responden Berdasarkan Usia	42
5.1.6.	Responden Berdasarkan Pendidikan	42
5.3	Uji Instrumen Penelitian	43
5.2.1	Uji Validitas	43
5.2.2	Uji Reliabilitas	44
5.4	Analisis Deskriptif	44
5.3.1.	<i>Tangible</i>	45
5.3.2.	<i>Empathy</i>	49
5.3.3.	<i>Reliability</i>	57
5.3.4.	<i>Responsiveness</i>	63
5.3.5.	<i>Assurance</i>	66
5.5	Pembahasan	75
BAB VI	PENUTUP	78
6.1	Kesimpulan	78
6.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		80

DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Jumlah Karyawan Sesuai Jabatan di PT. Capella Dinamik Nusantara.....	3
Tabel	1.2	Pelayanan yang diBerikan Kepada Pelanggan	4
Tabel	1.3	Jumlah Pelanggan Jasa	5
Tabel	1.4	Data Keluhan Pelanggan PT. Capella Dinamik Nusantara	6
Tabel	2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel	3.1	Operasional Variabel.....	25
Tabel	3.2	Data Informan Penelitian.....	26
Tabel	3.3	Interval Rata-Rata Variabel.....	29
Tabel	3.4	Tabel Kelas Interval	30
Tabel	5.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel	5.2	Responden Berdasarkan Umur	40
Tabel	5.3	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	40
Tabel	5.4	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel	5.5	Responden Berdasarkan Umur	42
Tabel	5.6	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	42
Tabel	5.7	Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	43
Tabel	5.8	Hasil Output Uji Reliabilitas	44
Tabel	5.9	Fasilitas Fisik Jawaban Karyawan.....	45
Tabel	5.10	Fasilitas Fisik Jawaban Pelanggan	46
Tabel	5.11	Perlengkapan Pegawai Jawaban Karyawan.....	47
Tabel	5.12	Perlengkapan Pegawai Jawaban Pelanggan	47
Tabel	5.13	Sarana Komunikasi Jawaban Karyawan	48
Tabel	5.14	Sarana Komunikasi Jawaban Pelanggan	48
Tabel	5.15	Kemudahan Dalam Melakukan Hubungan Jawaban Karyawan .	49
Tabel	5.16	Kemudahan Dalam Melakukan Hubungan Jawaban Pelanggan .	51
Tabel	5.17	Komunikasi yang baik Jawaban Karyawan.....	53
Tabel	5.18	Komunikasi yang baik Jawaban Pelanggan	53

Tabel	5.19	Perhatian Pribadi Jawaban Karyawan	54
Tabel	5.20	Perhatian Pribadi Jawaban Pelanggan	55
Tabel	5.21	Memahami kebutuhan pelanggan Jawaban Karyawan.....	56
Tabel	5.22	Memahami kebutuhan pelanggan.....	57
Tabel	5.23	Kemampuan Memberikan Pelayanan Yang Dijanjikan Dengan Segera Jawaban Karyawan	58
Tabel	5.24	Kemampuan Memberikan Pelayanan Yang Dijanjikan Dengan Segera Jawaban Pelanggan.....	58
Tabel	5.25	Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat Jawaban Karyawan.....	60
Tabel	5.26	Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat Jawaban Pelanggan.....	60
Tabel	5.27	Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan Jawaban Karyawan.....	61
Tabel	5.28	Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan Jawaban Pelanggan.....	62
Tabel	5.29	Kesediaan untuk membantu konsumen Jawaban Karyawan.....	64
Tabel	5.30	Kesediaan untuk membantu konsumen Jawaban Pelanggan.....	64
Tabel	5.31	Memberikan Pelayanan dengan tanggap Jawaban Karyawan.....	65
Tabel	5.32	Memberikan Pelayanan dengan tanggap Jawaban Pelanggan.....	66
Tabel	5.33	Pengetahuan Jawaban Karyawan	67
Tabel	5.34	Pengetahuan Jawaban Pelanggan	67
Tabel	5.35	Kemampuan Jawaban Karyawan	68
Tabel	5.36	Kemampuan Jawaban Pelanggan	69
Tabel	5.37	Kesopanan Jawaban Karyawan	70
Tabel	5.38	Kesopanan Jawaban Pelanggan	71
Tabel	5.39	Sifat dapat dipercaya Jawaban Karyawan	72
Tabel	5.40	Sifat dapat dipercaya Jawaban Pelanggan.....	72
Tabel	5.41	Rekapitulasi Jawaban Karyawan Terhadap Variabel <i>Service Quality</i> Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan	73

Tabel 5.42 Rekapitulasi Jawaban Pelanggan Terhadap Variabel <i>Service Quality</i> Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan	74
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Angket Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Uji Validitas Dan Reliabilitas



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini semakin disadari bahwa kualitas jasa dan kepuasan pelanggan merupakan faktor yang paling penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan atau alami terhadap harapannya.

Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, sebuah perusahaan/lembaga harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan dibanding harapannya, pelanggan tentu akan semakin puas.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi perusahaan (lembaga), diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan pelanggan dan atas dasar itu kemudian berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin.

Cara yang dapat ditempuh untuk memahami harapan pelanggan dan kebutuhan pelanggan antara lain dengan melakukan pemantauan kepuasan

pelanggan (misalnya dengan observasi, survei, *ghostshooping*, *lost customer analysis*).

Perusahaan harus senantiasa berusaha mewujudkan harapan pelanggan semaksimal mungkin sehingga pelanggan tidak hanya merasa puas, tetapi sangat puas, pelanggan yang hanya merasa puas mudah untuk berubah pikiran bila mendapatkan tawaran yang lebih baik. Pelanggan yang amat puas lebih sukar mengubah pilihannya karena kepuasan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh memang tidak mudah, apalagi pelanggan yang dihadapi saat ini berbeda dengan pelanggan beberapa tahun lalu. Tjiptono (2014:146) mengatakan bahwa tidak realitas bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas.

Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik, dan pada saat yang bersamaan perusahaan perlu pula memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas. Menurut Parasuraman, dalam Tjiptono (2016:70) terdapat lima aspek penting yang harus diperhatikan dalam kualitas jasa pelayanan, yaitu: bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*).

Salah satu usaha jasa yang berkembang di Kabupaten Rokan Hilir saat ini adalah PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan dan

perbaikan sepeda motor. Karyawan yang bekerja di PT. Capella Dinamik Nusantara sebanyak 36 orang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Karyawan Sesuai Jabatan di PT. Capella Dinamik Nusantara

No	Nama Jabatan	Jumlah Karyawan
1	Sales Office Head	1
2	Administratur	1
3	Kasir	2
4	AR Controller	1
5	Sales Supervisor	1
6	Salesman	11
7	Kanvasser	4
8	Kolektor	9
9	Counter Sales	4
10	Penyalin Data	2
Jumlah		36

Sumber: PT. Capella Dinamik Nusantara, Tahun 2020

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir harus bisa memberikan kepuasan akan pelayanannya. Konsumen yang puas dan sangat puas dengan kualitas jasa yang diberikan oleh PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir cenderung menjadi loyal dan setia untuk terus menggunakan jasa PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir tersebut, sedangkan konsumen yang kurang puas atau tidak puas memiliki kecenderungan untuk beralih kepada perusahaan sejenis yang lain yang mampu menawarkan jasa dengan kualitas yang lebih baik. Oleh karena itu, PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya, dimulai dengan mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan.

PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir dalam menjalankan bisnisnya menjual produk honda yang berkualitas dan sesuai dengan harga serta memberikan sarana dan prasarana bagi pelanggan. Hal ini dilakukan agar pelanggan tidak merasa bosan ketika akan melakukan transaksi pembelian. Berikut adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan:

Tabel 1.2
Pelayanan yang diBerikan Kepada Pelanggan

No	Pelayanan
1	Ruangan nyaman/AC
2	Ruang tunggu bersih dan rapi
3	Pengerjaan yang cepat dan bersih
4	Harga relatif murah dibanding pesaing
5	Pelayanan karyawan yang ramah dan sopan
6	Produk yang dijual ramah lingkungan karena menggunakan bahan linen tidak banyak menyerap debu

Sumber: PT. Capella Dinamik Nusantara, Tahun 2020

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa PT. Capella Dinamik Nusantara di dalam ruangan kantor baik untuk ruang tunggu pelanggan dan untuk pegawai bekerja yang dirasakan sudah dingin. Selain adanya AC ruangan tunggu juga bersih dan rapi, seperti adanya sofa untuk pelanggan, ada *welcome drink*.

Sebagai institusi jasa, PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir tidak hanya dituntut untuk memenuhi pelayanan dengan baik, akan tetapi juga harus mampu bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan memberikan *service quality* yang terbaik. Oleh karena itu diperlukan suatu konsep berwawasan konsumen dimana bengkel memusatkan perhatian penuh terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Seiring dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan saat ini ditambah pesatnya persaingan antar perusahaan yang bergerak dalam bidang sama

yang mengakibatkan jumlah pengunjung yang fluktuatif dan kecenderungan menurun. Hal ini dapat dilihat berdasarkan pada data berikut:

Tabel 1.3
Jumlah Pelanggan Jasa

No	Tahun	Jumlah Pelanggan (Orang)
1	2014	2200
2	2015	2155
3	2016	2105
4	2017	2000
5	2018	1967
6	2019	1938

Sumber: PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir, 2019

Berdasarkan Tabel 1.3. di atas dapat diketahui bahwa jumlah pengguna jasa PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir adalah fluktuatif tetapi secara umum jumlah pengunjung pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir mengalami penurunan. Kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Pada dasarnya, pengertian kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan memuaskan.

Di lihat data diatas pelanggan mengenal PT. Capella Dinamik Nusantara menggunakan WOM, berarti WOM positif selama ini berjalan dengan baik meningkatkan kemajuan dan pendapatan perusahaan. Kurang puasny pelayanan terhadap pelanggan pelanggan juga melakukan komplain dan keluhan secara langsung terhadap PT. Capella Dinamik Nusantara. Perusahaan PT. Capella

Dinamik Nusantara untuk menjaga reputasi tidak dapat menampilkan data komplain secara keseluruhan. Peneliti telah menemukan data keluhan pelanggan PT. Capella Dinamik Nusantara melalui jaringan web, yaitu:

Tabel 1.4

Data Keluhan Pelanggan PT. Capella Dinamik Nusantara

Tanggal	Keterangan	Tanggapan
Mei 2019	Mengalami keterlambatan dalam pengantaran barang	PT. Capella Dinamik Nusantara meningkatkan penyelesaian pekerjaan lebih cepat
Agustus 2019	Salah satu produk mengalami kerusakan	PT. Capella Dinamik Nusantara berusaha mempertahankan fasilitas dan hasil yang lebih maksimal
Desember 2019	Kelalaian karyawan dalam memberikan harga kepada pelanggan	PT. Capella Dinamik Nusantara memberikan pelatihan kepada karyawan dalam melayani pelanggan
Januari 2020	Lokasi PT. Capella Dinamik Nusantara jauh dari pusat kota	PT. Capella Dinamik Nusantara berusaha membuka cabang yang dekat dari pusat kota

Sumber: PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir, 2019

Tabel 1.4. adanya keluhan yang dirasakan pelanggan PT. Capella Dinamik Nusantara melalui informasi salah satu akses web. Upaya yang dilakukan oleh PT. Capella Dinamik Nusantara untuk mengurangi terjadinya keluhan atau komplain secara langsung maupun tidak langsung adalah dengan selalu memberikan tanggapan setiap kali pelanggan yang memberitakan tentang PT. Capella Dinamik Nusantara.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **Implementasi Service Quality Dalam**

menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut: Bagaimanakah implementasi *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan

Tujuan dalam penelitian ini adalah: untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana implementasi *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

1.3.2. Manfaat adalah :

a. Bagi perusahaan

Dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menciptakan keunggulan dan dapat bersaing dengan perusahaan yang lainnya.

b. Bagi karyawan

Dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kinerja, khususnya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

- c. Bagi masyarakat pada umumnya dan mahasiswa pada khususnya
Dapat di gunakan sebagai acuan atau referensi untuk penelitian-
penelitian selanjutnya khususnya di bidang manajemen pemasaran.



BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. *Service Quality*

2.1.1.1. Definisi Service

Menurut Gronos dalam Ratminto dan winarsih (2012:2) pelayanan adalah aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibatnya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan masalah konsumen.

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara. Kebutuhan manusia adalah suatu rasa yang timbul secara alami dari dalam diri manusia untuk memenuhi segala sesuatu yang diperlukan dalam kehidupannya. Kebutuhan-kebutuhan ini kemudian memunculkan keinginan manusia untuk memperoleh sesuatu yang dibutuhkan tersebut sebagai alat pemuas kebutuhan hidupnya. Menurut Barata (2013:13), pelayanan adalah proses penyedia kebutuhan akan barang dan jasa bagi pihak yang membutuhkannya.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu proses yang diberikan untuk seseorang untuk orang lain yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada pemilikan sesuatu pada jual beli barang atau jasa sehingga orang tersebut memperoleh suatu yang diinginkan.

2.1.1.2. Definisi Quality

Kualitas memiliki arti yang berbeda-beda tergantung penempatan kosa kata yang digunakan atau tergantung istilah apa yang digunakan. Pengertian kualitas menurut Marnis (2008:143), kekhususan pengertian kualitas terletak pada faktor standar yang ditetapkan, yang ditinjau dari dimensi tertentu, misalnya komposisi kimiawi bahan baku, kekerasan, kekuatan, kerataan permukaan, ketepatan ukuran, dan beberapa faktor lain yang lebih bersifat Kosubjektif. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*), kualitas dipandang secara luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses lingkungan dan manusia.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila pelanggan mendapatkan hal yang sesuai dengan keinginannya maka kualitas pelayanan tersebut dapat dikatakan baik. Apabila jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Menurut Tjiptono (2016:115) mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan

yang memenuhi atau yang melebihi harapan.

Menurut Laksana (2008:88) menyatakan bahwa kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keberagaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan harapan konsumen terhadap produk atau jasa diterima.

2.1.1.3. Definisi Service Quality

Dalam dunia bisnis, bukan hanya produk/jasa yang diperhatikan. Dalam hal berbisnis kualitas pelayanan harus bisa diperhatikan juga. Karena kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka.

Menurut Tjiptono (2014:59), kualitas pelayanan merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan kurang baik dan kurang memuaskan, maka usaha tersebut akan dinilai kurang bermutu.

Menurut Wijaya (2011:11) pengertian kualitas yaitu sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan atau konsumen. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut. Definisi kriteria pelayanan jasa berpusat pada

upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima (*expected service*) atau jasa yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal atau memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan oleh konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

2.1.1.4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2014:282) menjelaskan bahwa indikator kualitas pelayanan dapat dilihat pada lima dimensi. Kelima dimensi utama kualitas pelayanan tersebut adalah:

a) Bukti fisik (*Tangible*)

Tampilan fisik yang diberikan perusahaan kepada konsumen meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi.

b) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yang diberikan perusahaan dalam bentuk kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, keakuratan dan memuaskan, yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

c) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap yang diberikan perusahaan dalam bentuk keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

d) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yang diberikan perusahaan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko, dan keraguan.

e) Perhatian (*Empathy*)

Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

Dimensi kualitas jasa menurut Lupiyoadi (2010:182) terbagi menjadi lima dimensi, yaitu :

- a) Berwujud (*Tangible*), yaitu penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang harus diandalkan. Keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b) Empati (*Empathy*), yaitu kepedulian dan perhatian perindividu yang diterapkan badan usaha dalam menghadapi tamu.
- c) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua tamu.

- d) Tanggapan (*Responsiveness*), yaitu kemampuan untuk membantu menyediakan jasa yang tepat kepada tamu.
- e) Kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan tamu. Kelima mutu jasa di atas memegang peranan yang sangat penting dalam pemasaran jasa, sehingga menjadi hal yang harus diperhatikan jika ingin memberikan kualitas jasa yang terbaik.

Berdasarkan beberapa teori di atas, maka dapat dijelaskan bahwa pengukuran kualitas pelayanan dapat diukur menggunakan lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*).

2.1.1.5. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Konsumen

Menurut Nasution (2008:47) secara garis besar terdapat dua jenis layanan yaitu :

1. Kualitas layanan internal

Kualitas layanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran karyawan perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal, antara lain :

- a. Pola manajemen umum organisasi atau perusahaan.
- b. Penyedia fasilitas pendukung.
- c. Pengembangan sumber daya manusia.
- d. Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja.

- e. Pola insentif.
- 2. Kualitas pelayanan eksternal

Mengenai kualitas layanan kepada konsumen eksternal, kita boleh berpendapat bahwa kualitas layanan ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain:

- a. Kualitas pelayanan eksternal yang berkaitan dengan penyedia jasa
 - (1) Pola layanan data cara pembentukan jasa tertentu.
 - (2) Pola layanan distribusi
 - (3) Pola layanan penjualan jasa
 - (4) Pola layanan penyampaian jasa
- b. Kualitas pelayanan eksternal yang berkaitan dengan penyedia barang
 - (1) Pola layanan dan pembuatan barang berkualitas atau penyedia barang yang berkualitas.
 - (2) Pola layanan pendistribusian barang
 - (3) Pola layanan penjualan barang
 - (4) Pola pelayanan purna jual

2.1.1.6. Service Quality Attribute

Udayana dan Sanawiri (2018) menjelaskan bahwa *Service Quality Attributes* merupakan *service quality* model yang diciptakan oleh John Haywood-Farmer untuk memudahkan pelaku usaha memahami harapan pelanggan akan pelayanan yang telah mereka berikan. Model ini terbagi menjadi tiga bagian sehingga memudahkan pelaku usaha untuk memahami *service quality* secara lebih lengkap. Ketiga bagian tersebut yaitu :

1. *Physical facilities, process and procedures*

Bagian ini mencakup semua hal yang terkait dengan tiga hal yang ada di bengkel. Pertama menyakut tentang fasilitas fisik yang mana layanan atau jasa diciptakan, disalurkan, dan dinikmati oleh pelanggan. Kedua tentang barang-barang penunjang yang sering dijual sebagai bagian dari layanan. Ketiga adalah proses dan prosedur yang mana itu diciptakan, disalurkan, dan digunakan. Contoh dari bagian ini yaitu seperti lokasi usaha, tata letak, ukuran, dekorasi, keandalan fasilitas, alur proses dan fleksibilitas, keseimbangan kapasitas, kontrol alur proses, dan jangkauan layanan.

2. *People behaviour and conviviality*

Bagian ini mencakup tentang tingkah laku atau cara para karyawan atau pihak internal perusahaan atau sebuah bisnis dalam menyalurkan jasa atau layanan kepada pelanggan. Contoh dari bagian ini yaitu seperti ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, komunikasi dengan pelanggan, kehangatan, keramahan, kebijaksanaan, sikap, nada bicara, pakaian, kerapian, kesopanan, perhatian, antisipasi, menangani keluhan, dan penyelesaian masalah.

3. *Profesional Judgment*

Bagian ketiga ini mencakup tentang profesionalisme dari pihak-pihak yang menyediakan layanan atau jasa kepada pelanggan. Contoh dari bagian ini yaitu seperti diagnosa, nasihat, bimbingan, inovasi, kejujuran, kerahasiaan, kebijaksanaan, pengetahuan, dan keterampilan.

2.1.2. Kepuasan Pelanggan

2.1.2.1. Definisi Kepuasan

Kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka cenderung akan membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Jika mereka tidak dipuaskan, mereka cenderung beralih merek serta mengajukan keberatan pada produsen, pengecer dan bahkan menceritakannya kepada konsumen lainnya.

Menurut Simamora (2010:79) Kepuasan adalah perasaan konsumen setelah membandingkan harapan (*purchase*) dengan kinerja aktual produk/jasa yang dikonsumsi. Menurut Husain (2007:65) bahwa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Menurut Tjiptono (2014:349) ada beberapa penelitian yang mendefinisikan kepuasan sebagai tanggapan emosional kepada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk dan jasa.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan merupakan suatu perasaan konsumen yang diterima dan diharapkan oleh konsumen. Jika produk atau jasa dirasa puas maka konsumen akan membelinya dan menggunakannya dan sebaliknya jika konsumen tidak puas konsumen tidak akan membelinya.

2.1.2.2.Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2016) indikator kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk atau jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

2. Minat berkunjung kembali

Merupakan ketersediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa terkait.

3. Ketersediaan merekomendasikan

Merupakan ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen kepada industri jasa atau pelayanan terdapat beberapa atribut yang dapat dijadikan tolak ukur, Ada empat indikator kepuasan konsumen tersebut adalah (Tjiptono, 2016:453-454):

1. Kepuasan konsumen keseluruhan

Dimana konsumen langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasarkan produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa lain.

2. Konfirmasi harapan

Kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

3. Ketersediaan untuk merekomendasi

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bukan hanya terjadi satu kali pembelian, terdapat ketersediaan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga karena adanya kepercayaan kepada produk terlebih dahulu setelah menggunakannya secara pribadi terlebih dahulu.

4. Minat pembelian ulang

Kepuasan konsumen yang diukur berdasarkan perilaku dengan jalan menanyakan konsumen apakah akan berbelanja produk barang yang perusahaan jual lagi.

2.1.2.3. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2014:369), ada empat metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran, komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain-lain.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Industri yang responsive mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelepon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industri. Selain itu ditanyakan kinerja industri saingannya.

3. *Ghost Shopping* (Pelanggan Bayaran)

Pelanggan bayaran adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi pelanggan dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri maupun industri saingannya. Selain itu pelanggan bayaran melaporkan apakah waktu wiraniaga tersebut menanggapi dengan baik atau tidak.

4. Analisa Pelanggan yang Beralih

Industri dapat menghubungi pelanggan yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan barang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan seterusnya), sehingga dapat diketahui tingkat kehilangan pelanggan.

2.1.2.4. Manfaat Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu loyalitas dan efek *positive word of mouth* (Tjiptono, 2016:41) lebih rinci manfaat-manfaat spesifik kepuasan konsumen bagi perusahaan mencakup:

1. Meningkatkan loyalitas konsumen
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan yang berasal dari pembelian ulang.
3. Menekan biaya transaksi konsumen, terutama dari efisien biaya komunikasi, penjualan dan layanan konsumen.
4. Meningkatkan imunitas konsumen terhadap godaan merek lain.
5. Membuat peluang perusahaan menetapkan harga premium kepada konsumen.
6. Konsumen akan jadi lebih terbuka dengan tawaran perusahaan untuk lini produk atau lini merek lain.

2.1.3. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat analisis dan kesimpulan yang akan dibuat dalam penelitian ini maka penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil
1	M. Faza Abadi Udayana dan Brillyanes Sanawiri (2018)	Implementasi <i>service quality</i> dalam menciptakan kepuasan pelanggan (Studi pada Bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor di Kota Malang)	Deskriptif Kualitatif	Pihak manajemen bengkel dan pihak pelanggan memiliki pendapat tentang <i>service quality</i> . Prespektif dari bengkel tentang <i>service quality</i> tidak ada perbedaan yang mendasar dengan prespektif pelanggan. Prespektif dari pihak manajemen bengkel dan pelanggannya menganalisisnya menggunakan model <i>service quality attribute</i> Haywood-Farmer.

				Pelanggan dari AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor memiliki faktor utama pendorong kepuasan yang berbeda.
2	Muhammad Isan (2018)	Penerapan <i>service quality</i> dalam menciptakan kepuasan pelanggan di PT. Ridho Service Kota Bangun Tapung Hilir	Deskriptif kuantitatif	Variable kualitas pelayanan yang diukur melalui 5 indikator yaitu <i>Tangible</i> , <i>Empathy</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> dan <i>Assurance</i> sudah diterapkan dengan baik dan benar sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan
3.	Widhy Wahyani (2017)	Penerapan metode <i>service quality</i> untuk menganalisis kepuasan pelanggan	Deskriptif Kuantitatif	5 variabel layanan yaitu kebersihan dan kerapian karyawan, ketepatan waktu keberangkatan, keamanan barang dalam perjalanan, keramahan, kesopanan dalam melayani pelanggan, reputasi perusahaan di mata pelanggan. Kelima kriteria tersebut merupakan hal yang perlu diperbaiki dari layanan yang diberikan oleh PT X

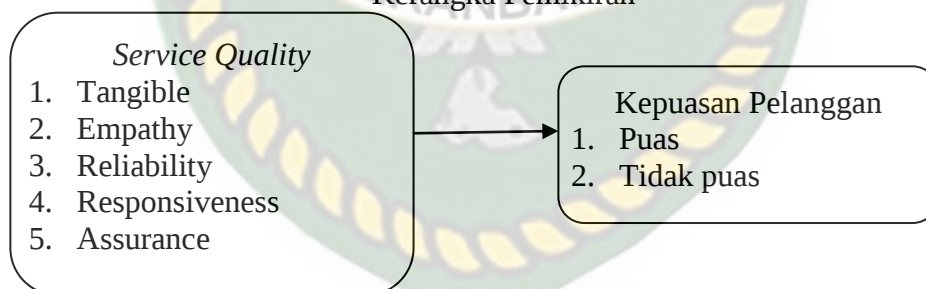
Sumber: Penelitian Terdahulu, 2019

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran memperlihatkan bagaimana alur logika berjalannya variabel dalam penelitian. Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini membahas masalah tentang kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yaves *et al*, 2004 dalam Sumarto, 2007). Sedangkan Oliver (2007:31) menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar. Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan membuat perusahaan harus memahami perilaku maupun memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Ayse, 2007:53).

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Data Olahan

2.3. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga implementasi *service quality* dapat menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir dan berada pada kategori sangat baik.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan deskriptif metode kualitatif.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Capella Dinamik Nusantara Jl. Sudirman No 1-3 Komp, PT KURA Km 1 Bagan Batu Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. Adapun alasan dipilihnya lokasi penelitian ini adalah karena perusahaan ini memiliki permasalahan berkaitan dengan *service quality*, dan Lokasi Fokus Penelitian yaitu di PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir, menemukan adanya permasalahan-permasalahan di lokasi tersebut.

3.3. Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh *service quality* dan kepuasan pelanggan yaitu skor yang dilihat dari dimensi *service quality* dan kepuasan pelanggan.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Service Quality</i> Kualitas Pelayanan adalah aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Tjiptono, 2014:59)	1. Tangible	1. Fasilitas fisik 2. Perlengkapan Pegawai 3. Sarana komunikasi	Ordinal
	2. Empathy	1. Kemudahan dalam melakukan hubungan 2. Komunikasi yang baik 3. Perhatian pribadi 4. Memahami kebutuhan pelanggan	
	3. Reliability	1. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera 2. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat 3. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan	
	4. Responsiveness	1. Kesiediaan untuk membantu konsumen 2. Memberikan Pelayanan dengan tanggap	
	5. Assurance	1. Pengetahuan 2. Kemampuan 3. Kesopanan 4. Sifat dapat dipercaya	

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalis yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:72). Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan di PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir 36 orang.

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2006). Sampel adalah sumber data pada tahap awal memasuki lapangan dipilih orang yang memiliki kekuatan dan otoritas pada situasi bidang atau objek yang diteliti, sehingga mampu membuka jalan untuk peneliti yang akan melakukan pengumpulan data. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Data Informan Penelitian

No.	Jabatan	Populasi	Sampel
1	Pimpinan Perusahaan	1	1
2	Karyawan Perusahaan	36	7
3	Pelanggan	1967	95
Jumlah		2004	103

Sumber: Data Olahan Lapangan 2019

Berdasarkan tabel diatas jumlah sampelnya sebanyak 103 sampel yang diambil dari 1 pimpinan perusahaan yang menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh, 7 orang karyawan perusahaan dan 95 pelanggan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara sengaja. Maksudnya peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena pertimbangan tertentu.

Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Suharsimi Arikunto (2010:112), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Berikut adalah kriteria pengambilan sampel :

- Karyawan yang melakukan pelayanan terhadap pembelian sepeda motor
- Karyawan yang mempromosikan sepeda motor terhadap pelanggan
- Pelanggan yang melakukan pembelian sepeda motor lebih dari 1 kali

- d. Pelanggan yang merekomendasikan kepada saudara, teman untuk membeli sepeda motor di PT. Capella Dinamik Nusantara
- e. Pelanggan yang melakukan pembelian secara kredit

3.5. Jenis dan Sumber Data

3.5.1. Jenis Data

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

3.5.2. Sumber Data

Dalam penelitian ini dua tiga jenis data yang digunakan oleh peneliti antara lain:

1) Data primer

Adalah data yang diperoleh langsung dari responden di lapangan. Data yang berkaitan dengan impementasi *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan di PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

2) Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh melalui PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yang erat kaitannya dengan penelitian ini yaitu data tentang profil perusahaan, data-data yang mendukung penelitian dan lain sebagainya.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data Dalam melakukan pengumpulan data, penulis menggunakan metode sebagai berikut: (Sugiyono, 2012:156).

a. Angket (Kuesioner)

Menurut Soeratno dan Arsyad dalam Sunyoto (2014:113) angket merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pernyataan kepada responden untuk diisi.

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data melalui wawancara dilakukan untuk menggali data yang terkait dengan penelitian dengan bertanya langsung secara tatap muka dengan informan.

c. Dokumentasi

Penggunaan dokumen dalam penelitian ini adalah dokumen resmi sebagai bukti-bukti fisik dari kegiatan yang telah diselenggarakan. Dokumen dimaksud mencakup surat-surat, data-data/informasi, catatan, foto-foto kegiatan dan lainnya yang relevan serta berkas laporan-laporan yang telah disusun berbagai pihak tentang objek yang diteliti.

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Sanusi (2011:115) teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini penyusun akan

menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung. Adapun berdasarkan kriteria yang dipakai pada kategori jawaban responden, maka untuk lebih memudahkan digunakan 3 kategori yaitu: tinggi, sedang, dan rendah. Cara pengkategorian data berdasarkan rumus dari Azwar (2009: 108) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rentangskala} &= \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah alternatif jawaban}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Tabel 3.3
Interval Rata-Rata Varibel

No	Kategori	Rata-rata Skor
1	Sangat Baik	4,20 – 5,00
2	Baik	3,40 – 4,19
3	Cukup Baik	2,60 – 3,39
4	Tidak Baik	1,80 – 2,59
5	Sangat Tidak Baik	1,00 – 1,79

Sumber: Azwar (2009: 108)

Untuk mengetahui tanggapan dari responden dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono, (2012:93) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Skor jawaban responden dalam penelitian ini terdiri dari lima alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai yang bertingkat dari objek penelitian melalui jawaban pertanyaan yang diberikan nilai 1 sampai dengan 5, yaitu:

Tabel 3.4
Tabel Kelas Interval

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2012:173)

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:173) valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jadi, hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kevalitan dari instrumen angket yang digunakan dalam pengumpulan data.

Menggunakan $\alpha = 0,05$ (5%) diketahui $r_{hitung} > r_{tabel}$. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka status kuesioner adalah gugur atau tidak valid. Jadi, di dalam penelitian ini angket dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Ini dilihat dari nilai setiap butir pernyataan dalam instrumen angket. Pengujian validitas dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) Versi 20 dengan metode *Corrected Item-Total Correlation*.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, (2012:267) pengujian reabilitas adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrumen, suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi (konsisten) jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap. Dengan demikian masalah reliabilitas instrumen berhubungan dengan masalah ketetapan hasil. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Hasil pengukuran dapat

dipercaya apabila dapat digunakan dalam beberapa kali. Pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dari subjek tidak berubah. Sebaliknya jika koefisien alpha instrumen lebih rendah dari 0.6 maka instrumen tersebut tidak reliabel untuk digunakan dalam penelitian.



Dokumen ini adalah Arsip Mlik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah PT. Capella Dinamik Nusantara

PT. Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir merupakan cabang dari PT. Capella Dinamik Nusantara yang bertempat di Medan. Untuk tujuan distribusi dan perluasan area kerja, maka PT. Capella Dinamik Nusantara pusat Medan mendirikan cabang di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yang berstatus perseroan terbatas didirikan di Pekanbaru pada tanggal 1 Mei 2003 dengan (SITU) Suara Tempat Izin Usaha dan(TDT) Tanda Daftar Perusahaan yang di ajukan melalui kantor walikota Pekanbaru. PT. Capella Dinamik Nusantara ini terletak di jalan Jl. Sudirman No 1-3 Komp, PT KURA Km 1 Bagan Batu Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

PT. Capella Dinamik Nusantara merupakan salah satu jaringan yang menjual Honda Genuine Part dan AHM Oil yang melayani penjualan unit baik secara *cash* maupun kredit yang di dukung oleh perusahaan pembayaran dan bengkel resmi atau lebih dikenal AHASS (Astra Authorized Service Station).

PT. Capella Dinamik Nusantara juga menitik beratkan kepada kepuasan pelanggan dengan kebersihan terjaga dan pelayanan yang ramah pada tiap penjualan.

4.2 Visi dan Misi PT Capella Dinamik Nusantara

4.2.1. Visi

Adapun yang menjadi visi PT. Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yakni ingin menjadi pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia dan menjadi kelas dunia, dengan mewujudkan impian konsumen, menciptakan kegembiraan bagi konsumen dan berkontribusi kepada masyarakat Indonesia.

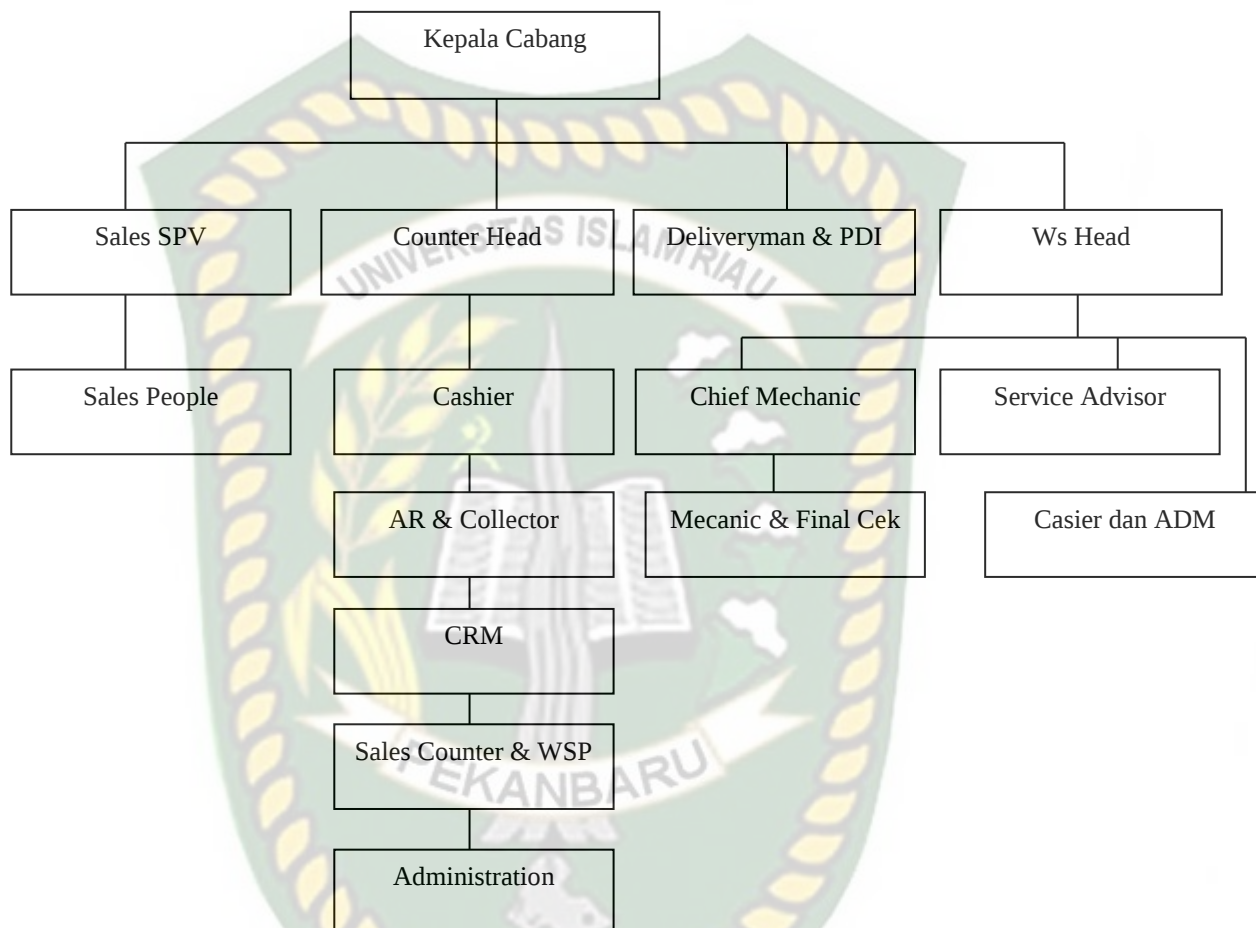
4.2.2. Misi

Misi merupakan pernyataan eksplisit terhadap sesuatu yang harus dicapai sehingga pelaksanaan berbagai program atau kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi fokus dan terarah. Misi yang diemban oleh PT. Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yakni menciptakan solusi mobilitas bagi masyarakat dengan produk pelayanan terbaik.

4.3 Struktur Organisasi

Suatu Organisasi kita tentu mengenal adanya struktur organisasi yang dapat diartikan sebagai suatu kerangka yang menunjukkan seluruh kegiatan untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Atau dengan kata lain struktur organisasi merupakan suatu gambaran sistematis yang ditujukan oleh garis-garis menurut kedudukan atau jenjang yang telah ditentukan. Sehingga dengan adanya struktur organisasi dapat mencerminkan hubungan –hubungan kerja antara tugas, fungsi dan wewenang dan tanggung jawab masing-masing orang atau bagian dalam organisasi. Sehingga demikian pekerjaan dapat dilaksanakan dengan baik karena apa yang dikerjakan telah tergambar dalam struktur organisasi. Adapun struktur

organisasi di PT. Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yakni:



Sumber: PT Capella Dinamik Nusantara Kabupaten Rokan Hilir

Gambar 4.1: Struktur Organisasi PT. Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir

4.4 Uraian Tugas

1. Kepala Cabang

Bertugas mengkoordinir dan tanggung jawab serta seluruh aktivitas dan kelancaran dan operasional dan manajerial cabang yang di pimpinnya, dalam hal ini termasuk keputusan tentang kebijaksanaan yang di tempuh oleh perusahaan

seluruh tugas dan dipertanggung jawabkan kepada pemimpin yang berada di pusat.

2. Sales Supervisor

Bertugas membimbing serta mengawasi para salesmen dalam melaksanakan tugas penjualan sepeda motor, dan memberikan pengarahan untuk meningkatkan penjualan kepada salesman.

Sedangkan salesmen bertugas mencari sebanyak-banyaknya calon pembeli, dan membantu kegiatan promosi atau pameran.

3. Counter Head

Bertanggung jawab terhadap tugas-tugas administrasi perusahaan dan keuangan perusahaan, sehubungan dengan pengoperasian kegiatan perusahaan. Dalam hal ini administrasi dengan pengoprasian kegiatan perusahaan. Dalam hal ini administrasi dan keuangan tersebut bertanggung jawab langsung kepada pemimpin yang telah memberi wewenang menurut bidang tugas yang dilimpahkan.

4. Kasir

Bertugas menerima uang dari seluruh transaksi penjualan sepeda motor Honda baik *down payment* maupun angsuran melakukan kiriman uang ke kantor pusat setiap hari kerja. Menyimpan dokumen berharga BPKB dan membuat laporan keuangan.

5. Colektor

Bertugas mengkoordinir para kolektor dalam pelaksanaan pemungutan kepada konsumen serta membuat laporan pertanggung jawaban kepada administrasi dan keuangan.

6. Customer Relationship Management (CRM)

Bertugas menjaga hubungan baik dengan *costumer*, dan menyampaikan *reminder* dan info penting kepada konsumen melalui telepon, kunjungan atau diskusi.

7. Administrasi

Bertugas mengontrol seluruh administrasi baik keuangan maupun bagian administrasi penjualan, dan membuat laporan pajak sebagai kewajiban perusahaan.

8. Deliveryman

Bertugas mengirimkan pesanan sepeda motor kedeler cabang dan menghantarkan pesanan sepeda motor konsumen pada tepat waktu.

9. Workshop Head

Bertugas bertanggung jawab atas penggunaan suku cadang dan biaya-biaya, yang terjadi sehubungan dengan pelaksanaan kegiatan *maintenance* dan *repair*. Berusaha mencari cara penekanan biaya dan metode perbaikan yang lebih efisien, dan menjaga disiplin kerja dan menilai prestasi kerja bawahannya secara berkala.

10. Service Advisor

Bertanggung jawab melayani kebutuhan pelanggan yang datang dan keluar bengkel dengan mendengarkan, menganalisa dan menjelaskan tentang kerusakan

kendaraan, membuat PKB dan estimasi waktu serta biaya untuk mencapai kepuasan pelanggan, serta menjaga kerapian data-data kendaraan pelanggan.

11. Casier & adm

Bertugas sebagai membuat laporan keuangan, melakukan proses transaksi konsumen yang telah menservice sepeda motor di bengkel Capella Dinamik Nusantara.

12. Chief Mecanic

Bertugas mengkoordinir dan memberikan pengarah kerja dan mengawasi pelaksanaan kegiatan seksi-seksi dibawahnya agar dapat meningkatkan efisiensi di dalam bagiannya.

13. Mecanic dan Final Check

Bertugas melakukan pengecekan akhir pada sepeda motor baik di gudang dan diservis bengkel Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru.

4.5 Aktivitas Perusahaan

Sebagaimana telah kita ketahui dari sejarah singkat perusahaan PT. Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir adalah suatu perusahaan cabang berkantor pusat di Medan, Sumatera Utara. Sehubungan dengan status perusahaan perlu melengkapi dirinya dengan fasilitas-fasilitas yang dapat menunjang meningkatnya volume penjualan antara lain sebagai berikut:

1. Showroom

Diperlukan showroom yang cukup luas yang digunakan sebagai tempat untuk menunjang produk yang ditawarkan atau ruang peragaan yang digunakan untuk penjualan kendaraan. Untuk showroom ini PT Capella

Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir memiliki showroom yang terletak di Jl. Sudirman No 1-3 Komp, PT KURA Km 1 Bagan Batu Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

2. Onderdil dan Tools

Merupakan kegiatan perusahaan dalam menyediakan alat-alat dan suku cadang dari setiap jenis sepeda motor yang dijual, sehingga pembeli dapat mengganti suku cadang kendaraan yang rusak dengan suku cadang yang asli.

3. Workshop

Workshop adalah sebagai tempat pelayanan perbaikan dan servis kendaraan dimana untuk memberikan hasil servis yang akurat, perbaikan dan dimana langsung di tangani oleh teknisi-teknisi benar-benar ahli tentang kendaraan motor merek Honda dan untuk memberikan pelayanan yang cepat Capella servis menyediakan teknisi berjumlah 16 orang. Untuk memberikan pelayanan yang nyaman bagi pelanggan. Capella servis memberikan fasilitas pelayanan yang menarik yaitu menggunakan gedung yang besar yaitu 2 ruko, tempat parkir yang luas dan ruangan tunggu yang dilengkapi pesawat televisi.

4. Gudang

Gudang di PT Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir adalah sebagai tempat menampung dan mendistribusikan unit motor kepada beberapa dealer yang menjadi satu grup perusahaan Capella Dinamik Nusantara.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden Karyawan

Sebelumnya penulis memaparkan implementasi *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada PT Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir, terlebih dahulu penulis akan memaparkan tentang identitas responden karena hal ini mempengaruhi tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang akan diberikan dalam lembaran angket. Adapun identitas responden tersebut adalah sebagai berikut :

5.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa karyawan pada umumnya berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Mengenai karakteristik karyawan berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.1: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	6	75
2	Perempuan	2	25
Jumlah		8	100

Sumber :data olahan hasil penelitian 2020

Dari tabel 5.1 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar karyawan PT Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir adalah laki-laki, dengan jumlah responden sebanyak 8 orang dengan tingkat persentase sebesar 75%, sedangkan perempuan berjumlah 2 orang dengan tingkat persentase 25%.

5.1.2. Responden Berdasarkan Usia

Pada tabel berikut dapat dilihat jumlah responden berdasarkan tingkat usia.

Tabel 5.2 :Responden Berdasarkan Umur

No	Tingkat Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	20-35	5	62.5
2	36-45	1	12.5
3	46-55	2	25
Jumlah		8	100

Sumber : data olahan hasil penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.2 diatas dapat dilihat bahwa karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir dominan berumur 20-35 tahun yaitu sebanyak 5 orang dengan persentase sebanyak 62.5% dan berumur 36-45 tahun yaitu sebanyak 1 orang dengan persentase sebanyak 12.5% kemudian berumur 46-55 tahun yaitu sebanyak 2 orang dengan persentase sebanyak 25%.

5.1.3. Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yaitu dapat dilihat pada tabel 5.3 berikut :

Tabel 5.3 :Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Sarjana	2	25
2	SLTA	6	75
3	SLTP	0	0
4	SD	0	0
Jumlah		8	100

Sumber : data olahan hasil penelitian 2020

Dari tabel 5.3 diatas dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan karyawan PT Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir

bervariasi dari tingkat pendidikan tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 2 orang atau 25%, SLTA sebanyak 6 orang atau 75%, SLTP ada 0 orang responden dengan persentase sebesar 0% dan tingkat pendidikan SD ada 0 orang responden dengan persentase 0%.

5.2 Identitas Responden Pelanggan

5.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa responden pada umumnya berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.4: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	68	71.6
2	Perempuan	27	28.4
	Jumlah	95	100

Sumber : data olahan hasil penelitian 2020

Dari tabel 5.4 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar pelanggan PT Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir adalah laki-laki, dengan jumlah responden sebanyak 68 orang dengan tingkat persentase sebesar 71.6%, Sedangkan perempuan berjumlah 27 orang dengan tingkat persentase 28.4%.

5.2.2. Responden Berdasarkan Usia

Pada tabel berikut dapat dilihat jumlah responden berdasarkan tingkat usia.

Tabel 5.5 : Responden Berdasarkan Umur

No	Tingkat Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	20-35	52	54.7
2	36-45	30	31.6
3	46-55	13	13.7
Jumlah		95	100

Sumber : data olahan hasil penelitian 2020

Berdasarkan tabel 5.5 diatas dapat dilihat bahwa pelanggan PT. Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir dominan berumur 20-35 tahun yaitu sebanyak 52 orang dengan persentase sebanyak 54.7% dan berumur 36-45 tahun yaitu sebanyak 30 orang dengan persentase sebanyak 31.6% kemudian berumur 46-55 tahun yaitu sebanyak 13 orang dengan persentase sebanyak 13.7%.

5.2.3. Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yaitu dapat dilihat pada tabel 5.6 berikut :

Tabel 5.6 : Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Sarjana	33	34.7
2	SLTA	48	50.5
3	SLTP	6	6.3
4	SD	8	8.4
Jumlah		95	100

Sumber : data olahan hasil penelitian 2020

Dari tabel 5.6 diatas dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan pelanggan PT. Capella Dinamik Nusantara Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir bervariasi dari tingkat pendidikan tingkat pendidikan Sarjana ada 33 orang responden dengan persentase sebesar 34.7%. Tingkat pendidikan SLTA ada 48

orang responden dengan persentase 50.5%. Tingkat pendidikan SLTP ada 6 orang responden dengan persentase 6.3%, dan tingkat pendidikan Tamat SD ada 8 orang responden dengan persentase 8.4%.

5.3 Uji Instrumen Penelitian

5.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang menunjukkan seberapa besar item-item pernyataan mewakili konsep atau variabel yang diukur. Untuk menentukan validitas suatu pernyataan digunakan program computer SPSS 20 for windows. Hasil uji validitas masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.7. Uji Validitas Variabel *Service Quality*

Nomor Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	.539	0.202	Valid
2	.362	0.202	Valid
3	.718	0.202	Valid
4	.335	0.202	Valid
5	.516	0.202	Valid
6	.324	0.202	Valid
7	.515	0.202	Valid
8	.728	0.202	Valid
9	.727	0.202	Valid
10	.528	0.202	Valid
11	.569	0.202	Valid
12	.515	0.202	Valid
13	.544	0.202	Valid
14	.399	0.202	Valid
15	.294	0.202	Valid
16	.382	0.202	Valid

Sumber: data hasil olahan 2020

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai r_{hitung} masing-masing item pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} 0,202. Dengan demikian disimpulkan bahwa masing-masing item pernyataan pada variabel *Service Quality* valid artinya kuisioner sah untuk digunakan.

5.3.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* (andal) jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menentukan keandalan suatu pernyataan digunakan program computer SPSS 20 for windows, hingga diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk tiap variabel penelitian. Hasil dari uji dapat dikatakan *reliable* apabila cronbach alpha > 0,60. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 5.8. Hasil Output Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
<i>Service Quality</i>	0.855	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari variabel *Service Quality* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan variabel *reliable* yang berarti bahwa kuesioner sudah dapat digunakan dalam penelitian.

5.4 Analisis Deskriptif

Data yang disajikan ini berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data tentang Implementasi *Service Quality* Dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yang dianalisis dengan beberapa indikator sebagai berikut:

5.3.1. *Tangible*

a. Fasilitas fisik

Fasilitas fisik adalah penampilan, sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan. Fasilitas fisik meliputi gedung, gudang, peralatan, perlengkapan, penampilan pegawai dan materi komunikasi, oleh karena itu PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap fasilitas fisik yang disediakan. Semakin baik fasilitas fisik maka pelanggan akan semakin puas dan ia akan memilih servis motor tersebut sebagai prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas fisik.

Pendapat responden dalam hal ini disajikan pada tabel 5. 9 berikut:

Tabel 5.9. Fasilitas Fisik Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	3	15	37.50%	4.25
2	Setuju	4	16	50.00%	
3	Kurang Setuju	1	3	12.50%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	34	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Perusahaan menyediakan fasilitas fisik yang dibutuhkan oleh pelanggan. Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori setuju sebanyak 4 karyawan atau 50.00%. Artinya perusahaan menyediakan fasilitas fisik berupa tempat duduk untuk pelanggan yang datang ke PT. Capella Dinamik Nusantara nyaman. Akan tetapi masih ada 1 orang karyawan atau 12.50% yang menjelaskan bahwa perusahaan kurang menyediakan fasilitas fisik seperti kipas angin kurang

dingin dan tempat duduk tidak terlalu banyak sehingga banyak pelanggan yang berdiri ketika menunggu servis motor.

Tabel 5.10. Fasilitas Fisik Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	33	165	34.74%	3.89
2	Setuju	29	116	30.53%	
3	Kurang Setuju	23	69	24.21%	
4	Tidak Setuju	10	20	10.53%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	370	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Pelanggan akan membeli produk sepeda motor jika perusahaan memiliki fasilitas fisik yang dibutuhkan oleh pelanggan. Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 33 karyawan atau 34.74%. Artinya banyak pelanggan yang datang ke perusahaan karena adanya fasilitas fisik berupa tempat duduk yang disediakan pihak PT. Capella Dinamik Nusantara nyaman. Akan tetapi masih ada 10 orang karyawan atau 10.53% yang menjelaskan bahwa perusahaan tidak menyediakan fasilitas fisik seperti tempat duduk atau ada tetapi kurang jumlahnya.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarkan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memberikan pelayanan secara fisik. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada beberapa 10 orang yang menyatakan tidak setuju dengan fasilitas fisik yang ada di PT. Capella Dinamik Nusantara contohnya pada

hari Minggu banyak yang melakukan service motor tetapi penyediaan kursi untuk menunggu tidak seimbang dengan pelanggan yang datang sehingga banyak pelanggan yang berdiri untuk menunggu.

Tjiptono (2006:19) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Menurut Tjiptono (2006) ada beberapa unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa, yaitu: a) Pertimbangan atau perencanaan parsial, b) Perancang ruang, c) Perlengkapan atau perabotan, d) Tata cahaya, e) Warna, f) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

b. Perlengkapan Pegawai

Perlengkapan (*supplies*) merupakan barang-barang yang digunakan dalam melengkapi suatu pekerjaan agar berjalan dengan baik yang bersifat lebih kecil dan bersifat habis dipakai, serta dapat dipakai secara berulang ulang. Adapun contoh perlengkapan pegawai yang harus digunakan dalam bekerja adalah seperti pakaian seragam dan lainnya.

Pendapat responden dalam hal ini disajikan pada tabel 5. 11 berikut:

Tabel 5.11. Perlengkapan Pegawai Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	6	30	75.00%	4.75
2	Setuju	2	8	25.00%	
3	Kurang Setuju	0	0	0.00%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	38	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 6 karyawan atau 75%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara dalam bekerja selalu menggunakan perlengkapan pegawai seperti menggunakan seragam dari perusahaan. Hal ini dilakukan agar pelanggan tidak bingung mencari karyawan yang bekerja.

Tabel 5.12. Perlengkapan Pegawai Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	40	200	42.11%	4.06
2	Setuju	26	104	27.37%	
3	Kurang Setuju	24	72	25.26%	
4	Tidak Setuju	5	10	5.26%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	386	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 40 karyawan atau 42.11%. Artinya banyak pelanggan membeli produk di PT. Capella Dinamik Nusantara karena memiliki karyawan yang menggunakan perlengkapan pegawai berupa pakaian seragam, sehingga pelanggan tidak bingung ketika mengalami masalah dalam pembelian. akan tetapi masih ada 5 orang pelanggan atau 5.26% yang menjelaskan bahwa ada beberapa pelanggan yang menyatakan ada karyawan yang tidak menggunakan seragam sehingga membuat para pelanggan mengalami kesulitan dalam bertanya karena banyak orang di perusahaan tersebut ada pelanggan dan karyawan yang tidak nampak berbeda.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarkan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan menggunakan perlengkapan pegawai. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua

pelanggan karena masih ada 5 orang yang menyatakan tidak setuju karyawan menggunakan perlengkapan pegawai karena masih ada beberapa karyawan yang tidak menggunakan baju seragam atau melepaskannya saat bekerja sehingga ketika ada konsumen yang bertanya berkaitan dengan sepeda motor akan mengalami kesulitan.

Sebagian besar perusahaan memberlakukan kode pakaian tertentu di tempat kerja yang mencerminkan budaya kerja mereka dan memproyeksikan citra profesional yang sesuai dengan sifat bisnis perusahaan. Meskipun semuanya baik dan bagus, bisa jadi sangat membingungkan untuk mengetahui kode berpakaian ini jika Anda baru mengenal dunia usaha. Lebih membingungkan lagi, ada juga kode pakaian yang berbeda untuk tiap acara perusahaan.

c. Sarana komunikasi

Sarana komunikasi adalah semua sarana yang dipakai untuk memproduksi, mendistribusikan ataupun menyebarkan dan juga menyampaikan suatu Informasi. Untuk jawaban responden tentang nilai dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.13. Sarana Komunikasi Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	4	20	50.00%	4.25
2	Setuju	2	8	25.00%	
3	Kurang Setuju	2	6	25.00%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	34	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 4 karyawan atau 50%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik

Nusantara memiliki sarana komunikasi yang diperlukan untuk pelanggan. Komunikasi yang disediakan adalah dengan cara pemesanan servis motor secara online untuk mempermudah para konsumen.

Tabel 5.14. Sarana Komunikasi Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	32	160	33.68%	3.98
2	Setuju	33	132	34.74%	
3	Kurang Setuju	26	78	27.37%	
4	Tidak Setuju	4	8	4.21%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	378	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori setuju sebanyak 33 karyawan atau 34.74%. Artinya banyak pelanggan membeli produk di PT. Capella Dinamik Nusantara karena memiliki sarana komunikasi untuk servis motor dapat dilakukan dengan sistem *booking* via telepon. Dengan demikian pelanggan akan dipermudah sehingga ketika tiba di perusahaan hanya memberikan berkas persyaratan dan tinggal membawa pulang motor tersebut. Akan tetapi masih ada 4 orang pelanggan atau 4.21% yang menjelaskan bahwa PT. Capella Dinamik Nusantara belum memiliki sarana komunikasi untuk servis motor dapat dilakukan dengan sistem *booking* via telepon, sehingga pelanggan harus datang sendiri ke dealer dan mengantri.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarkan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memiliki sarana komunikasi yang baik dan benar. Akan tetapi tidak dirasakan

oleh semua pelanggan karena masih ada 4 orang yang menyatakan tidak setuju karyawan memiliki sarana komunikasi yang baik. Karena ada beberapa karyawan yang ketika ditanya menjawab dengan seadanya dan tidak menjelaskan secara detail sehingga membuat pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan karyawan.

Pentingnya sarana komunikasi dalam pemasaran produk harus dipahami sebagai sesuatu yang memang saling terkait. Sarana komunikasi merupakan semua hal yang berfungsi untuk memfasilitasi proses komunikasi. Jenisnya pun beragam, mulai dari media cetak, elektronik dan lain sebagainya. Di masing-masing kriteria tersebut masih ada pula jenis-jenis yang lebih spesifik.

5.3.2. *Empathy*

a. Kemudahan dalam melakukan hubungan

Kemudahan dalam melakukan hubungan adalah mudah dalam melakukan hubungan baik dengan atasan maupun dengan pelanggan yang ada tanpa ada kesulitan. Pendapat responden dalam hal ini disajikan pada tabel 5. 15 berikut:

Tabel 5.15. Kemudahan Dalam Melakukan Hubungan Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	2	10	25.00%	3.88
2	Setuju	3	12	37.50%	
3	Kurang Setuju	3	9	37.50%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	31	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 3 karyawan atau 37.5%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara memberikan kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan. Karyawan membantu pelanggan yang mengalami kesulitan.

Tabel 5.16. Kemudahan Dalam Melakukan Hubungan Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	26	130	27.37%	3.71
2	Setuju	34	136	35.79%	
3	Kurang Setuju	16	48	16.84%	
4	Tidak Setuju	19	38	20.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	352	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori setuju sebanyak 34 karyawan atau 35.79%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara memiliki kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pimpinan dan pegawai lainnya. Ketika ada karyawan yang lain mengalami permasalahan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan maka karyawan yang lain ikut membantu agar permasalahan pelanggan terselesaikan dengan baik dan benar. Akan tetapi masih ada 19 orang karyawan atau 20.00% yang menjelaskan bahwa karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara tidak memiliki kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pimpinan dan pegawai lainnya.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarkan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memiliki kemudahan dalam melakukan hubungan. Akan tetapi tidak dirasakan

oleh semua pelanggan karena masih ada 19 orang yang menyatakan tidak setuju karyawan memiliki kemudahan dalam melakukan hubungan. Karena ada beberapa karyawan terkadang bersikap cuek, tidak mau menegur meskipun kenal dengan alasan karena kerja. Selain itu ada juga karyawan yang menjaga jarak dengan pelanggan untuk tidak terlalu dekat dan kenal sehingga banyak pelanggan yang berganti dengan karyawan lainnya khususnya bagian marketing.

Atasan dan bawahan ibaratkan garis vertikal. Di mana atasan memiliki wewenang yang lebih tinggi dan memiliki kuasa untuk memerintah apapun kepada bawahannya. Namun jabatan bukanlah hal yang membatasi hubungan baik seorang pimpinan dengan bawahan. Agar karyawan menjadi nyaman, jadilah seorang bos yang ramah dan mau membantu. Ketika karyawan mengalami kesulitan kerja, sebaiknya Anda mengulurkan tangan untuk membantu mereka. Jadilah partner kerja yang baik dengan karyawan. Jangan terlalu membangun jarak karena ini akan membuat hubungan pimpinan dan bawahan menjadi renggang.

Hubungan dengan atasan merupakan salah satu hal yang membuat karyawan melihat pekerjaannya sebagai sebuah berkah atau suatu beban berkepanjangan. Sehebat apapun karyawan dalam sebuah pekerjaan, jika hubungan dengan atasan kurang baik, maka semuanya hanya akan menjadi suatu beban dan rutinitas harian, sebelum datangnya tawaran pekerjaan yang baru. Oleh karena itu, setiap karyawan harus memahami bahwa mereka harus bisa menjadikan atasan sebagai acuan dalam membangun dan mengembangkan karir

yang profesional. Seorang atasan adalah tangga bagi karyawan untuk mendaki struktur organisasi lebih tinggi dengan kenaikan pangkat dan jabatan.

b. Komunikasi yang baik

Komunikasi efektif adalah pertukaran informasi, ide, perasaan yang menghasilkan perubahan sikap sehingga terjalin sebuah hubungan baik antara pemberi pesan dan penerima pesan. Pengukuran efektivitas dari suatu proses komunikasi dapat dilihat dari tercapainya tujuan si pengirim pesan. Pendapat responden dalam hal ini disajikan pada tabel 5. 17 berikut:

Tabel 5.17. Komunikasi yang baik Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	4	20	50.00%	4.38
2	Setuju	3	12	37.50%	
3	Kurang Setuju	1	3	12.50%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	35	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 4 karyawan atau 50%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara memberikan komunikasi yang baik dengan pelanggan. Karyawan menjelaskan dengan detail agar konsumen tidak mengalami kesulitan.

Tabel 5.18. Komunikasi yang baik Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	45	225	47.37%	3.88
2	Setuju	20	80	21.05%	
3	Kurang Setuju	4	12	4.21%	
4	Tidak Setuju	26	52	27.37%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	369	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 45 karyawan atau 47.37%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara selalu berkomunikasi dengan baik kepada konsumen dengan memberikan informasi yang dibutuhkan. Jika ada pelanggan yang bertanya atau mengalami kesulitan dalam pembelian motor maka karyawan membantu agar persyaratan yang dibutuhkan dalam membeli motor dapat terselesaikan.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarakan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memiliki komunikasi yang baik dengan pelanggan. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 26 orang yang menyatakan tidak setuju karyawan memiliki komunikasi yang baik dengan pelanggan. Hal ini dikarenakan pelanggan tersebut pernah merasakan tidak dilayani dengan baik oleh salah satu karyawan yang ada di sana.

Sebagai makhluk sosial yang selalu berhubungan dengan orang lain maka komunikasi adalah salah satu sarana untuk terkoneksi dengan orang dikeliling

kita. Ada komunikasi yang bersifat verbal dan ada pula yang bersifat non verbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang terjadi dengan berbicara pada orang lain sedangkan non verbal adalah komunikasi yang terjadi melalui perantara atau media. Dalam komunikasi verbal maka sangat penting untuk bisa menyusun kata-kata yang keluar dari mulut kita menjadi sebuah informasi yang dapat dimengerti, berguna dan menarik bagi orang lain. Komunikasi yang jelas akan membuat orang lain memperhatikan dan menghargai apa yang kita bicarakan. Teknik berkomunikasi/bicara yang baik tentu akan diperlukan terutama bagi orang-orang yang bekerja dengan menggunakan keahlian berkomunikasi.

c. Perhatian pribadi

Perhatian adalah hal dasar yang perlu ditunjukkan jika memang sayang kepada seseorang. Perhatian pribadi diberikan kepada pelanggan merupakan salah satu untuk meningkatkan penjualan produk. Untuk jawaban responden tentang nilai dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.19. Perhatian Pribadi Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	3	15	37.50%	4.00
2	Setuju	2	8	25.00%	
3	Kurang Setuju	3	9	37.50%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	32	100%	

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 3 karyawan atau 37.5%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik

Nusantara memberikan perhatian pribadi tersendiri kepada pelanggan. Hal ini dilakukan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang ada di perusahaan.

Tabel 5.20. Perhatian Pribadi Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	50	250	52.63%	3.88
2	Setuju	5	20	5.26%	
3	Kurang Setuju	19	57	20.00%	
4	Tidak Setuju	21	42	22.11%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	369	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 50 karyawan atau 52.65%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara memberikan perhatian pribadi yang tulus kepada konsumen. Perhatian yang diberikan kepada pelanggan dengan cara menyarankan kepada pelanggan untuk selalu melakukan servis motor, memberi informasi bahwa ada promo baik dalam hal servis motor maupun pembelian motor.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarakan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memiliki perhatian pribadi dengan pelanggan. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 21 orang yang menyatakan tidak setuju karyawan memiliki perhatian pribadi dengan pelanggan. Hal ini dikarenakan tidak semua pelanggan diberi perhatian pribadi oleh karyawan seperti member

informasi kepada pelanggan jadwal service motor. Tetapi ada juga pelanggan yang diberi informasi lebih ke pelanggan seperti saudaranya.

Perhatian pribadi sangat penting dilakukan oleh karyawan kepada pelanggan. Hal ini dikarenakan jika ada pelanggan yang mengalami masalah maka karyawan harus memberi pengarahan dan bantuan agar pelanggan tidak merasa dirugikan.

d. Memahami kebutuhan pelanggan

Kebutuhan adalah keinginan manusia akan barang dan jasa yang harus dipenuhi. Pelanggan adalah orang/perusahaan yang menggunakan barang/jasa yang ditawarkan oleh penjual. Kebutuhan pelanggan adalah keinginan seseorang/lembaga akan barang/jasa yang ditawarkan oleh penjual secara berkesinambungan.

Untuk jawaban responden tentang nilai dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.21. Memahami kebutuhan pelanggan Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	3	15	37.50%	4.00
2	Setuju	3	12	37.50%	
3	Kurang Setuju	1	3	12.50%	
4	Tidak Setuju	1	2	12.50%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	32	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 3 karyawan atau 37.5%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik

Nusantara selalu memahami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Hal ini terlihat ketika pelanggan memesan suatu produk maka karyawan dengan segera mencari produk tersebut dengan baik dan benar.

Tabel 5.22. Memahami kebutuhan pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	38	190	40.00%	4.06
2	Setuju	28	112	29.47%	
3	Kurang Setuju	26	78	27.37%	
4	Tidak Setuju	3	6	3.16%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	386	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangatsetuju sebanyak 38 karyawan atau 40.00%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara memahami kebutuhan konsumen. Akan tetapi masih ada 3 orang pelanggan atau 3.16% yang menjelaskan bahwa karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara kurang memahami kebutuhan konsumen.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarkan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memahami kebutuhan dengan pelanggan. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 3 orang yang menyatakan tidak setuju karyawan memahami kebutuhan dengan pelanggan. Hal ini dikarenakan ada beberapa pelanggan yang merasa karyawan tidak bisa memberikan solusi tentang sepeda motor seperti apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Memperoleh seorang pelanggan yang loyal dan bisa mengenalnya lebih jauh akan menjadi keuntungan tersendiri bagi Anda sebagai seorang pebisnis. Pasalnya, banyak hal yang bisa dilakukan jika Anda mampu memahami keinginan atau kebutuhan pelanggan dengan baik. Paling tidak, Anda bisa menawarkan berbagai macam produk yang akan menjadi solusi atas kebutuhan pelanggan.

5.3.3. *Reliability*

- a. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera

Kemampuan adalah kapasitas seorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan. Seorang karyawan dapat bekerja dengan maksimal jika dapat memberikan pelayanan dengan segera. Pelanggan hanya ingin dilayani dengan cepat, bahkan jika jawaban Anda tidak dapat dikirimkan segera, mereka masih tetap ingin mendapatkan jawaban yang mereka inginkan. Jangan pernah mengabaikan setiap pertanyaan pelanggan dan jangan sampai Anda mengingkari setiap janji yang Anda buat kepada mereka. Buatlah janji yang mudah untuk Anda penuhi. Pendapat responden dalam hal ini disajikan pada tabel 5. 23 berikut:

Tabel 5.23. Kemampuan Memberikan Pelayanan Yang Dijanjikan Dengan Segera Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	5	25	62.50%	4.25
2	Setuju	0	0	0.00%	
3	Kurang Setuju	3	9	37.50%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	34	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangatsetuju sebanyak 5 karyawan atau 62.50%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik

Nusantara memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikannya. Pelanggan menyegerakan mencari produk yang dipesan oleh pelanggan karena sudah memiliki janji untuk mencarikannya.

Tabel 5.24. Kemampuan Memberikan Pelayanan Yang Dijanjikan Dengan Segera Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	32	160	33.68%	3.86
2	Setuju	23	92	24.21%	
3	Kurang Setuju	35	105	36.84%	
4	Tidak Setuju	5	10	5.26%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	367	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 32 karyawan atau 33.68%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara memiliki kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera. Jika ada pelanggan yang datang maka karyawan dengan segera memberikan pelayanan agar tidak menunggu lama.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarkan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memiliki kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 5 orang yang menyatakan tidak setuju bahwa karyawan memiliki kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera. Hal ini dikarenakan ada beberapa pelanggan yang menservice sepeda motor dengan perjanjian penyelesaian selama 2 hari akan tetapi tidak tepat janji dan selesai selama 6 hari.

Ada hal-hal teknis yang menjadi solusi untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Salah satu cara menciptakan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan yang prima, Itulah yang menjadi alasan pelayanan prima penting bagi pelanggan. Adanya pelayanan yang terbaik kepada pelanggan menjadi tolak ukur kesuksesan dalam menciptakan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Maka dari itu Pelayanan Terbaik untuk Pelanggan Harus Kita Gencarkan.

b. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat

Melayani pelanggan bukanlah hal yang mudah. Mendengarkan setiap permintaan dan kebutuhan mereka tentu tidaklah mudah. Anda juga tidak bisa memastikan bahwa segala kebutuhan pelanggan dapat Anda penuhi dengan cepat. Tapi ini bukan berarti Anda tidak mau mendengarkan atau bahkan mengabaikan permintaan pelanggan. Anda bisa mengakomodasi setiap permintaan pelanggan. Meskipun banyak dan tidak mungkin, pelanggan akan tetap menjadi brand ambassador potensial bagi bisnis. Pendapat responden dalam hal ini disajikan pada tabel 5. 25 berikut:

Tabel 5.25. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	3	15	37.50%	4.13
2	Setuju	3	12	37.50%	
3	Kurang Setuju	2	6	25.00%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	33	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 3 karyawan atau 37.5%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara mampu memberikan pelayanan dengan akurat. Hal ini dapat dilihat ketika pelanggan meminta produk yang tidak ada maka dengan segera karyawan memesannya dan memberikan produk yang asli.

Tabel 5.26. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	32	160	33.68%	3.78
2	Setuju	25	100	26.32%	
3	Kurang Setuju	23	69	24.21%	
4	Tidak Setuju	15	30	15.79%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	359	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 32 karyawan atau 33.68%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara kemampuan Memberikan Pelayanan yang Dijanjikan dengan Akurat. Karyawan memberikan informasi tentang produk sesuai dengan keinginan pelanggan dan sesuai dengan kenyataan produk yang ditawarkannya.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarkan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memiliki kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 15 orang yang menyatakan tidak setuju bahwa karyawan memiliki kemampuan

memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat. Hal ini dikarenakan ada beberapa pelanggan ketika melakukan service motor yang diperbaiki oleh karyawan ada yang tidak sesuai yang rusak lain yang diperbaiki lain.

c. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan

Memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi tanggung jawab perusahaan. Tanpa adanya pelayanan yang baik, perusahaan tidak mungkin bisa mendapatkan banyak konsumen dalam bisnisnya. Karena di era globalisasi ini, persaingan bisnis pun semakin ketat. Pemberian kualitas pelayanan yang baik inilah yang bisa menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen agar bisnis bisa terus berkembang. Untuk jawaban responden tentang nilai dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.27. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	2	10	25.00%	3.75
2	Setuju	2	8	25.00%	
3	Kurang Setuju	4	12	50.00%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	30	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 4 karyawan atau 50%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sudah memuaskan karena sesuai dengan janji yang diberikan.

Tabel 5.28. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	41	205	43.16%	3.91
2	Setuju	23	92	24.21%	
3	Kurang Setuju	12	36	12.63%	
4	Tidak Setuju	19	38	20.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	371	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 41 karyawan atau 43.16%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara memiliki kemampuan dalam Memberikan Pelayanan yang Dijanjikan dengan Memuaskan. Artinya waktu pelayanan yang diberikan tidak lama sehingga pelanggan dengan cepat memproses baik pembelian maupun servis motor. Sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 19 orang atau 20.00%. artinya ada beberapa pelanggan yang merasa bahwa ada beberapa karyawan yang memberikan pelayanan seperti janji service motor selesai cepat tetapi buktinya lama.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarkan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 19 orang yang menyatakan tidak setuju bahwa karyawan memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan. Hal ini

dikarenakan ada beberapa pelanggan merasa yang dikerjakan oleh karyawan ada yang tidak memuaskan seperti janji yang diberikan tidak sesuai dengan kenyataan.

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Karena pelayanan ini merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan, maka ini dapat memberikan keuntungan tersendiri untuk perusahaan seperti:

- 1) Konsumen akan setia kepada perusahaan

Karena konsumen merasa pelayanan perusahaan sangat baik, konsumen bisa jadi akan menjadi pelanggan tetap perusahaan tersebut.

- 2) Konsumen bisa menjadi media iklan gratis

Dengan kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan, konsumen bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan-rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.

- 3) Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin

Dengan semakin banyaknya pelanggan tetap perusahaan, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapat pelanggan, karena sudah adanya para pelanggan tetap tersebut.

- 4) Konsumen tidak akan mempermasalahkan mengenai harga

Karena rasa kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, maka konsumen tidak akan mempermasalahkan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan.

5) Konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi

Kebutuhan konsumen bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan perusahaan. Dengan pelayanan yang baik, maka konsumen akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.

5.3.4. *Responsiveness*

a. Kesiediaan untuk membantu konsumen

Perilaku karyawan adalah suatu bentuk tindakan yang dilakukan oleh anggota organisasi yang dapat secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi efektifitas kerja suatu organisasi. Antara satu individu dengan individu yang lainnya memiliki sifat yang berbeda. Ada individu yang cekatan dalam melaksanakan tugasnya, ada individu yang pintar, tetapi susah berorganisasi, dan mungkin ada juga individu yang suka membuat alasan agar dapat membolos kerja. Karena perilaku tiap individu tidak sama, manajer sumber daya manusia harus benar-benar memahami perilaku masing-masing karyawannya. Pendapat responden dalam hal ini disajikan pada tabel 5. 29 berikut:

Tabel 5.29. Kesiediaan untuk membantu konsumen Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	4	20	50.00%	4.38
2	Setuju	3	12	37.50%	
3	Kurang Setuju	1	3	12.50%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	35	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 4 karyawan atau 50%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara selalu bersedia membantu pelanggan yang mengalami kesulitan. Karyawan akan menjelaskan secara detail kepada pelanggan dan memberikan solusi agar tidak bingung.

Tabel 5.30. Kesiediaan untuk membantu konsumen Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	49	245	51.58%	4.08
2	Setuju	19	76	20.00%	
3	Kurang Setuju	13	39	13.68%	
4	Tidak Setuju	14	28	14.74%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	388	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 49 karyawan atau 51.58%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara bersedia untuk membantu konsumen. Artinya jika ada pelanggan mengalami masalah berkaitan dengan servis atau tentang produk maka dengan segera karyawan membantunya dan memberikan solusi.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarkan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memiliki kesiediaan untuk membantu konsumen. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 14 orang yang menyatakan tidak setuju bahwa karyawan memiliki kesiediaan untuk membantu konsumen. Hal ini dikarenakan

ada beberapa pelanggan menjelaskan bahwa tidak semua karyawan bersedia membantu konsumen. Contohnya ketika konsumen mengalami permasalahan berkaitan dengan service karyawan tidak memberi solusi.

b. Memberikan Pelayanan dengan tanggap

Memberikan pelayanan dengan tanggap adalah memberikan suatu tindakan dengan cepat dan benar untuk mengatasi permasalahan yang ada pada seseorang. Pendapat responden dalam hal ini disajikan pada tabel 5. 31 berikut:

Tabel 5.31. Memberikan Pelayanan dengan tanggap Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	4	20	50.00%	4.38
2	Setuju	3	12	37.50%	
3	Kurang Setuju	1	3	12.50%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	35	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 4 karyawan atau 50%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara ketika melihat pelanggan yang kesusahan dalam memilih produk sepeda motor untuk membelinya maka dengan tanggap karyawan memberikan pelayanan dengan maksimal.

Tabel 5.32. Memberikan Pelayanan dengan tanggap Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	43	215	45.26%	3.94
2	Setuju	20	80	21.05%	
3	Kurang Setuju	15	45	15.79%	
4	Tidak Setuju	17	34	17.89%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	374	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 43 karyawan atau 45.26%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara memberikan pelayanan dengan tanggap kepada pelanggan. Artinya ketika ada pelanggan datang untuk melakukan servis maka dengan cepat karyawan memberikan pelayanan dengan baik menanyakan keluhan dari motor tersebut dan memberikan solusi dari masalah tersebut.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarkan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memberikan pelayanan dengan tanggap. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 17 orang yang menyatakan tidak setuju bahwa karyawan memberikan pelayanan dengan tanggap. Hal ini dikarenakan ada beberapa pelanggan menjelaskan bahwa ketika ada pelanggan datang tidak semua karyawan langsung menanyakan keperluan pelanggan apa yang bisa dibantu tetapi ada juga yang cuek.

5.3.5. Assurance

a. Pengetahuan

Pengetahuan pegawai merupakan segala sesuatu yang mereka ketahui tentang obyek tertentu yang merupakan pengetahuan umum yang dilaksanakan secara langsung atau mempengaruhi pelaksanaan tugas pegawai. Pendapat responden dalam hal ini disajikan pada tabel 5. 33 berikut:

Tabel 5.33. Pengetahuan Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	5	25	62.50%	4.63
2	Setuju	3	12	37.50%	
3	Kurang Setuju	0	0	0.00%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	37	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 5 karyawan atau 62.50%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara dapat menjelaskan produk yang ada kepada pelanggan dan tidak mempersulit pelanggan yang tidak mengetahuinya. Hal ini karena karyawan mengetahui semua produk yang dijual perusahaan.

Tabel 5.34. Pengetahuan Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	47	235	49.47%	3.92
2	Setuju	11	44	11.58%	
3	Kurang Setuju	19	57	20.00%	
4	Tidak Setuju	18	36	18.95%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	372	100%	

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 47 karyawan atau 49.47%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara mempunyai pengetahuan yang luas. Jika ada pelanggan yang bertanya maka dengan segera karyawan dapat menjelaskan nya dengan baik. Selain itu jika ada kerusakan pada motor maka karyawan dapat mengetahui bagaimana menanganinya.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarkan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan mempunyai pengetahuan yang luas. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 18 orang yang menyatakan tidak setuju bahwa karyawan mempunyai pengetahuan yang luas. Hal ini dikarenakan ketika ditanya masalah permasalahan mesin ada beberapa karyawan yang tidak mengetahuinya.

Pengetahuan pegawai akan pelaksanaan tugasnya dengan baik sangat menentukan berhasil tidaknya pelaksanaan tugas dengan baik. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Heidjrachman dan Husnan bahwa pengetahuan karyawan akan pelaksanaan tugas maupun pengetahuan umum yang mempengaruhi pelaksanaan tugas sangat menentukan berhasil tidaknya pelaksanaan tugas dengan baik.

b. Kemampuan

Kemampuan (*ability*) adalah kecakapan atau potensi menguasai suatu keahlian yang merupakan bawaan sejak lahir atau merupakan hasil latihan atau praktek dan digunakan untuk mengerjakan sesuatu yang diwujudkan melalui tindakannya. Pendapat responden dalam hal ini disajikan pada tabel 5. 35 berikut:

Tabel 5.35. Kemampuan Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	3	15	37.50%	4.25
2	Setuju	4	16	50.00%	
3	Kurang Setuju	1	3	12.50%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	34	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 4 karyawan atau 50%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara dapat menjaga barang milik pelanggan. Karyawan dapat dipercaya meskipun ada barang pelanggan yang tertinggal.

Tabel 5.36. Kemampuan Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	41	205	43.16%	4.06
2	Setuju	25	100	26.32%	
3	Kurang Setuju	23	69	24.21%	
4	Tidak Setuju	6	12	6.32%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	386	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 41 karyawan atau 43.16%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara mampu menjaga keamanan barang. Pelanggan yang melakukan servis motor dan membawa barang di jok motor tidak hilang akan tetapi dijaga dengan baik oleh karyawan.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarakan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan mampu menjaga keamanan barang. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 6 orang yang menyatakan tidak setuju bahwa karyawan mampu menjaga keamanan barang. Hal ini dikarenakan ketika ada pelanggan melakukan service motor ada barang yang ketinggal di jok dan ada karyawan ditanya tidak mengetahui nya sehingga ada yang kehilangan.

Penilaian kemampuan kerja amat penting bagi suatu organisasi. Dengan penilaian kemampuan tersebut suatu organisasi dapat melihat sampai sejauh mana faktor manusia dapat menunjang tujuan suatu organisasi. Penilaian terhadap kemampuan dapat memotivasi karyawan agar terdorong untuk bekerja lebih baik. Oleh karena itu diperlukan penilaian prestasi yang tepat dan konsisten.

Kemampuan kerja sebagai hasil kerja (*output*) yang berasal dari adanya perilaku kerja serta lingkungan kerja tertentu yang kondusif. Dalam menentukan faktor penilaian individu karyawan, maka lingkungan kerja sebagai kesempatan untuk berprestasi yang dapat dipengaruhi oleh adanya peralatan kerja, bahan, lingkungan fiskal kerja, perilaku kerja pegawai yang lain, pola kepemimpinan, kebijakan organisasi, informasi serta penghasilan secara keseluruhan akan dianggap konstan karena bersifat pemberian, berasal dari luar diri karyawan dan bukan merupakan perilaku karyawan.

c. Kesopanan

Kesopanan adalah serangkaian aturan tentang tingkat laku yang bersumber dari budaya, adat istiadat, atau tradisi di suatu wilayah yang berkembang dalam pergaulan anggota masyarakat dan dianggap sebagai tuntunan dalam berinteraksi antar sesama. Untuk jawaban responden tentang nilai dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.37. Kesopanan Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	3	15	37.50%	4.00
2	Setuju	2	8	25.00%	
3	Kurang Setuju	3	9	37.50%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	32	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 3 karyawan atau 37.5%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara ketika ada pelanggan bertanya maka karyawan akan menjawab setiap pertanyaan dari pelanggan dengan sopan. Ketika ada pelanggan baru datang maka dengan sopan dan segera karyawan menyambut pelanggan.

Tabel 5.38. Kesopanan Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	40	200	42.11%	3.76
2	Setuju	13	52	13.68%	
3	Kurang Setuju	21	63	22.11%	
4	Tidak Setuju	21	42	22.11%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	357	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 40 karyawan atau 42.11%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara memiliki kesopanan ketika berbicara dengan konsumen. Karyawan berbicara dengan lemah lembut dan tidak membentak meskipun pelanggan melakukan kesalahan.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarakan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memiliki kesopanan ketika berbicara dengan konsumen. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 21 orang yang menyatakan tidak setuju bahwa karyawan memiliki kesopanan ketika berbicara dengan konsumen. Hal ini dikarenakan ada beberapa pelanggan diberi pelayanan oleh karyawan dengan berkata kurang sopan dan tidak bersahabat ketika ditanya masalah harga motor.

Sopan santun sangat perlu dan penting menjadi budaya wajib yang harus dimiliki, baik di tengah masyarakat maupun organisasi. Tanpa sopan santun atau lebih sering disebut etika kerja, maka dapat menyebabkan terjadinya perselisihan antar anggota organisasi. Seorang karyawan sekalipun memiliki jabatan strategis tak semestinya berbuat sesuka hati selama berada di ruang kantor. Mereka pun tetap harus menjaga etika kesopanan yang ditetapkan oleh perusahaannya.

d. Sifat dapat dipercaya

Sikap jujur merupakan salah satu sikap yang sudah diajarkan kepada kita sejak kecil dan sejak menginjak bangku sekolah untuk pertama kali. Diajarkannya

kita kepada pentingnya sikap jujur sejak dini bukannya tanpa alasan. Jujur merupakan salah satu sikap yang harus dimiliki oleh setiap manusia dalam beraktivitas, salah satunya adalah jujur saat bekerja. Untuk jawaban responden tentang nilai dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.39. Sifat dapat dipercaya Jawaban Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	3	15	37.50%	4.13
2	Setuju	3	12	37.50%	
3	Kurang Setuju	2	6	25.00%	
4	Tidak Setuju	0	0	0.00%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		8	33	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 3 karyawan atau 37.5%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara memiliki sifat dapat dipercaya.

Tabel 5.40. Sifat dapat dipercaya Jawaban Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah Responden	Skor	Persentase	Rata-rata
1	Sangat Setuju	35	175	36.84%	3.69
2	Setuju	6	24	6.32%	
3	Kurang Setuju	44	132	46.32%	
4	Tidak Setuju	10	20	10.53%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	0.00%	
Jumlah		95	351	100%	

Sumber : Data olahan 2020

Hasil penelitian persentase terbesar berada pada kategori sangat setuju sebanyak 35 karyawan atau 36.84%. Artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara memiliki sifat dapat dipercaya. Ketika melakukan pekerjaan selesai

pada waktu yang dijanjikan dan dapat mengerjakan pekerjaan dengan maksimal tanpa melakukan kesalahan yang fatal.

Berdasarkan jawaban angket yang disebarakan kepada karyawan maupun pelanggan menunjukkan bahwa jawaban tersebut tidak searah. Menurut jawaban karyawan tidak ada yang menjawab tidak setuju artinya hampir semua karyawan memiliki sifat dapat dipercaya. Akan tetapi tidak dirasakan oleh semua pelanggan karena masih ada 10 orang yang menyatakan tidak setuju bahwa karyawan memiliki sifat dapat dipercaya. Hal ini dikarenakan ada beberapa pelanggan yang pernah kehilangan barang di jok motor ketika melakukan service motor.

Sikap jujur akan melahirkan kepercayaan antara satu orang dan lainnya. Sikap jujur juga menjauhkan rasa curiga hingga kekhawatiran akan rusaknya sebuah kepercayaan yang dibangun. Oleh sebab itulah sangat penting memiliki sikap jujur saat bekerja. Berikut ini adalah beragam manfaat yang bisa kamu temukan apabila menerapkan sikap jujur dalam pekerjaanmu.

Adapun rekapitulasi jawaban Karyawan terhadap variabel *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.41. Rekapitulasi Jawaban Karyawan Terhadap Variabel *Service Quality* Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan

No	Service Quality	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1	Tangible	Rata-rata	4	3	1	0	0	8
		Persentase	54.17	33.33	12.50	0.00	0.00	100
		Skor	21.67	10.67	3.00	0.00	0.00	35
2	Emphaty	Rata-rata	3	3	2	0	0	8
		Persentase	37.50	34.38	25.00	3.13	0.00	100
		Skor	15.00	11.00	6.00	0.50	0.00	33
3	Reliability	Rata-rata	3	2	3	0	0	8
		Persentase	41.67	20.83	37.50	0.00	0.00	100
		Skor	16.67	6.67	9.00	0.00	0.00	32
4	Responsiveness	Rata-rata	4	3	1	0	0	8
		Persentase	50.00	37.50	12.50	0.00	0.00	100
		Skor	20.00	12.00	3.00	0.00	0.00	35
5	Assurance	Rata-rata	4	3	2	0	0	8
		Persentase	43.75	37.50	18.75	0.00	0.00	100
		Skor	17.50	12.00	4.50	0.00	0.00	34
Jumlah			18	13	9	0	0	40
Persentase			45.4	32.7	21.3	0.6	0.0	100
Skor			90.8	52.3	25.5	0.5	0.0	169

Sumber: Data Olahan, 2020

Data responden yang di olah dalam penelitian ini adalah sebanyak 7 orang karyawan dan 1 pimpinan perusahaan. Pada setiap item pernyataan mengenai *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan, nilai jawaban terkecil adalah 1 dan jawaban terbesar adalah 5.

Dari data tabel 5.41 di atas, memperlihatkan jumlah nilai yang terbanyak adalah sangat setuju dan setuju yaitu sebanyak 78.1% artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan berada pada kategori sangat

baik. Hal ini dikarenakan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

Tabel 5.42. Rekapitulasi Jawaban Pelanggan Terhadap Variabel *Service Quality* Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan

No	Service Quality	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1	Tangible	Rata-rata	35	29	24	6	0	95
		Persentase	36.84	30.88	25.61	6.67	0.00	100
		Skor	175	117	73	13	0	378
2	Emphaty	Rata-rata	40	22	16	17	0	95
		Persentase	41.84	22.89	17.11	18.16	0.00	100
		Skor	199	87	49	35	0	369
3	Reliability	Rata-rata	35	24	23	13	0	95
		Persentase	36.84	24.91	24.56	13.68	0.00	100
		Skor	175	95	70	26	0	366
4	Responsivenness	Rata-rata	49	19	13	14	0	95
		Persentase	51.58	20.00	13.68	14.74	0.00	100
		Skor	245	76	39	28	0	388
5	Assurance	Rata-rata	41	14	27	14	0	95
		Persentase	42.89	14.47	28.16	14.47	0.00	100
		Skor	204	55	80	28	0	367
Jumlah			200	108	104	64	0	475
Persentase			42.0	22.6	21.8	13.5	0.0	100
Skor			997.5	537.5	518.33	321.66	0	24

Sumber: Data Olahan, 2020

Data pelanggan yang di olah dalam penelitian ini adalah sebanyak 95 orang pelanggan. Pada setiap item pernyataan mengenai *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan, nilai jawaban terkecil adalah 1 dan jawaban terbesar adalah 5.

Dari data tabel 5.42 di atas, memperlihatkan jumlah nilai yang terbanyak adalah sangat setuju dan setuju yaitu sebanyak 64.6% artinya tanggapan responden secara keseluruhan terhadap variabel dari *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di

Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir adalah Sangat Setuju. Berdasarkan tanggapan responden dari pernyataan skor tertinggi terdapat pada tanggapan tentang setiap pelanggan merasa puas terhadap *service quality* karyawan di PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

5.4. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa implementasi *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir menurut karyawan adalah sangat tinggi. Nilai yang terbanyak adalah sangat setuju dan setuju yaitu sebanyak 64.6% artinya tanggapan responden secara keseluruhan terhadap variabel dari *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir adalah Sangat Setuju. Berdasarkan tanggapan responden dari pernyataan skor tertinggi terdapat pada tanggapan tentang setiap pelanggan merasa puas terhadap *service quality* karyawan di PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa implementasi *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir menurut pelanggan adalah sangat tinggi. Nilai yang terbanyak adalah sangat setuju dan setuju yaitu sebanyak 78.1% artinya karyawan PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir dalam

memberikan pelayanan kepada pelanggan berada pada kategori sangat baik. Hal ini dikarenakan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi perusahaan (lembaga), diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan pelanggan dan atas dasar itu kemudian berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin.

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh memang tidak mudah, apalagi pelanggan yang dihadapi saat ini berbeda dengan pelanggan beberapa tahun lalu. Tjiptono (2014:146) mengatakan bahwa tidak realitas bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Faza Abadi Udayana dan Brillyanes Sanawiri (2018) yaitu sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan dan hasil penelitian sama-sama menjelaskan bahwa perusahaan memberikan pelayanan terbaik agar pelanggan merasa puas. Sedangkan hasil penelitian Faza Abadi Udayana dan Brillyanes Sanawiri (2018) yaitu pihak manajemen bengkel dan pihak pelanggan memiliki pendapat tentang *service quality*. Prespektif dari bengkel tentang *service quality* tidak ada perbedaan yang mendasar dengan prespektif pelanggan. Prespektif dari pihak manajemen bengkel dan pelanggannya menganalisanya menggunakan model *service quality attribute*

Haywood-Farmer. Pelanggan dari AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor memiliki faktor utama pendorong kepuasan yang berbeda.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan interpretasi pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Implementasi *service quality* yang diukur melalui *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dapat menciptakan kepuasan pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir berada pada kategori tinggi.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat mengemukakan beberapa saran :

1. Disarankan kepada perusahaan untuk mempertahankan yang sudah baik dan memperbaiki yang belum.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel yang belum diteliti seperti, harga, variasi produk dan lain sebagainya.
- 3.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2006. *Metode Peneliutian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Azwar, Saifuddin. 2009. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Barata.2013, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*.Jakarta : PT Alex media Komputindo
- Husain. 2007. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip dan Kevin, L Keller., 2013.,*Manajemen Pemasaran.*, Jilid 2., Erlangga., Jakarta
- Laksana, 2008, *Manajemen Pemasaran*.Graha Ilmu, Yogyakarta
- Lupiyoadi, Rambat & AHamdani, 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa.*, Jakarta: Salemba Empat
- Marnis. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Zifatama
- M. Faza Abadi Udayana dan Brillyanes Sanawiri. 2018. Implementasi *service quality* dalam menciptakan kepuasan pelanggan (Studi pada Bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor di Kota Malang). *Jurnal*
- Nasution, 2008.*Flexible Marketing*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Nanny Fajar Kartika dan Suprayogi. 2017. Implementasi Fuzzy-Service Quality Terhadap Tingkat Kepuasan Layanan Mahasiswa. *Jurnal*
- Ratminto dan Winarsih, Atik Septi.2010, *Manajemen Pelayanan*. Cetakan VIII, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono., 2012., *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*, Alfabet., Bandung

- Simamora, Bilson, 2010. *Panduan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa*. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana., 2016., *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*., Penerbit Andi., Yogyakarta
- Udayana, M. F. A dan Sanawiri. B. 2018. Implementasi Servie Quality Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 61 No. 4
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: Indeks
- Widhy Wahyani. 2017. Penerapan Metode Service Quality Untuk Menganalisis Kepuasan Pelanggan. *Jurnal*