

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT.SUMIDHAZ PERMATA BUNDA PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau

TIURMA MEGAWATI S

NPM : 177210867

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
PEKANBARU**

2021

PERSEMBAHAN

*Segala puji kuhantarkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa
Yang memberikan aku kesempatan hidup dan nikmat indahny semesta,
disanalah aku bertemu mimpi, cita dan cinta.
Terimakasih telah mengizinkan ku menatap masa depan, memberi kesempatan
dan semangat berlari mengejar asa.*

*Ku persembahkan karya sederhana ini untuk orang tua ku
Bapak Togu Siagian dan Mama Mariani Nainggolan yang sangat aku cintai
dan sayangi yang begitu besar perjuangannya dan memberikan yang terbaik
untuk anak-anaknya.*

*Skripsi ini ku persembahkan kepada Bapak dan Mama sebagai tanda bahwa
perjuangan kalian tidak sia-sia*

*Terima kasih kepada adik-adikku Ponot dan Kemming yang sangat aku
sayangi.*

Terimakasih atas waktu dan pikiran yang kalian luangkan pada skripsi ini.

*Dan terimakasih aku ucapkan kepada oppung melek yang selalu memberikan
aku semangat dalam menjalani hidup dan yang selalu mendoakan aku agar
mendapat jodoh yang baik.*

Tiurma megawati siagian

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, nikmat dan karunia-Nya dan dengan segala keterbatasan akhirnya karya ilmiah yang ditulis dalam bentuk skripsi ini dapat penulis selesaikan. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru”. ini penulis tulis dan diajukan ke fakultas dalam rangka memenuhi salah satu syarat menamatkan studi dan sekaligus memperoleh gelar sarjana starta satu.

Penulis dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menyusun setiap lembar bab-perbab skripsi ini sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas. Walaupun demikian penulis menyadari bahwa pada lembar tertentu dari naskah skripsi ini mungkin ditemukan berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal itu penulis berharap kemakluman serta masukan dari para pembaca.

Penulis menyadari bahwa dalam proses studi maupun dalam proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini banyak pihak turut membantu. Sehubung dengan itu secara khusus pada lembaran ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi., SH. MCL. Selaku Rektor Universitas Islam Riau yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang Bapak Pimpin.

2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Arief Rifa'i S.Sos., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
4. Ibu Eka Komalasari S.Sos., M.Si Selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dari awal hingga akhir skripsi ini serta memberikan petunjuk, saran yang bermanfaat dan menularkan pengetahuan kepada penulis terutama selama proses bimbingan berlangsung.
5. Dosen-dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
6. Kepada Pimpinan beserta karyawan PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru yang telah bersedia memberikan kemudahan dalam melakukan penelitian dan pengambilan data yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua saya yaitu Bapak Togu Siagian dan Mama Mariani Nainggolan yang selalu memberikan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada adik kandung Bulan Siagian S.Th. dan Esmi Astasya Siagian yang telah menyumbangkan pikiran maupun pendapat untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Teman-Teman yang sudah membantu peneliti dan memotivasi agar semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan Rahmatnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Naskah skripsi ini penulis sadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat positif diharapkan dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini untuk kesempurnaan penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini akan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan semoga ilmu yang penulis peroleh ini dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta bagi Nusa dan Bangsa Amin.

Demikian yang dapat saya sampaikan lebih dan kurang saya mohon maaf dan terimakasih.

Pekanbaru, 30 September 2021

Penulis,

Tiurma Megawati S

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING.....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iii
BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF	iv
SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UIR.....	v
PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
SURAT PERNYATAAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR.....	13
A. Studi Kepustakaan.....	13
1. Konsep Administrasi.....	13
2. Konsep Administrasi Bisnis.....	15
3. Konsep Organisasi	18
4. Konsep Manajemen.....	25
5. Konsep Manajemen Pemasaran	28
6. Konsep Kualitas Pelayanan.....	32
7. Konsep Kepuasan Pelanggan	38
8. Penelitian Terdahulu	43
B. Kerangka Pikir	46
C. Hipotesis.....	47
D. Konsep Operasional	47
E. Operasional Variabel.....	50
F. Teknik Pengukuran	53
BAB III METODE PENELITIAN	67
A. Tipe Penelitian	67
B. Lokasi Penelitian.....	67
C. Populasi Dan Sampel	68
D. Teknik Penarikan Sampel	70
E. Jenis Dan Sumber Data	70
F. Teknik Pengumpulan Data.....	71
G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	72
1. Uji Instrumen	73

2. Uji Asumsi Klasik	74
3. Analisis Regresi Linier Sederhana	75
4. Koefisien Determinasi.....	76
5. Uji Hipotesis.....	77
BAB IV DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN	80
A. Sejarah Ringkas Perusahaan	80
B. Struktur Organisasi.....	85
C. Fungsi dan Tugas Organisasi	86
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	91
A. Identitas Responden	91
1. Identitas responden berdasarkan Usia.....	91
2. Identitas responden berdasarkan Pekerjaan	92
3. Identitas responden berdasarkan Produk yang digunakan	93
B. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Pada PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru.....	93
1. Bukti Langsung	93
2. Empati.....	97
3. Kehandalan	100
4. Daya Tanggap.....	104
5. Jaminan.....	107
6. Variabel Kualitas Pelayanan(X)	110
C. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Pada PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru.....	112
1. Lebih Setia.....	112
2. Menggunakan Produk Kembali.....	115
3. Rekomendasi	118
4. Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)	122
D. Hasil dan Pembahasan Uji Hipotesis	124
1. Uji instrumen.....	124
a. Uji validitas	124
b. Uji Reliabilitas	126
2. Uji Asumsi Klasik.....	126
a. Uji Normalitas.....	127
b. Uji Heterokedastisitas	128
3. Uji Regresi Linier Sederhana	130
4. Uji Koefisien Determinasi.....	132
5. Uji Hipotesis.....	132
a. Uji t.....	133
b. Uji f.....	134
E. Pembahasan.....	134
BAB VI PENUTUP	136
A. Kesimpulan	136
B. Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA	138

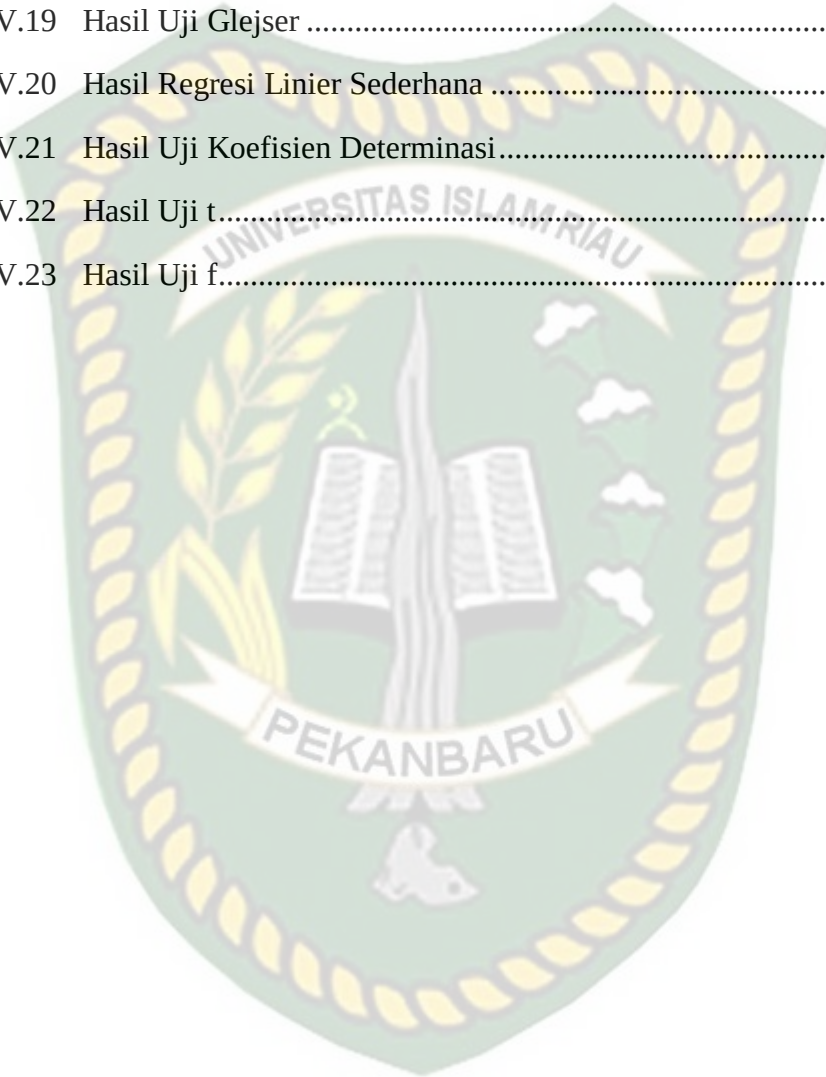
DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

Tabel I.1	Jumlah Pelanggan	7
Tabel I.2	Daftar Internet Service Provider Yang Ada Di pekanbaru	9
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	43
Tabel II.2	Defenisi Operasional Variabel Dan Indikator Penelitian	50
Tabel II.3	Pengukurang Skala Likert	53
Tabel III.1	Jumlah Populasi Dan Sampel Penelitian	69
Tabel V.1	Responden Berdasarka Usia	91
Tabel V.2	Responden Berdasarkan Pekerjaan	92
Tabel V.3	Responden Berdasarkan Produk Yang Digunakan	93
Tabel V.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Bukti Langsung	94
Tabel V.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Empati	97
Tabel V.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kehandalan ...	100
Tabel V.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Daya Tanggap	104
Tabel V.8	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Jaminan	107
Tabel V.9	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan(X)	110
Tabel V.10	Kategori Penilaian	111
Tabel V.11	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Lebih Setia	112
Tabel V.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Menggunakan Produk Kembali	115
Tabel V.13	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Rekomendasi	119
Tabel V.14	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	122
Tabel V.15	Kategori Penilaian	123

Tabel V.16	Hasil Uji Validitas	124
Tabel V.17	Hasil Uji Reliabilitas	126
Tabel V.18	Hasil Uji Normalitas Data.....	127
Tabel V.19	Hasil Uji Glejser	129
Tabel V.20	Hasil Regresi Linier Sederhana	131
Tabel V.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	132
Tabel V.22	Hasil Uji t.....	133
Tabel V.23	Hasil Uji f.....	134



DAFTAR GAMBAR

Gambar

Halaman

Gambar II.1	Kerangka Pikir	46
Gambar IV.1	Struktur Organisasi	86
Gambar V.1	Grafik Normal Probability Plot.....	128
Gambar V.2	Grafik Scatterplot.....	130



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Halaman

Lampiran 1	Daftar Wawancara PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru	141
Lampiran 2	Daftar Kuesioner Untuk Pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru	160
Lampiran 3	Rekap Identitas Responden Pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru	167
Lampiran 4	Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan Pada PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru	170
Lampiran 5	Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Kepuasan Pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru	173
Lampiran 6	Data Olahan SPSS	176
Lampiran 7	Surat Rekomendasi Riset Dan DPMDPTSP	190
Lampiran 8	Dokumentasi Penelitian	193

SURAT PERNYATAAN

Saya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Peserta Ujian Komferehensif Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini :

Nama : Tiurma Megawati S
NPM : 177210867
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru

Atas naskah yang didaftarkan pada Ujian Usulan Penelitian ini beserta seluruh Dokumen Persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya mengatakan:

1. Bahwa naskah usulan penelitian adalah benar hasil karya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dengan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa keseluruhan persyaratan administrasi, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas Dan Universitas.
3. Bahwa apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan diatas pernyataan butir 1 dan butir 2 diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian komprehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas Dan Universitas serta Hukum Negara RI.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan pihak manapun juga.

Pekanbaru, 30 September 2021

Pelaku Pernyataan

Tiurma Megawati S

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADAPT.SUMIDHAZ PERMATA BUNDA PEKANBARU

Oleh :

Tiurma Megawati S

ABSTRAK

Pada jaman sekarang kita mengetahui bahwa Internet merupakan kemajuan teknologi informasi yang sangat nyata dan berpengaruh besar dalam kehidupan, dengan adanya internet service provider atau penyalur wifi pada masyarakat salah satunya adalah PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru yang ikut bersaing dengan internet service provider lainnya yang ada di Kota Pekanbaru. Menjawab kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi dengan cepat, dashnet hadir untuk memberikan layanan akses internet yang cepat . didukung tenaga profesional muda yang energik, kreatif dan inovatif. Fasilitas lain yang di sediakan, sebagai layanan tambahan, adalah layanan pemblokiran situs-situs tertentu berdasarkan kategori yang telah di tentukan pemerintah sebagai situs terlarang atau permintaan pelanggan (misalnya situs-situs malware/virus, situs-situs negatif). Dengan menggunakan layanan ini, pelanggan dapat memastikan penggunaan Internet di rumah, di kantor, di sekolah, atau di organisasi mereka dilakukan secara tepat , sehat dan bermamfaat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru sebanyak 80 pelanggan dengan menggunakan Rumus Slovin. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik sensus. Hasil uji t dalam penelitian ini diperoleh bahwa Kualitas Pelayanan(X) dengan t hitung (25,811) > t tabel(1,99085) dengan sig (0,000) < 0,05 Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan(X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y). Dan reabilitas di atas 0,60 yang berarti reliabel. Kemudian, koefisien determinasi (r^2) adalah 0,895 atau dibulatkan menjadi 98,5% artinya bahwa kualitas pelayanan(X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan(Y), sedangkan sisanya 10,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan pelanggan*

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT. SUMIDHAZ PERMATA BUNDA PEKANBARU

Oleh :

Tiurma Megawati S

ABSTRACT

Nowadays we know that the Internet is a very real advancement of information technology and has a big impact on life, with the existence of internet service providers or wifi distributors in the community, one of which is PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru which competes with other internet service providers in Indonesia. Pekanbaru City. Responding to the community's need to obtain and disseminate information quickly, dashnet is here to provide fast internet access services. supported by young professionals who are energetic, creative and innovative. Another facility provided, as an additional service, is the service of blocking certain sites based on categories that have been determined by the government as prohibited sites or customer requests (eg malware/virus sites, negative sites). By using this service, customers can ensure that the use of the Internet at home, in the office, at school, or in their organization is carried out in an appropriate, healthy and beneficial manner. This study aims to determine how the influence of Service Quality on Customer Satisfaction. The sample in this study were 80 customers of PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru using the Slovin formula. This study uses quantitative methods with interviews, observation, questionnaires and documentation. The sampling technique used in this research is the census technique. The results of the t-test in this study showed that Service Quality (X) with t count (25.811) > t table (1.99085) with sig (0.000) < 0.05. It can be concluded that service quality (X) has a significant effect on customer satisfaction (Y). And reliability is above 0.60 which means reliable. Then, the coefficient of determination (r^2) is 0.895 or rounded to 98.5% meaning that service quality (X) affects customer satisfaction (Y), while the remaining 10.5% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada jaman sekarang kita mengetahui bahwa Internet merupakan kemajuan teknologi informasi yang sangat nyata dan berpengaruh besar dalam kehidupan, namun dampak negatif dari internet turut berkembang, diantaranya adalah konten negatif yang terus bertambah seiring pertumbuhan situs internet dan peningkatan jumlah pengguna layanan internet pada setiap tahunnya. Berdasarkan informasi dari data yang disajikan oleh asosiasi penyelenggara jasa internet indonesia bahwa pengguna layanan internet khususnya di Indonesia terus bertambah.

Dalam berbisnis diperlukan produk yang berkualitas untuk dipasarkan sehingga dapat menguntungkan bagi perusahaan, hal ini sesuai dengan yang dikatakan Griffin dan Ebert (dalam Nugroho, 2015) bahwa definisi bisnis adalah suatu kegiatan menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk mendapatkan laba. Pada era globalisasi ini, produk dan jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam. Sehingga terjadilah persaingan antarprodusen untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis salah satunya adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Terdapat beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan, menurut Kotler (dalam Saputro dkk, 2016) yaitu nilai total pelanggan yang terdiri

dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan total biaya pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran.

Menurut Oetomo (2002) menyebutkan bahwa internet merupakan singkatan atau kependekan dari *international network*, yang didefinisikan sebagai suatu jaringan komputer yang sangat besar, dimana jaringan komputer tersebut terdiri dari beberapa jaringan – jaringan kecil yang saling terhubung satu sama lain.

Dengan pertumbuhan domain yang sangat pesat dan konten negatif yang tidak terkendali, diiringi jumlah pengguna layanan internet yang terus meningkat maka akan menimbulkan banyak kerugian diantaranya :

1. Spam : mengakibatkan ketidaknyamanan pengguna.
2. Perjudian online : mengakibatkan kerugian material dan spiritual.
3. Isu SARA : mengakibatkan perpecahan persatuan dan kesatuan bangsa.

Untuk mencegah dampak negatif tersebut maka diperlukan sistem keamanan yang diterapkan pada jaringan internet. Hal ini sesuai dengan tugas dan peran serta *Internet Service Provider* (ISP) dalam melindungi bangsa dari dampak negatif internet. Sebagai penyedia layanan internet diharapkan mampu memberikan layanan jaringan internet yang aman dan sehat bagi masyarakat. ISP harus mampu menerapkan sistem keamanan yang memadai agar masyarakat merasa nyaman tanpa hadirnya konten negatif ketika memanfaatkan layanan internet.

Untuk mewujudkan sistem keamanan pada jaringan internet, ISP dapat menerapkan beberapa metode proteksi diantaranya *blocking* situs dan *redirect*. *Blocking* situs bertujuan untuk melakukan pencekalan terhadap situs yang memuat konten negatif, sehingga tidak dapat diakses. Sedangkan *redirect* bertujuan untuk mengalihkan ke situs lain.

Metode *blocking* domain merupakan strategi untuk membuat sulit bagi pengguna untuk menemukan domain tertentu atau situs web di internet. Metode ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1997 sebagai sarana untuk memblokir email spam dari alamat IP yang diketahui. Namun seiring pertumbuhan situs yang semakin banyak, maka *blocking* domain saat ini diterapkan tidak hanya untuk memblokir email spam melainkan situs-situs yang mengandung isu SARA, perjudian online, dan lain sebagainya.

Sedangkan sistem keamanan internet dengan metode *redirect* yaitu dengan mengarahkan pengguna ke situs lain yang sudah didaftarkan pada DNS. Salah satu contoh ketika pengguna mencoba untuk akses www.spam.com dan situs tersebut berada di daftar blok DNS, maka akan diarahkan ke situs lainnya, misalnya situs yang sudah disiapkan dengan halaman yang menyatakan bahwa domain yang diminta tidak diizinkan diakses karena mengandung unsur konten negatif.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap puas atau tidaknya konsumen. Kualitas yang buruk atau tidak baik akan

mengakibatkan konsumen kecewa dan itu bisa berdampak pada perusahaan tersebut. Terdapat beberapa pertimbangan yang menjadi tolak ukur tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Ketika seorang konsumen telah menemukan produk yang diinginkannya, masih terdapat beberapa hal lain yang menjadi pertimbangan. Seperti misalnya pertimbangan harga produk, kualitas produk, atau tentang tingkat kualitas pelayanan yang baik terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan menjadi sangat penting dikarenakan berdampak langsung dengan citra perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (yaes et al, 2004 dalam sumarto, 2007).

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kepuasan merupakan gambaran perbedaan antara harapan dan kinerja (yang nyata di terima). Apabila harapan tinggi, sementara kinerjanya biasa biasa saja kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi pelanggan. Sebaliknya apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan maka kepuasan akan meningkat. Sejumlah isu penting terkait dengan kepuasan pelanggan adalah bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu proses yang dinamis dan aktif, kepuasan konsumen merupakan bagian

penting dalam komponen kepuasan. Pencapaian kepuasan merupakan proses yang dinamis dalam arti tidak pernah berhenti dan tergantung bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pelanggan dalam tingkat antar personal, kepuasan dicapai dengan memberikan makna dalam kehidupan manusia dan dengan menyentuh tingkat mereka.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2007). Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumennya.

PT. Sumidhaz Permata Bunda, atau yang lebih dikenal dengan nama DASHNET merupakan perusahaan *Internet Service Provider* (ISP) atau Penyedia Layanan Internet. Memulai usaha *Internet Service Provider* sejak tahun 2005 Dashnet Resmi memiliki Izin ISP dari KOMINFO RI pada tahun 2011 dengan No. Izin No.155/KEP/DJPPI/KOMINFO/5/2011 dan pada tahun 2016 Izin Kominfo telah di Perpanjang Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Nomor 2179 Tahun 2016. Dashnet beroperasi di wilayah Provinsi Riau,

Sumatra Barat, dan Kepri seperti Kota Pekanbaru, Kab. Kampar, Kab. Siak, Perawang, Kota Duri, Kota Dumai, Kab. Bengkalis, Kota Payakumbuh, Kota Bukittinggi, Kota Padang, Kota Palembang dan terus di perluas di daerah lain.

Menjawab kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi dengan cepat, dashnet hadir untuk memberikan layanan akses internet yang cepat. didukung tenaga profesional muda yang energik, kreatif dan inovatif.

Menggunakan kombinasi antara teknologi jaringan Fiber Optic, Fixed Wireless, dan teknologi lainnya diharapkan penyebaran akses Internet kepada masyarakat akan semakin cepat merata, efektif, efisien serta hemat biaya dan hemat energi.

Beragam pilihan paket layanan tersedia untuk memenuhi kebutuhan layanan Internet masyarakat yang beragam, mulai dari pengguna rumahan (personal), Small Home Office, Ticketing Agent, Institusi Pendidikan, Instansi Pemerintah dan Corporate. Layanan tambahan berbasis Internet juga tersedia seperti VPN, Privated Point to Point VOIP, IP PABX, CCTV Online Internet, Online Radio Broadcasting, Web Hosting dan sebagainya.

Fasilitas lain yang di sediakan, sebagai layanan tambahan, adalah layanan pemblokiran situs-situs tertentu berdasarkan kategori yang telah di tentukan pemerintah sebagai situs terlarang atau permintaan pelanggan (misalnya situs-situs malware/virus, situs-situs pornografi dsb). Dengan menggunakan layanan ini, pelanggan dapat memastikan penggunaan Internet di rumah, di kantor, di sekolah, atau di organisasi mereka dilakukan secara tepat, sehat dan bermamfaat.

Fasilitas pelayanan yang diberikan oleh Dashnet Pekanbaru berbagai macam ada yang khusus untuk penawaran produk, pelayanan untuk keluhan atau pelayanan untuk tagihan. Dengan jumlah karyawan yang minim pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terkesan lambat, dengan jumlah karyawan sebanyak 30 orang sudah termaksud karyawan yang bekerja di lapangan atau sering disebut teknisi.

Perusahaan menyediakan metode pembayaran yang beragam yaitu dengan sistem transfer, sistem pembayaran langsung ke kantor dan metode pembayaran sistem penjemputan kerumah konsumen. Dengan sistem ini para konsumen bisa memilih sistem pembayaran yang mana akan mereka gunakan untuk membayar tagihan tersebut.

Adapun jumlah konsumen pada 3 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel. 1.1.
Jumlah Konsumen

No.	Tahun	Jumlah konsumen
1.	2018	80 konsumen
2.	2019	120 konsumen
3.	2020	200 konsumen
Jumlah		400 konsumen

Sumber :PT. Sumidhaz Permata Bunda, 2021.

Dapat dilihat pada tabel di atas, jumlah konsumen pada PT. Sumidhaz Permata Bunda meningkat selama 3 tahun terakhir. Pada tahun 2020 pengguna provider pada PT. Sumidhaz Permata Bunda mengalami peningkatan yang sangat drastis dikarenakan faktor dari pandemi yang mengakibatkan siswa dan

mahasiswa harus belajar dirumah sehingga orang tua lebih memilih menggunakan wifi untuk menghemat pengeluaran.

Berikut adalah kelebihan dan kekurangan dari layanan internet PT. Sumidhaz Permata Bunda :

- a. Kelebihan Layanan internet PT. Sumidhaz Permata Bunda
 1. Akses Internet kecepatan tinggi dengan kecepatan download dan upload yang simetris dan Stabil.
 2. Memberikan jaminan tingkat ketersediaan konektivitas internet sebesar 99% dalam 1 bulan.
- b. Kekurangan Layanan internet PT. Sumidhaz Permata Bunda
 1. Cuaca sangat berpengaruh terhadap kualitas jaringan,jika cuaca buruk maka jaringan tidak stabil
 2. Jika listrik padam atau mati lampu maka jaringan internet terputus dikarenakan terhubung dengan listrik
 3. Tidak dapat digunakan pada jarak yang lumayan jauh

Kota pekanbaru merupakan ibu kota provinsi riau yang telah maju dan berkembang,begitu juga bisnisnya yang juga sudah mulai berkembang, perkembangan dalam internet service yang telah banyak digunakan oleh masyarakat di pekanbaru bahkan diluar kota,dengan perkembangan ini banyak bertambahnya internet service yang lain, sehingga dengan ini timbul masalah persaingan atau pengurangan profit pada perusahaan tersebut.

Tabel I.2

Daftar Internet Service Provider Yang Ada DiPekanbaru.

No.	Nama Provider Internet	Alamat
1.	SiakNet	Tangkerang tengah,Kec.Marpoyan Damai,Kota Pekanbaru,Riau 20125
2.	NusaNet	Jl. Borobudur No.14, Simpang Empat, Kec. Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru, Riau 28156
3.	Dumai Mandiri Net	Jl. Harapan Baru No.2, Tengkerang Labuai, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau 28281
4.	HiNet Center Pekanbaru	Jl. Hasanuddin No.No.1 A, Rintis, Kec. Lima Puluh, Kota Pekanbaru, Riau 28155
5.	Indihome Pekanbaru	Jl. Tengku Bey, Jl. Ilham, Simpang Tiga, Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau 28289, Simpang Tiga, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau 28284
6.	SolNet Pekanbaru	Jl. Arifin Ahmad No.148E, Sidomulyo Tim., Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau 28125

Sumber: hasil prasurvey tahun 2021.

Berdasarkan tabel I.2 diatas dapat kita lihat bahwa dikota pekanbaru saat ini sudah banyak provider internet yang berkembang dan banyak diminati oleh masyarakat khususnya di kota pekanbaru. Oleh karena itu perusahaan berlomba lomba untuk menciptakan produk produk yang baik dan berkualitas.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan peneliti dapat disimpulkan beberapa fenomena :

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dashnet Pekanbaru terkesan lambat karena lebih mengutamakan pelanggan yang melapor ke pusat dari pada pelanggan yang melapor ke teknisinya.
2. Jaringan internet yang terkadang tidak stabil akibat faktor cuaca sehingga terkadang memperlambat koneksi internetnya.
3. Pelayanan yang diberikan oleh Dashnet Pekanbaru terkesan lambat karena minimnya jumlah karyawan.
4. Kurangnya perhatian perusahaan terhadap keluhan konsumen pada jaringan yang kurang baik.
5. Perubahan jaringan yang tidak terduga pada saat tertentu yang mengakibatkan sulit mengakses internet.

Dari uraian uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai harga dan kualitas pelayanan yang diberikan atau disediakan oleh DashNet tersebut dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan yang disediakan oleh PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru?
2. Bagaimana Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru ?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan Kualitas Pelayanan yang disediakan oleh PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran yang mengkaji tentang Kualits Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Kegunaan akademis

Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru.

3. Kegunaan praktis

Untuk mengetahui dan memperoleh jawaban untuk kebijakan PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru dalam penerapan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

1. Administrasi

Administrasi adalah usaha dan kegiatan yang berhubungan dengan penyelenggaraan kebijakan untuk mencapai tujuan. Administrasi adalah yang berfungsi memegang suatu peranan yang sangat penting terhadap tercapainya suatu kelancaran usaha kegiatan ataupun kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi. Oleh karena itu bisa dikatakan juga memperlihatkan fakta dan keterangan yang diperlukan untuk sebuah perencanaan secara rinci dan keterangan data yang meliputi tugas administrasi. Secara umum, administrasi yaitu usaha dan kegiatan yang berhubungan dengan penyelenggaraab kebijakan untuk mencapai tujuan. Pengertian administrasi juga dibedakan menjadi dua yaitu sebagai berikut :

a. Pengertian dalam arti sempit

Administarsi adalah kegiatan yang meliputi catat mencatat, surat menyurat, pembukuan ringan, ketik mengetik, agenda, dan aktivitas lain yang bersifat teknis ketatausahaan.

b. Pengertian dalam arti luas

Administrasi adalah seluruh proses kerjasama dari dua orang atau lebih agar dapat tercapai tujuan melalui pemanfaatan sarana dan prasarana tertentu secara berdaya guna dan berhasil guna.

Siagian (2003;2) bahwa administrasi adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Defenisi tersebut memberikan beberapa hal, yaitu :

1. Administarsi adalah sebagai seni adalah suatu proses diketahui hanya permulaannya sedangkan akhirnya tidak diketahui.
2. Administrasi mempunyai unsur tertentu yaitu adanya dua manusia atau lebih adanya tujuan yang hendak di capai, adanya tugas yang harus dilaksanakan, adanya peralatan dan perlengkapan untuk melaksanakan tugas-tugas itu. Kedalam golongan peralatan dan perlengkapan termaksud pula waktu, tempat, peralatan materi, serta sarana lainnya.
3. Administrasi sebagai proses kerjasama bukan merupakan hal yang baru karena ia telah timbul bersama sama dengan timbulnya peradaban manusia.

Dalam administrasi terdapat prinsip-prinsip yang di yakini sebagai pegangan atau acuan yang mendukung upaya pencapaian suatu hasil yang diharapkan prinsip-prinsip administrasi tersebut seperti yang dikemukakan oleh Hendry Fayol (dalam zulkifli, 2005;71).

2. Administrasi Bisnis

Administrasi bisnis atau sering disebut dengan administrasi niaga adalah suatu bidang studi khusus yang mempelajari segala sesuatu yang terkait dengan kegiatan operasional bisnis dan perusahaan.

Administrasi bisnis atau administrasi niaga adalah proses pengelolaan perusahaan atau organisasi guna menjaga kestabilan dan perkembangannya. Tujuan dari administrasi bisnis adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Administrasi bisnis lebih mengutamakan efisiensi ekonomi dibandingkan prosedur yang berlaku. Manfaat dari administrasi bisnis hanya untuk kepentingan perseorangan dan kelompok tertentu. Prinsip penyelenggaraannya adalah persaingan bebas.

Ilmu administrasi bisnis memiliki objek, subjek, dan metode. Objek administrasi bisnis adalah manusia dan perilakunya, subjek yang dipelajari dalam administrasi bisnis adalah bentuk, bagian, dan mekanisme kerja sama, sedangkan metode yaitu cara atau ide yang dikembangkan dalam upaya mencapai tujuan kerja sama yang dilakukan. Menurut Admosudidjo administrasi bisnis adalah suatu organisasi niaga secara keseluruhan dan

mengejar tercapainya tujuan-tujuan yang bersifat bisnis objektif, dan administrasi niaga tersebut dijalankan oleh setiap manager dalam suatu organisasi niaga.

Menurut Sukarno dan Lubis administrasi bisnis/niaga yaitu “kegiatan dibidang produksi, transportasi, asuransi perbankan, dan lain-lain, di bidang perusahaan swasta”.

Menurut Sheldo dan Urwik, Administrasi Niaga adalah “industri yang berkaitan dengan penetapan kebijakan perusahaan, koordinasi produksi, keuangan dan distribusi, penentuan arah organisasi dan kontrol tertinggi eksekutif”.

- Ciri-Ciri Administrasi Bisnis

Administrasi bisnis dapat kita kenali dari karakteristiknya. Mengacu pada pengertian administrasi bisnis di atas, berikut ini adalah ciri-ciri administrasi bisnis secara umum:

- a. Terdiri Dari Dua Orang atau Lebih

Aktivitas administrasi bisnis pada umumnya dikelola oleh beberapa orang, tergantung skala bisnisnya. Perusahaan atau badan usaha tingkat menengah akan membutuhkan tenaga administrator lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Selain itu, tenaga administrator juga harus memiliki kemampuan sesuai dengan ruang lingkup kerja administrasi bisnis. Dengan begitu, maka sistem administrasi dapat berjalan dengan baik dan teratur.

b. Terjadi Kerjasama

Administrasi bisnis atau niaga membutuhkan kerjasama yang baik dengan pihak-pihak terkait. Kerjasama tersebut harus dilandasi oleh kesadaran bahwa masing-masing pihak saling membutuhkan dalam upaya mencapai tujuan bersama.

Kerjasama yang solid dapat meningkatkan kinerja dan hasil yang maksimal. Agar kerjasama menjadi solid maka dibutuhkan komunikasi yang baik dalam menyusun administrasi bisnis.

c. Terdapat Proses dan Usaha

Administrasi bisnis dapat terjadi jika ada proses usaha di dalamnya. Proses usaha tersebut akan menghasilkan data-data yang harus dihimpun dan dikelola. Selain berhubungan dengan data, proses bisnis juga melibatkan hal-hal lainnya, misalnya keperluan surat niaga, data karyawan, agenda, dan lain-lain. Itulah sebabnya mengapa administrasi bisnis sangat besar peranannya dalam operasional sebuah bisnis.

d. Adanya Bimbingan dan Pengawasan

Semua jenis usaha memiliki struktur organisasi, mulai dari tingkat bawah hingga tingkat atas. Pimpinan usaha erat hubungannya dengan

administrasi bisnis karena setiap kegiatan administrasi harus diketahui dan disetujui oleh pimpinan.

Koordinasi yang baik antara bagian administrasi dengan pimpinan akan menciptakan kondisi internal perusahaan yang sehat. Dan pada akhirnya kinerja perusahaan akan berjalan sebagaimana mestinya.

e. **Mempunyai Tujuan**

Aktivitas administrasi bisnis bertujuan untuk mencapai tujuan yang jelas. Dengan begitu, maka dibutuhkan prasarana dan tenaga kerja yang kompeten untuk mengisi bagian administrasi suatu perusahaan.

3. Konsep Organisasi

Organisasi berarti serangkaian aktifitas kolektif dari orang-orang yang diawali dengan tujuan tertentu, pembagian kerja dengan perincian tugas tertentu, pendelegasian wewenang, pengawasan diakhir evaluasi pelaksanaan tugas. Dengan melihat organisasi menurut pendekatan proses antara lain tergambarkan pendapat Massic (dalam Zulkifli, 2005; 25) organisasi merupakan suatu kerja sama sekelompok orang yang membagi tugas-tugasnya diantara para anggota, menetapkan hubungan-hubungan kerja dan menyatakan aktifitas-aktifitas kearah tujuan bersama.

Struktur organisasi bias mempengaruhi perilaku individu dan kelompok dalam organisasi, struktur organisasi dapat didefinisikan secara luas sebagai ciri-ciri organisasi yang dapat digunakan untuk mengendalikan atau membedakan bagian-bagiannya. Suatu tujuan dalam organisasi adalah mengendalikan, menyalurkan dan mengarahkan perilaku untuk mencapai

apa yang dianggap menjadi tujuan organisasi. Proses organisasi menimbulkan formulasi dan jenis kelompok yang berbeda. Kelompok formal organisasi yaitu kelompok komando dan kelompok tugas. Kelompok komando ditentukan oleh bagian organisasi, Kelompok ini terdiri atas bawahan yang melapor kepada pimpinan tertentu, hubungannya adalah wewenang antara manajer dengan supervisor atau supervisor dengan bawahannya. Kelompok tugas terdiri atas karyawan yang bekerja bersama-sama untuk menyelesaikan suatu tugas, kegiatan ini menyebabkan beberapa karyawan saling berkomunikasi dan saling mengadakan koordinasi sehingga tugas tersebut dapat dikerjakan dengan berjalan lancar. Pengelompokan orang didalam situasi kerja merupakan hal yang wajar dimana untuk memenuhi kebutuhan social.

Menurut Hasibuan (2007; 5) organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal dari dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Atau lebih dikenal dengan tingkatan manajemen dalam organisasi yang terdiri dari top manajemen, leader manajemen dan lower manajemen.

Organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama dan terikat secara formal dalam suatu ikatan hirarki di mana selalu terdapat hubungan antara seorang atau sekelompok orang yang disebut pimpinan dan seorang atau sekelompok orang yang disebut bawahan.” (Sondand P. Siagian)

Pengertian organisasi dapat diartikan sebagai dua atau lebih orang yang berada di dalam satu wadah yang sama dan memiliki satu tujuan. Tujuan tersebut nantinya akan dicapai bersama dengan anggota dari organisasi tersebut melalui kerjasama dari pihak yang bersangkutan. Perlu pula diketahui bahwa di dalam organisasi dapat ditemukan berbagai ilmu.

Ilmu yang dimaksud tersebut adalah ilmu yang tidak bisa didapatkan di tempat umum seperti bangku sekolah. Setiap organisasi juga tentunya memiliki susunan atau struktur yang dimulai dari jabatan seorang ketua organisasi. Kemudian akan diikuti dengan wakil, sekretaris, bendahara, dan berbagai bidang lainnya sesuai dengan kebutuhan dari organisasi tersebut.

- **Manfaat Dari Organisasi**

Berikut merupakan beberapa manfaat dari organisasi :

1. **Meningkatkan Kemampuan Dalam Berkomunikasi**

Komunikasi merupakan suatu hal yang harus dilakukan dengan cara yang sopan apalagi jika berbicara di depan umum. Maka dari itu, selain sopan juga perlu keberanian dalam menyampaikan aspirasi tersebut di depan umum. Karena memang pada dasarnya setiap masuk dalam organisasi tentu harus menyampaikan beberapa pendapat. Dari hal tersebut secara tidak langsung bisa melatih seseorang dalam berkomunikasi.

2. **Dapat Mencapai Tujuan**

Seperti yang dibahas mengenai pengertian organisasi yang tentunya memiliki tujuan yang akan dicapai. Sehingga manfaat dari organisasi tersebut adalah untuk mencapai tujuan dengan mudah bersama dengan para anggota. Karena setiap tujuan tentunya akan dibagi dengan anggota lainnya. Selain itu, tujuan dari organisasi tersebut juga harus memiliki susunan yang sistematis.

3. Menjadi Motivasi Dalam Membangkitkan Jiwa Pemimpin

Dalam organisasi tentu setiap anggota akan bersaing untuk menjadi seorang ketua atau pemimpin dari organisasi tersebut. Maka dari itu, organisasi bisa memberikan manfaat dalam membangkitkan jiwa pemimpin. Namun untuk menjadi pemimpin dalam sebuah organisasi harus mementingkan masalah organisasi dibandingkan dengan masalah individu.

4. Mampu Memecahkan Masalah yang Ada

Masalah dalam setiap organisasi memang biasanya terjadi dalam waktu yang tidak ditentukan. Baik masalah tersebut bersifat kecil maupun besar yang disebabkan dari berbagai hal. Seperti disebabkan karena memiliki perbedaan pendapat dari anggota. Maka dari itu, permasalahan yang timbul tersebut harus diselesaikan dengan menunjukkan sikap yang lebih kompleks dan majemuk.

5. Memperluas Wawasan yang Dimiliki

Wawasan merupakan sebuah pengetahuan yang didapatkan dari mana saja dan kapan pun. Salah satunya dengan masuk dalam sebuah organisasi untuk memperluas wawasan tersebut di mana wawasan ini di dapatkan dengan mengikuti seminar, diskusi, dan agenda lain yang ada di dalam organisasi. Sehingga hal tersebut bisa memberikan pengetahuan baru untuk memperluas wawasan.

6. Memperluas Pergaulan dan Mengatur Waktu

Dalam organisasi memang terbagi dari beberapa orang yang berasal dari berbagai kalangan yang berbeda. Sehingga hal tersebut menyebabkan setiap anggota organisasi bisa memperluas pergaulan yang ada. Selain itu, bisa juga melatih kedisiplinan dalam mengatur waktu yang dimiliki. Karena memang kegiatan yang dimiliki bukan hanya organisasi saja tetapi memiliki aktivitas lain.

7. Memiliki Rasa Tanggung Jawab Yang Tinggi

Manfaat lainnya adalah setiap anggota organisasi memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi. Dimana tanggung jawab yang dimaksud adalah bertanggung jawab terhadap apa yang menjadi amanah. Seperti bertanggung jawab terhadap amanah pada saat menjabat sebagai pemimpin atau ketua dari organisasi. Sehingga seorang pemimpin ini harus melaksanakan hal tersebut dengan baik.

8. Memiliki Mental Yang Kuat Pada Saat Menghadapi Tekanan

Mental yang kuat memang harus dipersiapkan terlebih dahulu sebelum masuk atau bergabung dalam sebuah organisasi. Karena memang pada dasarnya ada tekanan yang muncul dari pihak lain untuk bersikap tegas dan tahan banting. Selain itu, anggota organisasi akan digembleng sehingga terbiasa untuk menghadapi tekanan tersebut. Oleh karena itu, kepribadian seseorang akan menjadi lebih percaya diri dan disiplin.

- **Fungsi yang didapatkan dalam berorganisasi**

Selain pengertian organisasi dan manfaat dari organisasi tersebut, ada pula fungsi organisasi yang harus diketahui. Sama halnya dengan manfaat organisasi, fungsi organisasi juga memiliki dampak yang bersifat positif bagi para pelakunya. Berikut ini merupakan paparan mengenai fungsi yang didapatkan dalam berorganisasi.

1. Memberikan Arah

Dalam memberikan arahan yang dimaksud adalah organisasi bisa mengajarkan seseorang mengenai apa yang baik dan yang buruk. Dalam hal ini organisasi akan memberitahukan mengenai apa yang baik dilakukan dan apa yang buruk sehingga tidak bisa dilakukan. Selain itu, mengenai arahan tersebut adalah dapat juga dilihat dari pembagian kerja yang diberikan untuk setiap anggota.

2. Meningkatkan Skill

Selanjutnya dengan berorganisasi adalah dapat meningkatkan skill yang dimiliki oleh setiap anggota, dimana skill yang dimaksud adalah seperti untuk menjadi seorang pemimpin dan berbicara di depan umum.

Hal tersebut bisa didapatkan ketika masuk dalam sebuah organisasi, karena Anda akan memiliki motivasi untuk meningkatkan kemampuan yang dimiliki tersebut. Oleh Karena itu, cara berbicara di depan umum tidak gugup.

3. Mendapatkan Pengalaman Baru

Pengalaman yang didapatkan dari organisasi tentu saja tidak bisa didapatkan dari kegiatan lainnya. Karena kegiatan yang dilakukan dalam sebuah organisasi merupakan suatu pelajaran yang sangat berharga. Di mana pengalaman baru yang bisa didapatkan tersebut seperti membuat laporan dari kegiatan organisasi yang telah dilakukan. Selain itu, bisa pula memiliki pengalaman saat menjadi pemimpin.

4. Mampu Artikulasi dan Agregasi

Dalam fungsi yang satu ini dijadikan sebagai instrumen yang mampu dalam artikulasi dan agregasi sebuah kepentingan umum dan individu. Untuk fungsi yang satu ini bisa didapatkan jika bergabung dengan organisasi yang berbasis internasional. Karena bisa dijadikan sebagai bentuk dari kontak institusionalisme dengan partisipan aktif. Dimana hal yang dimaksud tersebut adalah forum diskusi dan negosiasi.

5. Norma dan Rekrutmen

Fungsi organisasi selanjutnya adalah memberikan kontribusi yang memiliki arti penting untuk berbagai aktivitas yang bersifat normatif. Dimana contoh dari hal tersebut seperti penetapan nilai-nilai tertentu. Selain itu, organisasi juga memiliki fungsi sebagai rekrutmen atau menarik setiap anggota untuk menjadi partisipan.

4. Manajemen

Manajemen berasal dari bahasa Perancis yaitu '*menegement*' yang berarti seni untuk mengatur atau mengelola sesuatu. Dalam bahasa Inggris, kata '*manage*' berarti mengendalikan atau mengelola. Secara umum, manajemen dikenal sebagai sebuah proses yang mengatur kegiatan atau perilaku sehingga menimbulkan efek yang baik. Secara etimologi, definisi manajemen adalah sebuah seni mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan utama sebuah organisasi atau bisnis melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan, dan pengawasan sumber daya dengan cara yang efektif dan efisien.

Dalam sebuah perusahaan, terdapat masing-masing divisi yang dipimpin oleh seorang manajer atau *head* hingga jajaran *top manager*. Fungsi dari seorang manajer ini sudah jelas adalah untuk mengatur kinerja karyawan bawahannya untuk mencapai tujuan perusahaan. Tidak hanya mengatur, seorang manajer dalam sebuah perusahaan juga bertanggung

jawab atas pengawasan bawahannya agar berjalan sesuai dengan koridor pekerjaan.

Menurut Mary Parker Follet (1868) menyatakan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.

Dikenal sebagai Bapak Ilmu Manajemen, George R. Terry (1997) dalam bukunya *Principle of Manajemen* menyebutkan pengertian manajemen. Manajemen adalah sebuah proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dari definisi inilah yang kemudian dikenal dengan fungsi manajemen.

- **Fungsi manajemen**

Menurut Henry Fayol dan GR Terry menyebutkan terdapat empat fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.

1. **Perencanaan**

Fungsi manajemen *planning* atau perencanaan merupakan fungsi utama dari sebuah manajemen dalam organisasi bisnis. Tanpa perencanaan, fungsi lain dalam manajemen tidak dapat berjalan dengan baik. Dalam hal ini manajemen berfungsi untuk menyusun strategi awal dalam mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Seorang manajer akan mengevaluasi rencana sebelum mengambil tindakan dan kemudian memilih rencana manakah yang paling cocok digunakan. Sebagai sebuah sistem, manajemen akan melalui rangkaian-rangkaian

yang akan memberikan dampak baik bagi sebuah organisasi. Dengan perencanaan yang baik, akan berpengaruh pada pencapaian tujuan yang efektif dan efisien.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian dapat dilakukan dengan cara menentukan tugas apa saja yang harus dikerjakan, siapa saja yang harus mengerjakan, bagaimana tugas tersebut dapat dikelompokkan, dan siapa yang bertanggung jawab.

3. Penempatan

Penempatan adalah langkah selanjutnya dari pengorganisasian. Pada fungsi ini, seorang manajer harus mengetahui minat dan kemampuan seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan. Agar dapat bekerja secara maksimal, seorang manajer harus menempatkan seseorang pada posisi terbaik yang sesuai dengan kemampuannya. Dalam hal ini, seorang manajer harus dapat melihat kemampuan minat dan bakat setiap anggotanya.

4. Pengarahan

Pengarahan atau directing adalah usaha agar setiap anggota kelompok dapat bekerja untuk mencapai sasaran sesuai tujuan perusahaan. Fungsi pengarahan adalah untuk menciptakan lingkungan kerja yang dinamis dan sehat sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam bekerja. Salah satu contoh kegiatan pengarahan adalah pemberian

motivasi kepada anggota kelompok atau memberikan tugas dan penjelasan secara rutin.

5. Pengawasan

Pengawasan atau controlling harus dilakukan agar pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan visi, misi, dan peraturan perusahaan. Fungsi pengawasan dapat digunakan untuk menilai kinerja dengan berpatokan standar yang telah dibuat, juga melakukan perbaikan apabila diperlukan. Contoh dari fungsi pengawasan adalah melakukan evaluasi secara berkala terhadap keberhasilan target dengan mengikuti standar indikator yang sudah ditentukan. Seorang manajer juga harus melakukan klarifikasi dan koreksi jika terjadi penyimpangan lalu memberikan alternatif solusi terhadap setiap permasalahan. Bentuk pengawasan yang baik adalah pengawasan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakter perusahaan.

5. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi, Menurut Stanton dalam (Djaslim Saladin, 2007:3).

Kotler & Keller (2009:5) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan,

serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Manajemen pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan untuk menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan program-program yang menguntungkan perusahaan, dan juga dapat diartikan sebagai ilmu memilih pangsa pasar supaya dapat menciptakan nilai pelanggan yang unggul.

Dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

- **Tujuan Manajemen Pemasaran**

1. Menciptakan Permintaan atau Demand

Tujuan pertama manajemen pemasaran adalah untuk menciptakan permintaan melalui berbagai cara. Membuat cara terencana untuk mengetahui preferensi dan selera konsumen terhadap barang atau jasa yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Kepuasan Pelanggan

Manajer pemasaran harus mempelajari permintaan pelanggan sebelum menawarkan barang atau jasa apa pun kepada mereka. Yang perlu dipelajari adalah bahwa menjual barang atau jasa tidak sepenting kepuasan pelanggan yang didapatkan. Pemasaran modern berorientasi pada pelanggan. Dimulai dan diakhiri dengan pelanggan.

3. Pangsa Pasar atau Market Share

Setiap bisnis bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasarnya, yaitu rasio penjualannya terhadap total penjualan dalam perekonomian. Misalnya, Pepsi dan Coke saling bersaing untuk meningkatkan pangsa pasar mereka. Untuk ini, mereka telah mengadopsi iklan inovatif, pengemasan inovatif, kegiatan promosi penjualan, dll.

4. Peningkatan Keuntungan

Departemen pemasaran adalah satu-satunya departemen yang menghasilkan pendapatan untuk bisnis. Keuntungan yang cukup harus diperoleh sebagai hasil dari penjualan produk yang ingin memuaskan. Jika perusahaan tidak menghasilkan laba, maka tidak akan mampu bertahan. Selain itu, laba juga diperlukan untuk pertumbuhan dan diversifikasi perusahaan.

5. Pencitraan Produk yang Baik di Mata Publik

Untuk membangun citra produk yang baik di mata publik adalah tujuan manajemen pemasaran lainnya. Jika departemen pemasaran menyediakan produk-produk berkualitas kepada pelanggan dengan harga yang wajar, tentunya akan menciptakan citra yang baik pada pelanggan.

6. Menciptakan Pelanggan Baru.

Bisnis didirikan untuk menjual produk atau layanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, pelanggan adalah dasar dari sebuah bisnis. Pelangganlah yang memberikan pendapatan kepada bisnis dan menentukan apa yang akan dijual perusahaan. Menciptakan pelanggan baru berarti mengeksplorasi dan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan secara lebih luas. Jika suatu perusahaan ingin berkembang dan bertahan dalam bisnis, menciptakan pelanggan baru adalah hal yang sangat krusial, Anda harus menganalisis dan memahami keinginan mereka.

7. Memuaskan Pelanggan

Menciptakan pelanggan baru tidak cukup. Bisnis harus mengembangkan dan mendistribusikan produk dan layanan yang memenuhi ekspektasi pelanggan untuk memberikan kepuasan mereka. Jika pelanggan tidak puas, bisnis tidak akan dapat menghasilkan pendapatan untuk memenuhi biaya dan untuk mendapatkan pengembalian modal yang wajar. Pelanggan yang puas bukan berarti hanya membeli produk karena sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Mereka juga akan melakukan rekomendasi pada orang-orang terdekat mereka, ini berarti produk Anda akan lebih dikenal banyak orang.

6. Kualitas Pelayanan

Definisi dari kualitas pelayan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kotler dalam Alma (2007:286), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Wyckof dalam Lovelock (2012:335) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Dengan kata lain ada dua factor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expedited service* dan *received*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*expedited service*) sesuai dengan yang diharapkan (*received service*), maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan bagi pelanggan. Jika jasa yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk, bila jasa yang diterima pelanggan sama atau lebih tinggi dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik atau lebih baik.

Kualitas Pelayanan Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan

agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013: 216) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah “suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan”.

Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Ketepatan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran.
2. Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.
3. Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
5. Kenyaman konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.

Sedangkan Menurut Philip Kotler, kualitas pelayanan adalah “sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain”. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan dinilai berdasarkan persepsi konsumen yang membandingkan harapan untuk menerima layanan dan pengalaman yang diperoleh atas layanan yang diterima. Kualitas layanan yang memuaskan akan memberikan gambaran yang baik bagi perusahaan, sebaliknya bila layanan mengecewakan akan tercipta kesan yang buruk bagi penyedia layanan.

- Kualitas, Layanan Dan Kualitas Pelayanan

- a. Kualitas

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi dan bahkan

melebihi harapan dari pelanggan. Kualitas bukan hanya menkankan pada hasil akhir yaitu produk dan atau jasa, tetapi menyangkut ada kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan.

Evert dan Ebert (1992) menyatakan bahwa “perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan adalah perusahaan yang berkualitas”.

Berdasarkan pengertian dari kualitas sebagaimana disebutkan, dapat disimpulkan bahwa kualitas didasarkan pada pengalaman pelanggan yang berhubungan dengan produk atau layanan.

Kualitas merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan (Kotler dan Keller 2009: 143). Kualitas dapat terpenuhi ketika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang menawarkan kualitas akan menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Hubungan baik yang sudah tercipta dalam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Hal seperti ini yang akan memberikan keuntungan positif bagi perusahaan.

b. Layanan

Layanan merupakan kegiatan yang tidak berwujud, yang merupakan objek utama dari transaksi yang dirancang untuk memberikan kepuasan konsumen.

Kotler (2000) mendefinisikan layanan sebagai “suatu tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

Perusahaan yang maju selalu memiliki standar layanan sebagai kunci sukses bersaing. Dalam mengembangkan standar layanan perusahaan harus melakukan identifikasi kebutuhan dan harapan dari pelanggan, di samping itu juga harus memahami lingkungan pasar, melakukan benchmark (patokan) terhadap pesaing, agar dapat memberikan layanan dengan lebih baik.

c. Kualitas Pelayanan

Wyckop dalam Ellitan dan Anatan (2007) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat jasa yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan”.

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan dinilai berdasarkan persepsi konsumen yang membandingkan harapan untuk menerima layanan dan pengalaman yang diperoleh atas layanan yang diterima. Kualitas layanan yang memuaskan akan memberikan

gambaran yang baik bagi perusahaan, sebaliknya bila layanan mengecewakan akan tercipta kesan yang buruk bagi penyalang layanan.

Indikator kualitas pelayanan yang dipertimbangkan oleh konsumen menurut Kotler (2012) yaitu :

1. *Tangibel* (bukti langsung) adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana konsumsi.
2. *Empathy* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi yang dan memahami kebutuhan para konsumen.
3. *Reliability* (kehandalan) adalah konsisten dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
4. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesigapan dan kecepatan penyediaan jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
5. *Assurance* (jaminan) yaitu apabila pembeli tidak puas atau jika barang/jasa tidak sesuai dengan yang diperjanjikan dalam masa tertentu maka penjual setuju untuk memperbaiki dengan mengganti item atau bagian yang rusak.

Pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan

penyampaian mengimbangi harapan pelanggan

7. Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan tentunya mengharapkan nilai yang ditawarkan berakhir pada kepuasan yang ditawarkannya berakhir pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggannya. Menurut Oliver (dalam supranto; 2011;233), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang telah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya sesuai harapan. Sedangkan menurut Rangkuti (2003;30), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Kepuasan Konsumen Keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan. Menurut Day dalam Tjiptono (2006:349) bahwa kepuasan Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)[Vol. 48 No.1 Juli 2017| administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id 126 konsumen merupakan respon konsumen terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum melakukan pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Sementara itu, Engel, et al. dalam Tjiptono (2006:349) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurangkurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidak puasan timbul apabila hasil

(outcome) tidak memenuhi harapan. Beberapa tingkat kepuasan konsumen dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu:

- a. konsumen akan merasa tidak puas jika kinerja aktual lebih kecil atau lebih buruk daripada harapan pelanggan.
- b. konsumen akan merasa puas jika yang terjadi kinerja aktual sama dengan yang diharapkan.
- c. konsumen akan merasa sangat puas jika kinerja aktual lebih besar melebihi dari apa yang diharapkan.

Menurut (lovelock & wirtz, 2011) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi.

Menurut Kotler (2009;179) pelanggan yang sangat puas umumnya di nyatakan dengan :

1. Lebih setia

Yaitu respon perilaku yang terungkap secara terus menerus oleh pengambilan keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih produk. Riset menunjukkan bahwa pelanggan yang setia berhubungan positif dengan profitabilitas perusahaan.

2. Menggunakan produk atau jasa kembali

Yaitu pelanggan yang menggunakan produk atau jasa awal kemudian

dapat menilai manfaat kemudian menilai keuntungan yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa itu.

3. Rekomendasi

Yaitu pernyataan yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi penyedia jasa kepada pelanggan. Rekomendasi biasanya lebih kredibel dan efektif, karena yang menyampaikan adalah orang-orang yang dapat dipercaya pelanggan, diantaranya adalah teman, keluarga, rekan kerja dan publisitas media masa, selain itu rekomendasi cepat diterima sebagai referensi karena pelanggan jasa biasanya sulit mengevaluasi jasa yang belum dipergunakan atau belum dirasakannya sendiri.

Berdasarkan definisi di atas dapat dijelaskan bahwa kepuasan merupakan perasaan seseorang yaitu pengguna jasa terhadap suatu pekerjaan yang dilakukan oleh orang lain sehingga sesuai dengan pengharapan pengguna jasa tersebut. Apabila pelanggan tidak puas maka pelanggan akan kecewa, tetapi apabila kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas.

Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda atas pembelian barang atau pengalaman dalam menggunakan jasa. Persepsi konsumen atau pelanggan atau kualitas jasa akan berpengaruh terhadap unsur kepuasan atau ketidakpuasan yang menyebabkan adanya celah antara harapan dan kenyataan yang terjadi bila menggunakan suatu produk atau jasa atau evaluasi persepsi dari penilaian dimana konsumen membandingkan harapannya dengan jasa yang dirasakan setelah menggunakannya ternyata

sama atau lebih dari hadapannya, maka pelanggan akan merasa puas.

Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan yang timbul sebagai hasil penilaian terhadap pengalaman dalam pemakaian suatu produk atau jasa. Menurut Kotler (2009;179) pelanggan yang sangat puas umumnya di nyatakan dengan :

1. Lebih setia yaitu respon perilaku yang terungkap secara terus menerus oleh pengambilan keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih produk.
2. Menggunakan produk atau jasa kembali yaitu pelanggan yang menggunakan produk atau jasa awal kemudian dapat menilai manfaat kemudian menilai keuntungan yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa itu.
3. Rekomendasi yaitu pernyataan yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi penyedia jasa kepada pelanggan.

Kepuasan atau ketidak puasannya pelanggan adalah sebagai tanggapan pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuain yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian dan setelah pemakaian atau mengkonsumsi suatu produk dan jasa.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000;75) definisi kepuasan adalah “respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan, kepuasan merupakan penilaian ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen”.

Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Adapun indikator kepuasan pelanggan (menurut Irawan, 2008), yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat analisis dan kesimpulan yang akan dibuat dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu, sebagai berikut:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

NO.	PENULIS	JUDUL	VARIABEL	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Nugroho Novemy Triyandi Vol.12,No02 (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta	Kualitas Pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.	Dari uji F diketahui tingkat signifikansi < 0.05 maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Jadi apabila speedy melakukan peningkatan kualitas pelayanan maka otomatis kepuasan dan loyalitas pelanggan akan meningkat pula.	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya
2.	Putera Juwito Mahardi Zainur Vol.03 No. 03 (2017)	Analisi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan pengguna Wifi Corner di PT. Telkom Cabang Sumenep	Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna	Berdasarkan hasil penelitian melalui pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan kualitas layanan wifi (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis terbukti. Hasil analisis deskriptif kualitas layanan didapatkan kecenderungan penilaian persepsi pengguna terhadap kualitas layanan PT.	Persamaan penelitiannya dengan penulis yaitu sama –sama meneliti kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pada jaringan wifi	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya

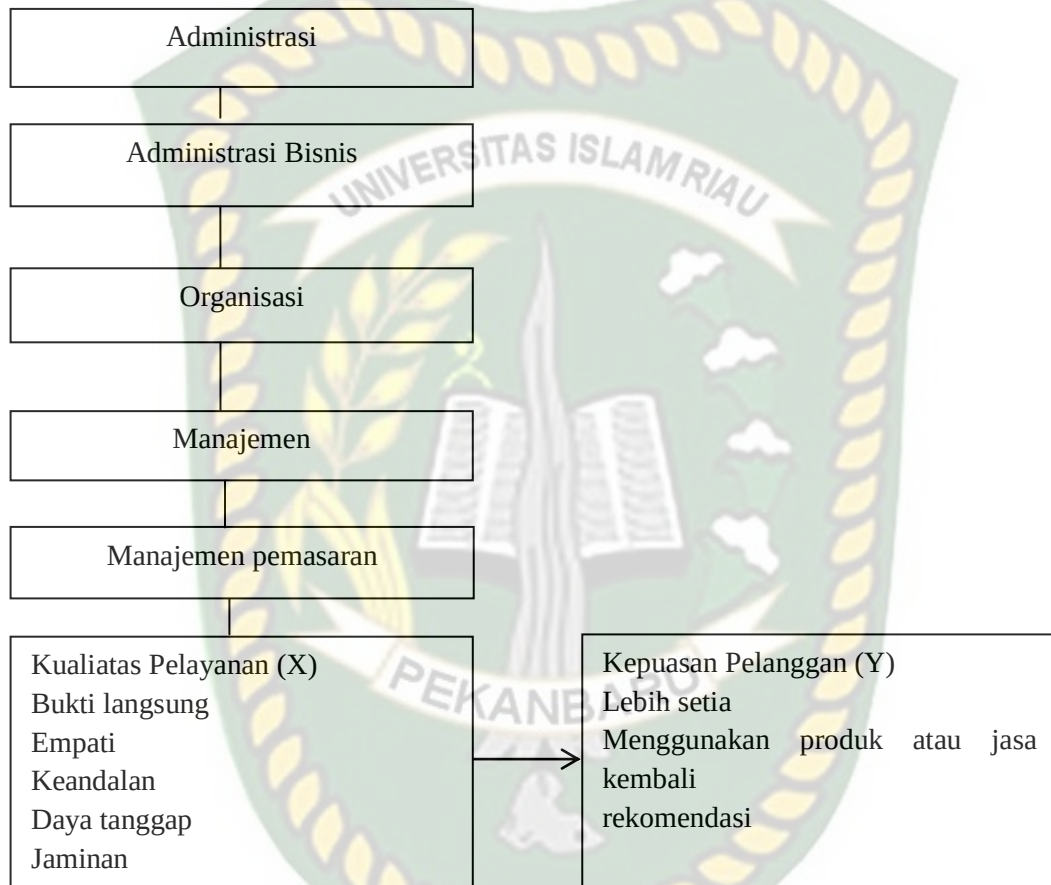
				Telkom Cabang Sumenep cenderung pada nilai yang cukup tinggi yaitu sebesar 69,89%, sedangkan penilaian kepuasan pengguna mencapai 68,64% merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh wifi corner.		
3.	Kurnia Sari dan Rushadiyati Vol.8 No. 02 (2018)	Kualitas Pelayanan Jasa Internet dan Usaha Jasa Internet Pada Kepuasan Pelanggan di rumah Network (RKNET) Jati Asih-Bekasi	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan	Berdasarkan hasil uji F, didapat nilai uji $f_{hitung} = 40.605 > f_{tabel} = 3.16$ artinya variabel kualitas pelayanan dan usaha jasa secara simultan (bersamaan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama meneliti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya .
4.	Marsha Novella dan Arry Widodo Vol.3 No.3 (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome pada Wilayah Antapani Kota Bandung	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan	Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, diterima artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome pada wilayah Antapani kota Bandung.	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama meneliti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya .

5.	Luthfia Zein Pettarani, Murdifing Hamin dan Hamzah Ella Vol.2 No.4 (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Telkom Indihome Makassar	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telkom indihome di kota makassar.	Persamaan penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama meneliti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya .
----	---	--	--	---	--	--

C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan penjabaran baik secara lisan maupun tulisan runtutan logika (alur cerita dan cara pandang) seseorang tentang keterkaitan atau hubungan atau pengaruh salah satu atau sejumlah aspek dengan satu kondisi.

Berikut merupakan gambar kerangka pikir pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru.



Gambar II.1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2014) dalam Hidayat, R., & Hidayat, A. M. (2017) Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Jadi, dari latar belakang masalah dan kajian teoritis yang ada maka untuk mempermudah penganalisaan maka penulis merumuskan hipotesis yaitu:

Ho = diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru.

Ha = diduga terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru.

E. Konsep Operasional

Untuk memperoleh kesamaan pendapat maka perlu dikemukakan batasan mengenai konsep operasional yang digunakan sehubungan dengan tujuan penelitian ini adalah:

1. Administrasi adalah serangkaian proses kerja sama yang dilakukan oleh PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru dengan pelanggan untuk menjalin sebuah hubungan atau relasi yang baik dan mencapai tujuan bersama.
2. Organisasi didefinisikan sebagai bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk untuk tujuan yang ingin dicapai dalam perusahaan tersebut.
3. Manajemen adalah cara dalam mengatur orang lain atau pihak pihak yang terlibat di dalam sebuah organisasi yang memiliki tujuan yang sama.
4. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan

dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain.

5. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

- 1) *Tangible* (bukti langsung) adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan saran konsumsi.

- 2) *Emphaty* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.

- 3) *Reliability* (keandalan) adalah konsisten dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

- 4) *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen.

- 5) *Assurance* (jaminan) yaitu apabila produk yang digunakan oleh konsumen bermasalah atau rusak maka pihak perusahaan bersedia untuk mkemperbaiki atau mengganti.

6. Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan yang timbul sebagai hasil penilaian terhadap pengalaman dalam pemakaian suatu produk atau jasa. pelanggan yang sangat puas umumnya di nyatakan dengan :

- 1) Lebih setia yaitu respon perilaku yang terungkap secara terus menerus oleh pengambilan keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih produk.
- 2) Menggunakan produk atau jasa kembali yaitu pelanggan yang menggunakan produk atau jasa awal kemudian dapat menilai manfaat kemudian menilai keuntungan yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa itu.
- 3) Rekomendasi yaitu pernyataan yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi penyedia jasa kepada pelanggan.

F. Operasional Variabel

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini ialah (X) Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel terikat (Y) kepuasan pelanggan. Adapun variabel definisi operasionalnya adalah dapat dilihat di bawah ini:

Tabel II.2

Defenisi Operasional Variabel dan Indikator Penelitian

No.	Konsep	Variabel	Indikator	Item Penilaian	Skala
1.	Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan Tjiptono (2006:59)	Kualitas Pelayanan	1. Bukti langsung	1. Penampilan karyawan 2. Perlengkapan yang baik 3. Produk yang sesuai dengan spesifikasi 4. Peralatan yang terbaru 5. Menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan	Ordinal
			2. Empati	6. Kemudahan mendapat pelayanan 7. Pengertian terhadap pelanggan 8. Toleransi terhadap pelanggan 9. Mengutamakan kepentingan pelanggan 10. Komunikasi yang efektif	
			3. Kehandalan	11. Memenuhi harapan pelanggan 12. Karyawan tepat waktu 13. Kemudahan mendapatkan informasi 14. Jasa pelayanan yang baik	

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

				15. Melayani dengan menghindari kesalahan pahamam	
			4. Daya tanggap	16. Karyawan menyampaikan informasi dengan jelas 17. Kepastian karyawan 18. Sedia membantu pelanggan 19. Respon yang baik 20. Menangani permintaan pelanggan	
			5. Jaminan	21. Kenyamanan yang diharapkan 22. Penangan keluhan 23. Pelayanan yang maksimal 24. Memahami kebutuhan pelanggan 25. Pelayanan yang baik	
2.	Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Menurut Kotler (2009;179)	Kepuasan Pelanggan	1. Lebih setia	26. Kinerja karyawan 27. Mengutamakan kepuasan pelanggan 28. Mengutamakan kebutuhan pelanggan 29. Puas dengan	Ordinal

				kualitas produk	
				30. Promo paket yang ditawarkan	
			2. Menggunakan produk atau jasa kembali	31. Kualitas pelayanan yang memuaskan 32. Administrasi yang aman 33. Nyaman 34. Harapan pelanggan sudah sesuai 35. Karyawan menguasai jenis jenis produk	
			3. Rekomendasi	36. Puas terhadap pelayanan 37. Akses jaringan yang cepat 38. Puas terhadap kualitas produk 39. Kemudahan dalam pemasangan awal 40. Harga yang sesuai	

Sumber : data olahan peneliti, 2021

G. Teknik Pengukuran

Teknik analisis yang digunakan penulis pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik regresi linear sederhana yakni untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Skala Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert. Menurut Sugiono (2014:132) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor seperti yang ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel II.3
Pengukuran Skala Likert

Kategori	Skor Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Skala Likert, 2021

Rumus skala pengukuran variabel :

Skala tertinggi = skor tertinggi x jumlah responden x jumlah pertanyaan

Skala terendah = skor terendah x jumlah responden x jumlah pertanyaan

Rentang skor = $\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah skala pengukuran}}$ = Hasil

Jumlah skala pengukuran

1. Skala Pengukuran Variabel Kualitas Pelayanan

Sangat setuju : Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat setuju terhadap semua indikator

- kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 8.400 – 10.000
- Setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 6.800 – 8.400
- Kurang setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan kurang setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 5.200 – 6.800
- Tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 3.600- 5.200
- Sangat tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada

PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru
maka rentang skornya 2.000 – 3.600

2. Skala Pengukuran Indikator Bukti Langsung

Sangat setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.680 – 2.000

Setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.360 – 1.680

Kurang setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan kurang setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.040 – 1.360

Tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada

PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru
maka rentang skornya 720 – 1.040

Sangat tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat
tidak setuju terhadap semua indikator kualitas
pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada
PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru
maka rentang skornya 400 - 720

3. Skala Pengukuran Indikator Empati

Sangat setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan
sangat setuju terhadap semua indikator
kualitas pelayanan terhadap kepuasan
pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda
Pekanbaru maka rentang skornya 1.680 –
2.000

Setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan
setuju terhadap semua indikator kualitas
pelayanan terhadapkepuasan pelanggan pada
PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru
maka rentang skornya 1.360 – 1.680

Kurang setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan
kurang setuju terhadap semua indikator
kualitas pelayanan terhadap kepuasan

	pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.040 - 1.360
Tidak setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 720 – 1.040
Sangat tidak setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 400 – 720

4. Skala Pengukuran Indikator Kehandalan

Sangat setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.680 – 2.000
Setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan setuju terhadap semua indikator kualitas

pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.360 – 1.680

Kurang setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan kurang setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.040 - 1.360

Tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 720 – 1.040

Sangat tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 400 - 720

5. Skala Pengukuran Indikator Daya Tanggap

Sangat setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda

	Pekanbaru maka rentang skornya 1.680 – 2.000
Setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.360 – 1.680
Kurang setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan kurang setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.040 - 1.360
Tidak setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 720 – 1.040
Sangat tidak setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 400 - 720

6. Skala Pengukuran Indikator Jaminan

Sangat setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.680 – 2.000
Setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.360 – 1.680
Kurang setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan kurang setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.040 - 1.360
Tidak setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 720 – 1.040
Sangat tidak setuju	:Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat tidak setuju terhadap semua indikator kualitas

pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 400 - 720

7. **Skala Pengukuran Variabel Kepuasan Pelanggan**

Sangat setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 5.040 – 6.000

Setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 4.080 – 5.040

Kurang setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan kurang setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 3.120 – 4.080

Tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 2.160 – 3.120

Sangat tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.200 – 2.160

8. Skala Pengukuran Indikator Lebih Setia

Sangat setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.680 – 2.000

Setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.360 – 1.680

Kurang setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan kurang setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.040 - 1.360

Tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 720 – 1.040

Sangat tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 400 - 720

9. Skala Pengukuran Indikator Menggunakan Produk atau Jasa Kembali

Sangat setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.680 – 2.000

Setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.360 – 1.680

Kurang setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan kurang setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.040 - 1.360

Tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 720 – 1.040

Sangat tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 400 - 720

10. Skala Pengukuran Indikator Rekomendasi

Sangat setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat setuju terhadap semua indikator

- kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.680 – 2.000
- Setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.360 – 1.680
- Kurang setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan kurang setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 1.040 - 1.360
- Tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru maka rentang skornya 720 – 1.040
- Sangat tidak setuju :Apabila semua penilaian setiap pelanggan sangat tidak setuju terhadap semua indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada

PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru

maka rentang skornya 400 – 720



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian survei deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif karena mengumpulkan data dengan menganalisa data dan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan ditempat penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar (Azwar, 2007).

Tipe penelitian ini digunakan agar dapat mengetahui **“pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda pekanbaru”**.

B. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru yang beralamat di Jl. Rajawali No.80B, Kp. Melayu, Kec. Sukajadi, Kota Pekanbaru, Riau 28122. Yang menjadi objek penelitian penulis adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Dashnet Pekanbaru. Alasan penulis melakukan penelitian dilokasi tersebut karena semakin pesatnya pertumbuhan bisnis dibidang provider, sehingga meningkatnya jumlah pesaing di bidang yang sama.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015;135) populasi adalah usaha generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan PT. Sumidhaz Permata Bunda pekanbaru yang berjumlah 400 orang

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono 2017:81). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka penelitian dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru. Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini digunakan rumus dari Slovin (dalam setiadi, 2007:75) yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(d2)}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = besar populasi

$d2$ = Signifikansi (0,01%)

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan dio telioti adalah :

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

$$n = \frac{400}{1 + 400(0,01)}$$

$$n = \frac{400}{1 + 4}$$

$$n = \frac{400}{5}$$

$$n = 80$$

Jadi sampel data penelitian ini sebanyak 80 orang pelanggan PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru. Untuk mendapatkan informasi mengenai aktivitas pelayanan perusahaan, penulis mengambil 1 orang sampel dari salah satu pimpinan atau manajer pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru. Selanjutnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel III.1
Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian

No.	Keterangan	Populasi (orang)	Sampel (orang)	Persentase (%)
1.	Pimpinan/Manajer PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru.	1	1	100%
2.	Pelanggan PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru.	400	80	100%

Sumber : Data olahan peneliti, 2021

D. Teknik penarikan sampel

Menurut Sugiono (2016:81) teknik penarikan sampel yaitu untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik penarikan sampel atau teknik sampling adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun penarikan sampel dalam penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sumidhaz Permata

Bunda Pekanbaru yaitu dengan menggunakan teknik sensus, yaitu dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiono, 2015:175).

Maka penulis menetapkan sampel sebanyak 80 orang yang dianggap mewakili populasi, jumlah sampel tersebut digunakan untuk memperoleh data melalui kuesioner yang dilakukan secara bertahap.

E. Jenis dan sumber data

1. Data primer, yaitu data yang penulis peroleh langsung dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner dan observasi yang biasa dilakukan peneliti (Umar, 2003;41-42). Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner dan hasil wawancara dari responden, serta observasi di lapangan.
2. Data sekunder, yaitu data yang penulis peroleh secara langsung dari sumbernya yang mampu memberikan informasi terkait dengan penelitian, yaitu data produk dashnet gambaran umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan, aktifitas perusahaan dan data-data lainnya. Adapun data yang diperlukan berkaitan dengan :
 - a. Sejarah singkat PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru
 - b. Struktur organisasi PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru
 - c. Dan data lain yang mendukung kesempurnaan penyelesaian penelitian yang sedang dilaksanakan penulis.

F. Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Wawancara

Yaitu penulis mengumpulkan data melalui wawancara, dengan menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan secara tertulis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru yang dijadikan oleh penulis sebagai alat bantu untuk mewawancarai sebagai narasumber untuk mendapatkan data.

2. Kuisioner

Yaitu suatu kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran daftar pertanyaan tertulis pelanggan menyangkut masalah yang diteliti untuk diisi sesuai alternatif jawaban yang telah disediakan, untuk menggali informasi tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan pengamatan mengenai kualitas pelayanan secara langsung oleh penulis terhadap kepuasan pelanggan dimana objek penelitian dilapangan tempat penelitian dilaksanakan, sehingga data yang dikumpulkan lebih lengkap.

4. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data tidak langsung yang ditujukan pada subjek penelitian, melalui dokumen seperti daftar paket harga dan lainnya. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang ada pada perusahaan yang relevan untuk menyusun deskriptif wilayah penelitian bahan bukti, dan bahan analisa.

G. Teknik Analisis Data Dan Uji Hipotesis

Dalam menganalisis data penulis menggunakan metode kuantitatif sebagai metode yang penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2015:12).

1. Teknik analisis data

Analisis data metode kuantitatif yaitu metode yang menunjukkan kepada riset dalam bentuk rumus-rumus. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru. Maka penulis menggunakan analisis yang hanya melibatkan dua variabel (X) dan (Y), yaitu :

1) Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu

yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika r dihitung $> r$ tabel (pada taraf signifikansi 5%) dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2005:45).

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2005:41).

2) Uji Asumsi Klasik

Penulis melakukan pengujian analisis linier sederhana terhadap hipotesis penelitian, maka penulis perlu melakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah penulis, sebagai berikut.

a. Uji asumsi klasik normalitas

Uji asumsi klasik ini akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah distribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat terdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali.

b. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi sederhana perlu juga di uji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama, disebut terjadi homoskedastisitas, dan jika variansnya tidak sama /berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis uji asumsi heteroskedastisitas hasil output SPSS melalui grafik scatterplot antara Z prediction (ZPRED) yang merupakan variabel bebas (sumbu X = Y hasil prediksi) dan nilai residual (SRESID) merupakan variabel terikat (sumbu Y = Y prediksi – Y riil).

3) Uji Regresi Linier Sederhana

Menurut (Sugiono, 2013:261) menyatakan bahwa “ Analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal suatu variabel dependen”. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk memprediksi berapa jauh perubahan nilai variabel dependen, nilai

variabel independen berubah-ubah atau naik turun. Adapun persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = \alpha + \beta X_1 + e$$

Keterangan :

Y = Kualitas Pelayanan

X = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Standar Error

Untuk mencari nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut :

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad a = Y - bX$$

4) Koefisien Determinasi (r^2)

Untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan variabel bebas secara bersama-sama (menyeluruh) terhadap variabel tak bebas dilakukan dengan cara menghitung angka koefisien determinasi (r^2) dari fungsi permintaan. Semakin besar nilai r^2 (mendekati 1) maka semakin tepat suatu regresi linear yang dipergunakan sebagai pendekatan terhadap hasil suatu penelitian. Persamaan regresi selalu disertai nilai r^2 sebagai ukuran kecocokan.

Adapun rumus dari r^2 adalah sebagai berikut :

$$r^2 = \frac{b(n \sum xy - (\sum x)(\sum y))}{n \sum y^2 (\sum y^2)}$$

Keterangan :

r^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Sampel

x = Kualitas Pelayanan

y = Kepuasan Pelanggan

5) Uji Hipotesis

a. Uji - t

Uji statistik, bertujuan untuk menguji pengaruh secara persial antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan mangasumsikan bahwa variabel lin di anggap konstan.

Dengan rumus :

$$t = \frac{b_i}{Seb_i}$$

Dimana :

b_i = Koefisien regresi

Seb_i = Standar error masing-masing variabel

Uji t dilakukan dengan menggunakan $\alpha = 5\%$. Bila nilai t_{hitung} lebih besar atau sama dengan t_{tabel} berarti variabel tersebut signifikan, artinya terdapat pengaruh yang signifikan variabel independent secara parsial. Dengan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $p \text{ value} \leq \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain variabel independent secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya.
- b) Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $p \text{ value} \geq \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan kata lain variabel independent secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Uji – f

Uji f (uji simultan) adalah untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama (serentak) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada pengujian secara simultan akan diuji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Statistic uji yang digunakan pada pengujian simultan adalah uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_n = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Di mana :

R : Koefisien korelasi sederhana

n : Jumlah sampel

k : Banyaknya komponen variabel bebas

Untuk pengujian pengaruh simultan digunakan rumus hipotesis sebagai berikut :

- $H_0 : \beta_2 = 0$, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru
- $H_0 : \beta_2 \neq 0$, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan kosumen pada PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru.

Untuk F criteria yang digunakan adalah:

1. H_0 : ditolah jika $Sig F_{hitung} < \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)
2. H_0 : diterima jika $Sig F_{hitung} > \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)

Asumsi bila terjadi penolakan H_0 dapat diartikan sebagai adanya pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Tetapi bila terjadi penerimaan H_0 , dapat diartikan sebagai tidak adanya pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

BAB IV

DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Ringkas Perusahaan

PT.Sumidhaz Permata Bunda atau yang lebih dikenal dengan nama Dashnet merupakan perusahaan Internet Service Provider (ISP) atau penyedia layanan internet. memulai usaha internet service provider sejak tahun 2005 dashnet resmi memiliki izin ISP dari KOMINFO RI pada Tahun 2011 dengan no. izin no.155/kep/djppi/kominfo/5/2011 dan pada tahun 2016 izin kominfo telah di perpanjang menteri komunikasi dan informatika republik indonesia nomor 2179 tahun 2016. dashnet beroperasi di Wilayah Provinsi Riau, Sumatra Barat, Dan Kepri Seperti Kota Pekanbaru, Kab. Kampar, Kab. Siak,Perawang ,Kota Duri, Kota Dumai , Kab. Bengkalis , Kota Payakumbuh, Kota Bukittinggi, Kota Padang ,Kota Palembang dan terus di perluas di daerah lain.

Menjawab kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi dengan cepat, dashnet hadir untuk memberikan layanan akses internet yang cepat . didukung tenaga profesional muda yang energik, kreatif dan inovatif.

Menggunakan kombinasi antara teknologi jaringan fiber optic, fixed wireless, dan teknologi lainnya diharapkan penyebaran akses internet kepada masyarakat akan semakin cepat merata, efektif, efisien serta hemat biaya dan hemat energi.

Beragam pilihan paket layanan tersedia untuk memenuhi kebutuhan layanan internet masyarakat yang beragam, mulai dari pengguna rumahan (personal), small home office, ticketing agent, institusi pendidikan, instansi pemerintah dan corporate.

Layanan tambahan berbasis internet juga tersedia seperti vpn, privated point to point voip, ip pabx, cctv online internet, online radio broadcasting, web hosting dan sebagainya.

Fasilitas lain yang kami sediakan, sebagai layanan tambahan, adalah layanan pemblokiran situs-situs tertentu berdasarkan kategori yang telah ditentukan pemerintah sebagai situs terlarang atau permintaan pelanggan (misalnya situs-situs malware/virus, situs-situs pornografi dsb). dengan menggunakan layanan ini, pelanggan dapat memastikan penggunaan internet di rumah, di kantor, di sekolah, atau di organisasi mereka dilakukan secara tepat , sehat dan bermamfaat.

- **Visi Dan Misi Perusahaan**

- a. Visi

“menjadi perusahaan yang unggul dan profesional dalam menyelenggarakan telekomunikasi, informasi, media dan service didalam kawasan regional”

b. Misi

“menyediakan layanan yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia”

- **Produk PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru**

a. Wifi

Kita pasti sudah tidak asing lagi dengan istilah wifi, apalagi jika kita adalah orang yang banyak menghabiskan waktu dengan ponsel pintar. Ya, bagi kebanyakan orang, ponsel pintar dan wifi sudah seperti kebutuhan sehari-hari yang sulit ditinggalkan.

Tapi, tak bisa dipungkiri pula jika keberadaan wifi sangat berperan dalam aktivitas manusia saat ini. Pekerjaan, kegiatan belajar mengajar, hingga mengisi waktu luang, semuanya banyak memanfaatkan fasilitas wifi.

Wifi sendiri adalah teknologi jaringan nirkabel yang memungkinkan perangkat seperti komputer (laptop dan desktop), perangkat seluler (ponsel pintar dan perangkat yang dapat dikenakan), dan peralatan lain (printer dan kamera video) untuk berinteraksi dengan Internet. Hal ini memungkinkan perangkat-perangkat tersebut bertukar informasi satu sama lain, sehingga menciptakan jaringan.

Konektivitas internet terjadi melalui router nirkabel. Saat Anda mengakses wifi, Anda akan terhubung ke perute nirkabel yang memungkinkan perangkat Anda yang kompatibel dengan wifi untuk berinteraksi dengan Internet.

b. Tv Kabel

Televisi kabel merupakan suatu sistem penyiaran tayangan tv melalui isyarat frekuensi radio, kemudian ditransmisikan dengan kabel coaxial ataupun serat optik tetap. Umumnya, channel yang dapat diakses di televisi kabel jumlahnya jauh lebih banyak dibandingkan televisi analog.

Anda dapat menonton siaran di puluhan hingga ratusan saluran televisi, jadi tinggal sesuaikan dengan kesukaan Anda. Di samping bermanfaat sebagai hiburan, televisi kabel juga bisa menjadi cara memperluas wawasan, sebab Anda bisa menyaksikan beragam tayangan edukasi.

c. CCTV Online

IP camera: adalah sistem yang menghubungkan langsung ke Ethernet atau jaringan Fast Ethernet. Berbeda dari kamera PC konvensional, kamera IP adalah sistem all-in-one dengan built-in

CPU dan solusi berbasis web yang dapat mengirimkan gambar video berkualitas tinggi untuk monitoring. IP camera dapat dikendalikan dan di akses dari jarak jauh dengan menggunakan gadget melalui Intranet atau Internet.

IP camera juga biasa disebut kamera online atau CCTV online, yang dapat digambarkan sebagai kamera dan komputer yang digabungkan dalam satu unit. IP camera menangkap dan mengirimkan gambar live streaming melalui jaringan IP, yang memungkinkan pengguna untuk melihat dari jarak jauh, menyimpan video, dan mengelola video melalui standar infrastruktur jaringan berbasis Internet Protocol.

Sebuah CCTV online yang memiliki IP address sendiri dan terhubung ke jaringan yang memiliki web server built-in, server FTP, FTP client, klien e-mail, manajemen alarm, programabilitas, dan masih banyak lagi. Sebuah kamera jaringan yang tidak perlu terhubung ke computer atau PC dan beroperasi secara independen yang dapat ditempatkan di mana pun ada koneksi internet.

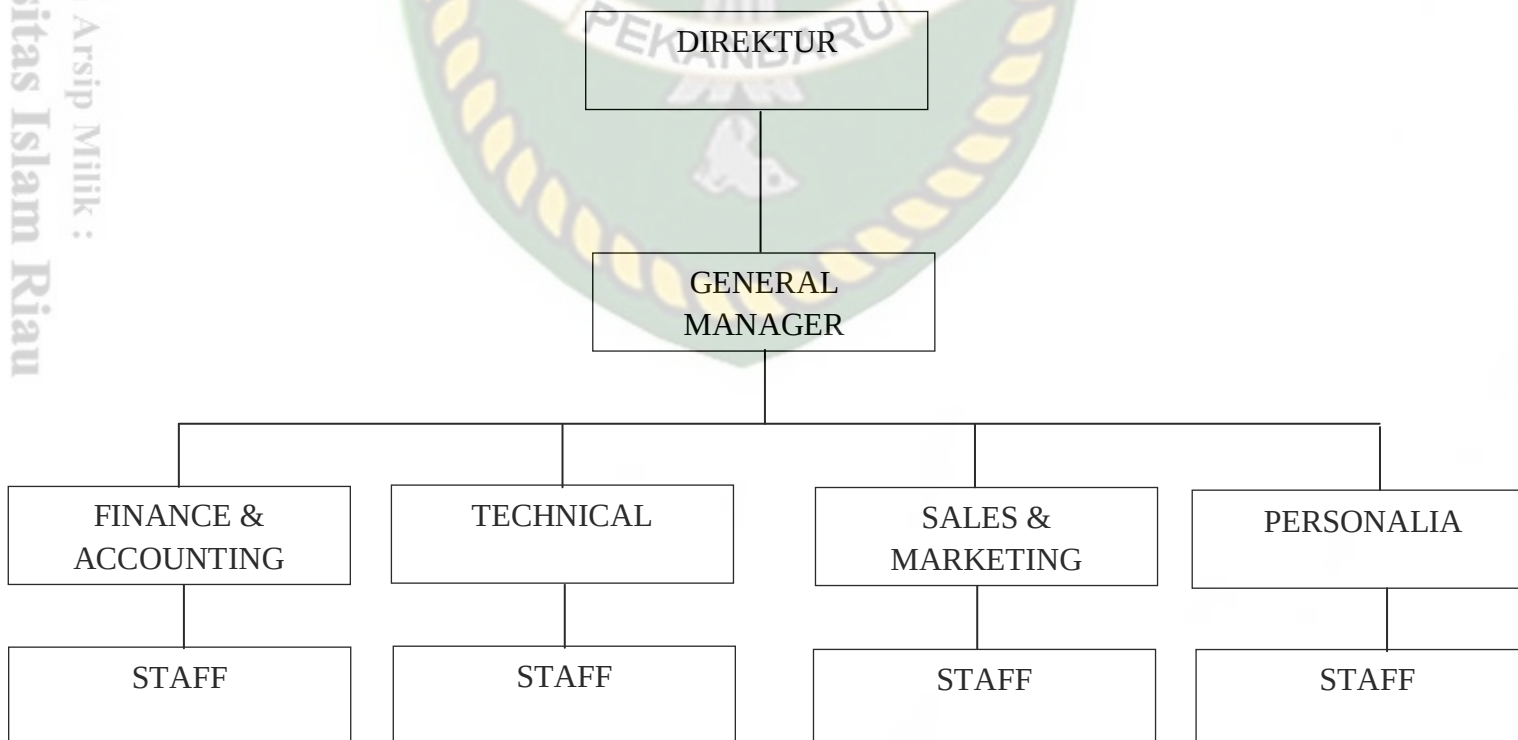
B. Struktur Organisasi Perusahaan

Agar kegiatan perusahaan bisa berjalan sesuai dengan yang diinginkan, salah satu syarat yang harus dimiliki adalah adanya struktur organisasi yang tersusun rapi dan baik untuk kelancaran operasional

perusahaan. Jadi, perlu kerjasama yang kompak antara sesama karyawan juga pembagian tugas-tugas agar setiap karyawan atau personil agar mengetahui tugasnya dengan jelas, wewenang dan tanggung jawab agar tidak terjadinya tumpang tindih dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya.

Struktur organisasi yang tersusun rapi juga merupakan salah satu syarat agar dapat mencapai kesuksesan kegiatan perusahaan, oleh karena itu perusahaan tanpa organisasi yang baik kemungkinan besar kegiatan tidak dapat berjalan dengan lancar, sehingga tujuan perusahaan tidak dapat tercapai.

Berikut ini struktur organisasi pada PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru.



Gambar IV.1 Struktur Organisasi

C. Fungsi Dan Tugas Organisasi

1. Direktur

- memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan atau institusi
- memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (manajer) atau wakil direktur
- menyetujui anggaran tahunan perusahaan atau institusi
- menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan atau institusi

2. General Manager

- Mengawasi perekrutan, pelatihan, dan pembinaan manajer tingkat yang lebih rendah.
- Memberikan arahan khusus kepada setiap kepala departemen, termasuk memberikan pengaruh positif pada kinerja karyawan di kantor.
- Wajib hadir pada setiap pertemuan dan seminar yang diwajibkan perusahaan, termasuk menghadiri berbagai kegiatan konferensi.
- Menciptakan SOP (Standar Operasional Perusahaan) penting bagi perusahaan dan karyawan.

- Bertugas untuk membuat kebijakan di perusahaan demi meningkatkan reputasi dan kemajuan perusahaan.
 - Tugas manajer umum termasuk mengelola staf, mengawasi anggaran, menerapkan strategi pemasaran, dan banyak aspek bisnis lainnya.
 - Membangun citra perusahaan yang telah dicapai, baik dari segi internal ataupun eksternal perusahaan.
 - Manajer umum wajib melapor kepada manajer atau eksekutif tingkat yang lebih tinggi serta mengawasi manajer tingkat yang lebih rendah.
 - Seorang manajer umum diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan meningkatkan laba sambil mengelola keseluruhan operasi perusahaan atau divisi.
 - Memberikan insentif bagi pekerja dan menilai efisiensi departemen sambil menawarkan rencana strategis untuk bisnis berdasarkan tujuan perusahaan, khususnya jangka menengah dan panjang.
3. Finance & accounting
- Melakukan pengaturan keuangan perusahaan.
 - Melakukan penginputan semua transaksi keuangan ke dalam program.
 - Melakukan transaksi keuangan perusahaan.
 - Melakukan pembayaran kepada supplier.
 - Berhubungan dengan pihak internal maupun eksternal terkait dengan aktivitas keuangan perusahaan.
 - Mengontrol aktivitas keuangan / transaksi keuangan perusahaan.

- Membuat laporan mengenai aktivitas keuangan perusahaan.
- Menerima dokumen dari vendor internal maupun external.

4. Technical

- Membantu melakukan perawatan rutin seluruh hardware.
- Membantu melakukan pengecekan dan menjaga software-software yang terpasang di komputer, termasuk jaringan dan server sehingga dapat berjalan dengan sempurna.
- Membantu menyelesaikan/perbaiki hardware dan jaringan secara dini (trouble shooting) dan melapor kepada atasannya bila terdapat komponen yang harus diperbaiki/diganti.
- Melaporkan kepada atasannya bila ada software/sistem aplikasi yang bermasalah termasuk tindakan yang perlu diambil sebatas kewenangan yang diberikan oleh vendor.
- Membantu menyiapkan proses pengajuan pengadaan hardware dan atau software.

5. Sales & Marketing

- Sebagai orang yang pertama kali mengenalkan produk yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat, terutama pada produk-produk baru yang membutuhkan banyak promosi.
- Bertugas menjadi orang yang menjualkan produk perusahaan kepada konsumen sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan dari setiap produk yang terjual.
- Bertugas untuk mencari informasi dan menyampaikannya kepada perusahaan mengenai kelebihan dan kekurangan dari sebuah produk yang dijual.
- Bertugas menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen.
- Bertugas menjadi penghubung antara perusahaan dengan lingkungan sekitar.

6. Personalia

- Menyusun anggaran tenaga kerja yang diperlukan
- Membuat *job analysis*, *job description*, dan *job specification*
- Menentukan dan memberikan sumber-sumber tenaga kerja
- Mengurus dan mengembangkan karyawan
- Mengurus dan melaksanakan rekrutmen dan seleksi tenaga kerja
- Mengurus soal-soal pemberhentian (pensiun, phk, *resign*)
- Mengurus soal-soal kesejahteraan.

BAB V **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Data yang disajikan pada bagian ini berupa hasil observasi, data hasil pengisian kuesioner yang di isi oleh pengguna dashnet dan data hasil dokumentasi yang diperoleh dari kegiatan penelitian yang dilaksanakan.

A. Identitas Responden

Pada bab V ini penulis akan menyajikan data-data yang diperoleh dari hasil kuesioner Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru. Ada beberapa klasifikasi yang harus di idi oleh responden yaitu nama, usia, pekerjaan, dan produk yang digunakan

1. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini identitas responden pada PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.1
Responden Berdasarkan Usia

NO	USIA	JUMLAH	PERSENTASE
1.	20 – 29 Tahun	34	42,5 %
2.	30 – 39 Tahun	29	36,25 %
3.	40 – 49 Tahun	17	21,25 %

4.	> 50 Tahun	-	-
TOTAL		80	100 %

Sumber : data olahan hasil penelitian, 2021

Dari tabel V.1 dapat dilihat bahwa responden yang berusia 20-29 Tahun lebih dominan yaitu sebanyak 34 orang atau 42,5%. Responden yang berusia 30-39 Tahun sebanyak 29 orang atau 36,25%, responden yang berusia 40-49 Tahun sebanyak 17 orang atau 21,25% dan responden yang berusia >50 Tahun nihil dikarenakan pada usia tersebut tidak produktif dalam menggunakan internet.

2. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan isian data pada kuesioner responden juga mempunyai pekerjaan yang berbeda dengan deskripsi berikut :

Tabel V.2
Responden Berdasarkan Pekerjaan

NO	PEKERJAAN	JUMLAH	PERSENTASE
1.	Pelajar	23	28,75 %
2.	Mahasiswa/I	33	41,25 %
3.	Wiraswasta	18	22,5 %
4.	Lainnya	6	7,5 %
TOTAL		80	100 %

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.2 dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan responden yang paling di dominasi adalah mahasiswa/i sebanyak 33 orang atau 41,25%. Responden dengan pekerjaan pelajar sebanyak 23 orang atau 28,75%, responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 18 orang atau 22,5%, sedangkan untuk pekerjaan lainnya jumlah responden sebanyak 6 orang atau 7,5%. Jadi dapat dilihat pekerjaan yang paling banyak mendominasi yaitu mahasiswa/i dikarenakan usia tersebut produktif dalam menggunakan internet.

3. Identitas Responden Berdasarkan Produk Yang Digunakan

Berdasarkan isian data pada kuesioner ada 2 (dua) macam produk yang digunakan oleh responden yaitu dengan deskripsi sebagai berikut :

Tabel V.3
Responden Berdasarkan Produk Yang Digunakan

NO	PRODUK	JUMLAH	PERSENTASE
1.	Wifi	73	91,25 %
2.	Tv Kabel	7	8,75 %
	TOTAL	80	100 %

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.3 data responden berdasarkan produk yang digunakan menunjukkan pelanggan lebih dominan menggunakan wifi yaitu sebanyak 73 orang atau 91,25%, sedangkan pelanggan yang menggunakan tv kabel sebanyak 7 orang atau 8,75%. Ini menunjukkan responden banyak menggunakan internet wifi dibandingkan dengan tv kabel.

B. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan **PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru**

Adapun konsep kualitas pelayanan yaitu : bukti langsung, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan.

1. Bukti langsung

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pertanyaan indikator bukti langsung :

Tabel V.4
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Bukti
Langsung

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1.	Karyawan dashnet memiliki penampilan yang rapi dan bersih	7 8,8%	36 45%	27 33,7 %	10 12,5 %	-	80 100%
	Bobot Nilai	35	144	81	20	-	280
2.	Perlengkapan yang diberikan pada awal berlangganan dalam keadaan baik	10 12,5 %	36 45%	23 28,7 %	11 13,8 %	-	80 100%
	Bobot Nilai	50	144	69	22	-	285
3.	Produk dashnet memiliki kualitas yang sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan	10 12,5 %	39 48,7 %	19 23,8 %	12 15%	-	80 100%
	Bobot Nilai	50	156	57	24		287
4.	Dashnet memiliki peralatan dengan teknologi yang terbaru sehingga mudah untuk mengakses jaringan	10 12,5 %	36 45%	23 28,7 %	11 13,8 %	-	80 100%
	Bobot Nilai	50	144	69	22		285
5.	Karyawan mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan	10 12,5 %	39 48,7 %	19 23,8 %	12 15%	-	80 100%
	Bobot Nilai	50	156	57	24		287
Jumlah		1.424					
Nilai Interval		1.360 – 1.680					
Kategori Penilaian		Setuju					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.4 di atas mengenai indikator bukti langsung untuk variabel kualitas pelayanan(X) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 280, pada pertanyaan yang ke 2 bobot yang di dapat berjumlah 285, pada pertanyaan ke 3 bobot yang di dapat berjumlah 287,

pertanyaan yang ke 4 bobot yang di dapat berjumlah 285 dan pertanyaan ke 5 bobot yang di dapat berjumlah 287. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan dijumlahkan dan mendapatkan hasil berjumlah 1.424, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1.360 – 1.680. Dimana termaksud kategori penilaian **Setuju**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru terkait dengan indikator bukti langsung, diperoleh hasil sebagai berikut :

Iya rapi, dan cara kerja mereka juga bisa dibilang baik selain itu perlengkapan yang kami sediakan untuk pelanggan juga baik dan produknya juga ya bisa dikatakan baik juga karena sudah sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan karena memang menggunakan peralatan teknologi yang terbaru sehingga membuat kualitasnya lebih ok (pimpinan dashnet, 24 september 2021)

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa penampilan karyawan sudah baik dan karyawan juga sudah bekerja dengan baik dan perlengkapan yang diberikan oleh perusahaan kepada pengguna dashnet juga baik dan produk yang disediakan dashnet sudah sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan pada awal karena dashnet mempunyai teknologi yang terbaru sehingga membuat pengguna semakin merasa puas. Hal ini juga dikatakan oleh pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru, yaitu :

Karyawan dashnet penampilannya bagus, ya namanya juga orang kerja ya harus berpakaian rapi lah terus perlengkapan pada awal masang juga disediakan semuanya jadi gk repot-repot belik ini belik itu terus kalau kesamaan produk yang ditawarkan dengan yang aslinya sama dan karyawan juga bisa menyelesaikan keluhan kami dengan baik

walau responnya agak lama tapi ya gak papa ya, namanya juga perusahaan ya pasti ada keterlambatan (pelanggan dashnet, 24 september 2021)

Dikatakan bahwa karyawan sudah menggunakan pakaian rapi dan bersih, perlengkapan yang disediakan dashnet sudah baik dari awal pemasangan, produk yang ditawarkan oleh dashnet sudah sesuai dengan spesifikasi, karyawan juga bisa mengatasi keluhan pelanggan dengan baik walau respon dari karyawan terkesan lambat.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa semua indikator bukti langsung seperti penampilan karyawan PT. Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru sudah baik, perlengkapan yang disediakan kepada pelanggan juga baik, spesifikasi produk yang ditawarkan juga baik karena menggunakan peralatan dengan teknologi yang terbaru dan karyawan juga mampu menyelesaikan keluhan para pelanggan dengan baik.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator bukti langsung dapat dinyatakan setuju berdasarkan pendapat Rosalia dan Purnawati (2018:2447) “dalam penelitiannya mengungkapkan bagaimana instansi tersebut menampilkan kemampuan saran dan prasarana fisik yang dapat di andalkan” dalam hal ini 80 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

2. Empati

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pertanyaan indikator empati

Tabel V.5

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Empati

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1.	Saya merasakan kemudahan mendapat pelayanan untuk menghubungi customer service	10 12,5 %	36 45%	23 28,8 %	11 13,7 %	-	80 100%
	Bobot Nilai	50	144	69	22		285
2.	Karyawan memberikan pengertian terhadap pelanggan saat ada masalah atau gangguan pada jaringan	10 12,5 %	39 48,7 %	19 23,8 %	12 15%	-	80 100%
	Bobot Nilai	50	156	57	24		287
3.	Perusahaan memberikan toleransi terhadap pelanggan apabila terlambat membayar bulanan	7 8,7%	36 45%	27 33,8 %	10 12,5 %	-	80 100%
	Bobot Nilai	35	45	81	20		181
4.	Perusahaan mengutamakan kepentingan pelanggan	6 7,5%	27 33,8 %	40 50%	5 6,2%	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	30	108	120	10	2	270
5.	Karyawan mampu berkomunikasi efektif terhadap pelanggan	9 11,3 %	36 45%	24 30%	11 13,7 %	-	80 100%
	Bobot Nilai	45	144	72	22		283
Jumlah		1.306					
Nilai Interval		1.040 – 1.360					
Kategori Penilaian		Kurang Setuju					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.5 di atas mengenai indikator empati untuk variabel kualitas pelayanan(X) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 285, pada pertanyaan yang ke 2 bobot yang di dapat berjumlah 287, pada

pertanyaan ke 3 bobot yang di dapat berjumlah 181, pertanyaan yang ke 4 bobot yang di dapat berjumlah 270 dan pertanyaan ke 5 bobot yang di dapat berjumlah 283. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan dijumlahkan dan mendapatkan hasil berjumlah 1.306, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1.040 – 1.360. Dimana termaksud kategori penilaian **Kurang Setuju**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru terkait dengan indikator empati, diperoleh hasil sebagai berikut :

Pelanggan mudah mendapat pelayanan dari kami karena bisa menghubungi ke CS langsung dan CS langsung konfirmasi ke karyawan lapangan,kami juga memberiakan pengertian kepada pelanggan jika ada gangguan dan toleransi kepada pelanggan juga kami berikan dengan semaksimal mungkin yaitu jika pelanggan telat membayar bulan kemudian kami selalu mengutamakan kepentingan pelanggan dan berkomunikasi efektif dengan pelanggan (pimpinan dashnet,24 september 2021)

Melalui wawancara tersebut dikatakan bahwa perusahaan sudah memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan baik juga memberikan toleransi kepada pelanggan dan pengertian apabila terjadi keterlambatan membayar bulanan, kemudian perusahaan juga sudah mengutamakan kepentingan pelanggan dan berkomunikasi efektif kepada pelanggannya. Hal ini juga dikatakan oleh pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru, yaitu :

Kalau menurut saya, kami mudah dapat pelayanan tapi lama terus kalau masalah memberi pengertian ya biasa aja gmnnya pada umumnya aja ya,toleransi dashnet ada kalau kami telat bayar tapi gak lama cuman

beberapa hari aja terus perusahaan tidak terlalu mengutamakan kepentingan pelanggan, kalau udah dipasang ya udahh tapi karyawanya memang bisa dikatakan baik dan sopan (pelanggan dashnet, 24 september 2021)

Dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan terkesan lambat, perusahaan juga memberikan pengertian kepada pelanggan apabila ada gangguan jaringan sama seperti perusahaan pada umumnya, dan memberikan toleransi kepada pelanggan jika telat membayar bulanan tapi hanya beberapa hari kemudian perusahaan tidak terlalu mengutamakan kepentingan pelanggan tapi karyawan sudah memberikan komunikasi yang baik dan sopan kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator empati seperti pelayanan perusahaan yang diberikan lambat kemudian jika ada gangguan pada jaringan, perusahaan memberi pengertian dan perusahaan memberikan toleransi jika ada keterlambatan membayar bulanan walau hanya beberapa hari tapi perusahaan tidak terlalu mengutamakan kepentingan pelanggan tetapi karyawan sudah memberikan komunikasi yang baik dan sopan.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator empati dapat dinyatakan setuju berdasarkan pendapat Tjiptono (2014:282) “bahwa empati meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan” dalam hal ini 80 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab kurang setuju(KS).

3. Kehandalan

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pertanyaan indikator kehandalan :

Tabel V.6
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator
Kehandalan

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1.	Pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan pelanggan	12 15%	37 46,2 %	23 28,8 %	6 7,5%	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	60	148	69	12	2	241
2.	Karyawan datang tepat waktu sesuai dengan yang di janjikan kepada pelanggan atau yang membutuhkan bantuan	21 26,3 %	39 48,8 %	13 16,2 %	5 6,2%	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	105	156	39	10	2	312
3.	Mendapatkan informasi dengan mudah karena perusahaan menggunakan akun social media untuk memberitahu informasi yang terbaru	21 26,2 %	35 43,8 %	23 28,8 %	1 1,2%	-	80 100%
	Bobot Nilai	105	140	69	2		316
4.	Perusahaan menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal penggunaan hingga saat ini	7 8,75 %	44 55%	18 22,5 %	9 11,3 %	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	35	176	54	18	2	285
5.	Karyawan melayani dengan berusaha menghindari kesalahan pahamannya sehingga tidak menimbulkan keributan atau ketidak wajaran	8 10%	48 60%	18 22,5 %	6 7,5%	-	80 100%

	terhadap pelanggan						
	Bobot Nilai	40	192	54	12		298
	Jumlah	1.452					
	Nilai Interval	1.360 – 1.680					
	Kategori Penilaian	Setuju					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.6 di atas mengenai indikator kehandalan untuk variabel kualitas pelayanan(X) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 241, pada pertanyaan yang ke 2 bobot yang di dapat berjumlah 312, pada pertanyaan ke 3 bobot yang di dapat berjumlah 316, pertanyaan yang ke 4 bobot yang di dapat berjumlah 285 dan pertanyaan ke 5 bobot yang di dapat berjumlah 298. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan dijumlahkan dan mendapatkan hasil berjumlah 1.452, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1.360 – 1.680. Dimana termaksud kategori penilaian **Setuju**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru terkait dengan indikator kehandalan, diperoleh hasil sebagai berikut :

Kalau untuk memenuhi harapan pelanggan kami selalu memberika yang terbaik pastinya tapi kembali lagi kepada pelanggannya gimana tanggapan mereka tentang ini tapi kami selalu bersedia membantu pelanggan karna itu adalah tugas kami, kalau mendapatkan informasi dari kami kalau menurut saa sudah mudah karena kan kita ada media sosialnya,kemudian jasa pelayanan dashnet juga udah baik menurut saya (pimpinan dashnet,24 september 2021).

Melalui wawancara tersebut dikatakan bahwa perusahaan sudah memenuhi harapan pelanggan dengan sabaik mungkin dan selalu bersedia untuk membantu pelanggan kemudian informasi mudah didapat

karena perusahaan ada akun media sosialnya, dan pelayanan ang diberikan perusahaan juga sudah tergolong baik. Hal ini juga dikatakan oleh pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru, yaitu :

Menurut saya perusahaan selalu berusaha untuk memenuhi harapan pelanggannya ya seperti datang tepat waktu saat saya ada kerusakan jadi datang keruimah tapi agak lama nunggunya terus kalau masalah informasi mudah didapat karena ada kontak beberapa karyawan di hp saya dan perusahaan juga ada akun media sosialnya kek instagram jadi ya mudah aja, pelayanan nya bagus bagus aja yaa walaupun lambat (pelanggan dashnet,24 september 2021)

Dikatakan bahwa perusahaan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, kemudian karyawan tidak datang tepat waktu saat ada perbaikan dirumah pelanggan tapi untuk mendapatkan informasi tentang perusahaan mudah karena ada sosial media dari perusahaan tersebut dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan juga baik.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator kehandalan seperti memenuhi harapan pelanggan, karyawan selalu berusaha untuk memenuhi harapan pelanggan dengan cara tepat waktu datang untuk bekerja kemudian pelanggan juga mudah mendapat informasi tentang perusahaan karena dengan adanya akun media sosial perusahaan dan pelayanan yang disediakan perusahaan sudah baik juga.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator kehandalan dapat dinyatakan setuju berdasarkan pendapat Supryanto dan Ernawaty (2010:302) “terdiri atas kemampuan pemberi layanan untuk memberikan pelayanan yang diharapkan secara akurat sesuai dengan

yang dijanjikan” dalam hal ini 80 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

4. Daya Tanggap

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pertanyaan indikator daya tanggap :

Tabel V.7

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Daya Tanggap

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1.	Karyawan menyampaikan informasi dengan jelas sehingga memudahkan pelanggan untuk memahaminya	12 15%	37 46,3 %	23 28,7 %	6 7,5%	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	60	148	69	12	2	291
2.	Karyawan dapat mengatakan dengan pasti kapan pelayanan yang dibutuhkan dapat terlaksanakan	21 26,3 %	39 48,8 %	13 16,2 %	5 6,2%	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	105	156	39	10	2	312

3.	Karyawan bersedia dalam membantu kesulitan pelanggan	21 26,3 %	35 43,8 %	23 28,8 %	1 1,2%	-	80 100%
	Bobot Nilai	105	140	69	2		316
4.	Respon yang dilakukan dengan baik saat pelanggan ada complain	7 8,8%	44 55%	18 22,5 %	9 11,2 %	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	35	176	54	18	2	285
5.	Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan pelanggan	8 10%	48 60%	18 22,5 %	6 7,5%	-	80 100%
	Bobot Nilai	40	192	54	12		298
Jumlah		1.502					
Nilai Interval		1.360 – 1.680					
Kategori Penilaian		Setuju					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.7 di atas mengenai indikator daya tanggap untuk variabel kualitas pelayanan(X) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 291, pada pertanyaan yang ke 2 bobot yang di dapat berjumlah 312, pada pertanyaan ke 3 bobot yang di dapat berjumlah 316, pertanyaan yang ke 4 bobot yang di dapat berjumlah 285 dan pertanyaan ke 5 bobot yang di dapat berjumlah 298. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan dijumlahkan dan mendapatkan hasil berjumlah 1.502, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1.360 – 1.680. Dimana termaksud kategori penilaian **Setuju**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru terkait dengan indikator daya tanggap, diperoleh hasil sebagai berikut :

Kami menyampaikan informasi kepada pelanggan dengan baik tapi kalau janji yang telah dibuat dengan pelanggan belum tentu baik ya kalau menurut saya, kadang tergantung kegiatan karyawan tapi kami selalu membantu pelanggan yang ada kendala jadi kami merespon pelanggan tersebut dan akan datang untuk membantu segala keperluan pelanggan dengan sebisa mungkin (pimpinan dashnet, 24 september 2021).

Melalui wawancara tersebut dikatakan bahwa perusahaan sudah menyampaikan informasi dengan baik kepada pelanggannya, dan sudah berusaha sebaik mungkin untuk memberi waktu yang tepat saat membantu pelanggan dan merespon pelanggan tersebut dan akan datang untuk membantu pelanggan. Hal ini juga dikatakan oleh pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru, yaitu :

Kalau menurut saya karyawan menyampaikan informasi dengan jelas apabila sedang ada kerusakan pada jaringan karyawan mengatakan akan datang untuk memperbaiki tapi agak lama tapi mereka bersedia kok membantu pelanggannya dan responnya bagus lah makanya mereka bisa menangani permintaan pelanggan (pelanggan dashnet, 24 september 2021).

Dikatakan bahwa karyawan sudah memberikan informasi dengan baik kepada pelanggan dan ketersediaan membantu pelanggan juga dikatakan dengan pasti oleh karyawan jika mereka telat datang namun selalu bersedia untuk membantu pelanggannya dan merespon pelanggan dengan baik sehingga hal tersebut pelanggan merasa permintaannya terpenuhi.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator daya tanggap seperti penyampaian informasi kepada pelanggan sudah jelas jika ada keterlambatan karyawan mengatakan langsung kepada

pelanggannya tapi karyawan selalu bersedia membantu pelanggan dan merespon dengan baik sehingga pelanggan merasa karyawan mampu menangani pelanggan.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator daya tanggap dapat dinyatakan setuju berdasarkan pendapat Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182) ”suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responve*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas” dalam hal ini 80 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

5. Jaminan

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pertanyaan indikator jaminan :

Tabel V.8

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Jaminan

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1.	Jaminan keamanan sesuai dengan harapan	12 15%	37 46,3 %	23 28,7 %	6 7,5%	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	60	148	69	12	2	291
2.	Penanganan keluhan dengan baik	21 26,2 %	39 48,8 %	13 16,3 %	5 6,2%	2 2,5%	80 100
	Bobot Nilai	105	156	39	10	2	312

3.	karyawan memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan	21 26,2 %	35 43,8 %	23 28,8 %	1 1,2%	-	80 100%
	Bobot Nilai	105	140	69	2		316
4.	Perusahaan sangat memahami apa saja kebutuhan yang diinginkan pelanggan	7 8,75 %	44 55%	18 22,5 %	9 11,3 %	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	35	176	54	18	2	285
5.	Pelayanan yang diberikan sangat baik	8 10%	48 60%	18 22,5 %	6 7,5%	-	80 100%
	Bobot Nilai	40	192	54	12		298
Jumlah		1.502					
Nilai Interval		1.360 – 1.680					
Kategori Penilaian		Setuju					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.8 di atas mengenai indikator jaminan untuk variabel kualitas pelayanan(X) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 291, pada pertanyaan yang ke 2 bobot yang di dapat berjumlah 312, pada pertanyaan ke 3 bobot yang di dapat berjumlah 316, pertanyaan yang ke 4 bobot yang di dapat berjumlah 285 dan pertanyaan ke 5 bobot yang di dapat berjumlah 298. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan dijumlahkan dan mendapatkan hasil berjumlah 1.502, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1.360 – 1.680. Dimana termaksud kategori penilaian **Setuju**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru terkait dengan indikator jaminan, diperoleh hasil sebagai berikut :

Kenyamanan pelanggan terhadap produk yang digunakan sudah ok tapi tiap orang beda-beda, kemudian kami menangani keluhan pelanggan juga cepat dan memberikan pelayanan tersebut dengan maksimal, perusahaan juga memahami segala kebutuhan pelanggan dan memberikan (pimpinan dashnet, 24 september 2021).

Melalui wawancara tersebut dikatakan bahwa perusahaan selalu membuat pelanggan merasa nyaman dengan cara menangani keluhan para pelanggan dengan cepat dan memberikan pelayanan dsemaksimal mungkin dan akan memahami kebutuhan para pelanggan. Hal ini juga dikatakan oleh pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru, yaitu :

Menurut saya, saya sudah nyaman menggunakan produk dashnet karena karyawan selalu siap untuk menangani segala sesuatu yang rusak pada produk nya dan pelayanan nya juga ok terus mereka memahami kebutuhan apa yang kami inginkan (pelanggan dashnet, 24 september 2021)

Dikatakan bahwa pelanggan sudah nyaman menggunakan produk PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru karena karyawan selalu bersedia membantu pelanggan apabila ada gangguan dan pelayanannya juga sudah baik selain itu perusahaan juga sudah memahami kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator jaminan seperti kenyamanan pelanggan untuk menggunakan produk nya karena perusahaan selalu memberikan pelayanan yang baik sehingga membuat pelanggan lebih nyaman dan perusahaan juga memahami kebutuhan pelanggannya.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator jaminan dapat dinyatakan setuju berdasarkan pendapat Supriyanto dan Ernawaty (2010:302) “jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan pemberi jasa untuk menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan” dalam hal ini 80 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

6. Variabel Kualitas Pelayanan(X)

Berikut ini rekapitulasi variabel kualitas pelayanan(X) yang mencakup : bukti langsung, empati, kehandalan, daya tanggap dan jaminan.

Tabel V.9
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan(X)

No	Indikator	Jumlah	Nilai interval	Kategori
1.	Bukti langsung	1.424	1.360 – 1.680	Setuju
2.	Empati	1.360	1.040 – 1.360	Kurang setuju
3.	Kehandalan	1.452	1.360 – 1.680	Setuju
4.	Daya tanggap	1.502	1.360 – 1.680	Setuju
5.	Jaminan	1.502	1.360 – 1.680	Setuju
Jumlah		7.186		
Nilai interval		6.800 – 8.400		
Kategori penilaian		Setuju		

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.9 dari hasil jawaban responden bobot yang diperoleh mengenai variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh bobot 7.186, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 6.800 – 8.400. Dimana termaksud kategori penilaian **Setuju**. Berikut ini kriteria penilaian dari rekapitulasi hasil penelitian :

$$\begin{aligned}
 \text{Range} &= \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah kelas}} \\
 &= \frac{10.000 - 2.000}{5} \\
 &= 1.600
 \end{aligned}$$

Tabel V.10

Kategori Penilaian

NO	RANGE	Kategori Penilaian
1.	8.400 – 10.000	Sangat Setuju
2.	6.800 – 8.400	Setuju
3.	5.200 – 6.800	Kurang Setuju
4.	3.600 – 5.200	Tidak Setuju
5.	2.000 – 3.600	Sangat Tidak Setuju

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan setuju berdasarkan pendapat Tjiptono

(2006:59) “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan” dalam hal ini 80 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

C. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Pada PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru

Adapun konsep kepuasan pelanggan yaitu : lebih setia, menggunakan produk kembali dan rekomendasi.

1. Lebih setia

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pertanyaan indikator lebih setia :

Tabel V.11

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Lebih Setia

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1.	Saya merasa puas dengan kualitas kinerja karyawan	13 16,2 %	36 45%	23 28,8 %	6 7,5%	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	65	144	69	12	2	292
2.	Perusahaan selalu mengutamakan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan selalu setia	22 27,5 %	38 47,5 %	13 16,2 %	5 6,3%	2 2,5%	80 100%

	menggunakan produknya						
	Bobot Nilai	110	152	39	10	2	313
3.	Perusahaan selalu mengutamakan kebutuhan pelanggan	22 27,5 %	34 42,5 %	23 28,7 %	1 1,3%	-	80 100%
	Bobot Nilai	110	136	69	2		317
4.	Saya merasa puas terhadap akses jaringan yang cepat	8 10%	43 53,7 %	18 22,5 %	9 11,3 %	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	40	172	54	18	2	286
5.	Perusahaan selalu memberikan promo paket sewaktu waktu	9 11,3 %	47 58,7 %	18 22,5 %	6 7,5%	-	80 100%
	Bobot Nilai	45	188	54	12		299
Jumlah		1.507					
Nilai Interval		1.360 – 1.680					
Kategori Penilaian		Setuju					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.11 di atas mengenai indikator lebih setia untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 292, pada pertanyaan yang ke 2 bobot yang di dapat berjumlah 313, pada pertanyaan ke 3 bobot yang di dapat berjumlah 317, pertanyaan yang ke 4 bobot yang di dapat berjumlah 286 dan pertanyaan ke 5 bobot yang di dapat berjumlah 299. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan dijumlahkan dan mendapatkan hasil berjumlah 1.507, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1.360 – 1.680. Dimana termaksud kategori penilaian **Setuju**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru terkait dengan indikator lebih setia, diperoleh hasil sebagai berikut :

Kinerja karawan perusahaan sudah baik dengan mengutamakan kepuasan dan kebutuhan pelanggan dengan cara mendapatkan hal tersebut pada produk yang digunakan selain itu kami juga kadang membuat promo (pimpinan dashnet, 24 september 2021).

Melalui wawancara tersebut dikatakan bahwa kinerja karyawan perusahaan sudah baik yaitu dengan mengutamakan kepuasan dan kebutuhan pelanggan dengan produk yang mereka gunakan dan membuat promo sewaktu-waktu. Hal ini juga dikatakan oleh pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru, yaitu :

Kinerja nya bagus mengutamakan kepuasan kami dan paham apa yg kami butuhkan atau kami inginkan pokoknya produk nya sudah bisa dibilang baik juga kadang ada juga promo yang diberikan (pelanggan dashnet, 24 september 2021).

Dikatakan bahwa kinerja karywab sudah baik dengan mengutamakan kepuasan pelanggan dan memahami segala kebutuhan pelanggannya, kemudian produk yang digunakan juga sudah tergolong baik dan kadang perusahaan memberikan promo tertentu.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui perusahaan sudah memberikan kinerja yang baik sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kemudian produk yang berikan perusahaan

sudah baik menurut pelanggan dan perusahaan memberikan promo paket

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator lebih setia dapat dinyatakan setuju berdasarkan pendapat Kotler dan Keller (2015) “pelanggan yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia dan loyal. Pelanggan yang puas terhadap produk yang dikonsumsi akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama” dalam hal ini 80 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

2. Menggunakan produk kembali

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pertanyaan indikator menggunakan produk kembali :

Tabel V.12

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Menggunakan Produk Kembali

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1.	Dengan mengetahui kualitas pelayanan yang memuaskan dan juga baik dalam melayani maka saya selalu menggunakan produk dahnet	13 16,2 %	36 45%	23 28,8 %	6 7,5%	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	65	144	69	12	2	292
2.	Saat membayar tagihan saya merasa aman karena dijemput kerumah	22 27,5	38 47,5 %	13 16,3 %	5 6,2%	2 2,5%	80 100%

		%					
	Bobot Nilai	110	152	39	10	2	313
3.	Saya merasa nyaman sehingga tidak ingin berpindah ke produk lain	22 27,5 %	34 42,5 %	23 28,7 %	1 1,3%	-	80 100%
	Bobot Nilai	110	136	69	2		317
4.	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan	8 10%	43 53,7 %	18 22,5 %	9 11,3 %	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	40	172	54	18	2	286
5.	Karyawan menguasai jenis jenis produk yang disediakan dashnet sehingga mudah untuk menjelaskan apa saja yang ditanyakan oleh pelanggan	8 10%	48 60%	18 22,5 %	6 7,5%	-	80 100%
	Bobot Nilai	40	192	54	12		298
Jumlah		1.506					
Nilai Interval		1.360 – 1.680					
Kategori Penilaian		Setuju					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.12 di atas mengenai indikator menggunakan produk kembali untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 292, pada pertanyaan yang ke 2 bobot yang di dapat berjumlah 313, pada pertanyaan ke 3 bobot yang di dapat berjumlah 317, pertanyaan yang ke 4 bobot yang di dapat berjumlah 286 dan pertanyaan ke 5 bobot yang di dapat berjumlah 298. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan dijumlahkan dan mendapatkan hasil berjumlah 1.506, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1.360 – 1.680. Dimana termaksud kategori penilaian **Setuju**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru terkait dengan indikator menggunakan produk kembali, diperoleh hasil sebagai berikut :

Kualitas pelayanan yang kami berikan sudah memuaskan pelanggan, kadang kalau bayar bulanan karyawan kita yang jemput kerumah pelanggan makanya pelanggan merasa nyaman dan aman saat transaksi seperti yang diharapkan pelanggan dan karyawan kami juga sudah memahami jenis-jenis produk yang disediakan oleh perusahaan (pimpinan dashnet, 24 september 2021).

Melalui wawancara tersebut dikatakan bahwa pelayanan yang baik sudah diberikan kepada pelanggan kemudian pada saat membayar bulanan karyawan datang kerumah pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman dan aman saat transaksi sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan dan karyawan juga memahami setia jenis-jenis produk yang ada pada perusahaan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru. Hal ini juga dikatakan oleh pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru, yaitu :

Menurut saya pelayanan sudah memuaskan kadang saat pembayaran bulanan mereka datang kerumah untuk menjemput jadi kita merasa aman pokoknya udah sama kek yang diharapkan, selain itu karyawannya menguasai produk apa saja yang ada di dashnet ini (pelanggan dashnet, 24 september 2021).

Hal tersebut dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan sudah baik, kemudian transaksi yang dilakukan sudah aman saat membayar bulanan yaitu dengan cara karyawan datang kerumah untuk menjemput dan karyawan juga sudah memahami apa apa saja produk yang ada pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui perusahaan sudah memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasakan aman dan nyaman, dan pada saat membayar tagihan bulanan karyawan datang kerumah untuk menjemput kerumah pelanggan dan karyawan juga paham apa saja produk yang ada pada PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator mengguankan produk kembali dapat dinyatakan setuju berdasarkan pendapat Kotler (2005) “dalam proses pembelian, niat beli atau pembelian ulang ini berkaitan erat dengan motif yang dimilikinya untuk memakai atau membeli produk tertentu. Motif pembelian ini berbeda beda untuk setiap pelanggan. Pelanggan akan memilih produk yang mengandung atribut-atribut yang diyakininya relevan dengan yang dibutuhkannya” dalam hal ini 80 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

3. Rekomendasi

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pertanyaan indikator rekomendasi :

Tabel V.13

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Rekomendasi

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban	Jumlah
-----	------------	--------------------	--------

		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1.	Dengan merasa puas terhadap pelayanan saya selalu merekomendasikan kepada orang lain agar menggunakan dashnet dirumahnya	12 15%	37 46,3 %	23 28,7 %	6 7,5%	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	60	148	69	12	2	291
2.	Dengan akses jaringan yang baik maka saya merekomendasikan kepada orang lain agar mengguankannya	21 26,2 %	39 48,7 %	13 16,3 %	5 6,3%	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	105	156	39	10	2	312
3.	Dengan mengetahui produk dashnet yang sangat memuaskan terhadap saya, saya selalu merekomendasikan produknya kepada oarang lain	21 26,2 %	35 43,8 %	23 28,8 %	1 1,2%	-	80 100%
	Bobot Nilai	105	140	69	2		316
4.	Merasa puas terhadap kemudahan di dalam pemasangan awal tanpa adanya syarat syarat lain yang mengakibatkan pelanggan kesulitan	7 8,7%	44 55%	18 22,5 %	9 11,3 %	2 2,5%	80 100%
	Bobot Nilai	35	176	54	18	2	285
5.	Harga yang disediakan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi sehingga merasa nyaman dengan produknya	8 10%	48 60%	18 22,5 %	6 7,5%	-	80 100%
	Bobot Nilai	40	192	54	12		298
Jumlah		1.502					
Nilai Interval		1.360 – 1.680					
Kategori Penilaian		Setuju					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.13 di atas mengenai indikator rekomendasi untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat

berjumlah 291, pada pertanyaan yang ke 2 bobot yang di dapat berjumlah 312, pada pertanyaan ke 3 bobot yang di dapat berjumlah 316, pertanyaan yang ke 4 bobot yang di dapat berjumlah 285 dan pertanyaan ke 5 bobot yang di dapat berjumlah 298. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan dijumlahkan dan mendapatkan hasil berjumlah 1.502, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1.360 – 1.680. Dimana termaksud kategori penilaian **Setuju**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru terkait dengan indikator rekomendasi, diperoleh hasil sebagai berikut :

Pelayanan yang kami berikan belum tentu memuaskan setiap pelanggan ya tergantung pelanggannya, akses jaringannya juga begitu tergantung orang yang menggunakannya, tapi pada awal pemasangan gak ribet karna persyaratannya yang umum aja dan harganya juga tidak terlalu tinggi,sesuailah dengan kualitas produk(pimpinan dashnet,24 september 2021).

Melalui wawancara tersebut dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik namun tergantung orang yang menggunakannya begitu juga dengan akses jaringannya namun pada awal pemasangan lebih mudah dan harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi namun sesuai dengan kualitas produknya. Hal ini juga dikatakan oleh pelanggan PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru, yaitu :

Menurut saya pelayanan nya sudah bagus dan kualitas akses jaringannya juga biasa aja, gak terlalu lelet tergolong memuaskan lah kemudian pemasangan awal gak ribet juga syaratnya cukup ktp aja, harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi ya sesuai lah dengan kualitas produknya(pelanggan dashnet, 24 september 2021).

Hal tersebut dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan sudah baik dan kualitas akses jaringannya juga bagus kemudian pada awal pemasangan tidak ribet hanya dengan ktp saja kemudian harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui perusahaan sudah memberikan pelayanan yang bagus dan kualitas akses jaringan juga tergolong baik, tidak terlalu lelet namun masih bisa digunakan kemudian pada pemasangan awal tidak ribet dan harga yang diberikan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi namun sesuai dengan kualitas produknya.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator rekomendasi dapat dinyatakan setuju berdasarkan pendapat Luwis dan Harsini (2010) “menyatakan bahwa rekomendasi adalah suatu bentuk komunikasi sekaligus promosi tidak langsung yang dilakukan oleh para pelanggan yang sudah pernah membeli produk atau jasa yang kemudian menceritakan berbagai pengalamannya yang berkaitan dengan produk atau jasa tersebut pada orang lain” dalam hal ini 80 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

4. Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)

Berikut ini rekapitulasi variabel kepuasan pelanggan (Y) yang mencakup : lebih setia, menggunakan produk kembali, rekomendasi.

Tabel V.14

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Indikator	Jumlah	Nilai interval	Kategori
1.	Lebih setia	1.507	1.360 – 1.680	Setuju
2.	Menggunakan produk Kembali	1.506	1.360 – 1.680	Setuju
3.	Rekomendasi	1.502	1.360 – 1.680	Setuju
Jumlah		4.515		
Nilai interval		4.080 – 5.040		
Kategori penilaian		Setuju		

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.14 dari hasil jawaban responden bobot yang diperoleh mengenai variabel kepuasan pelanggan (Y) diperoleh bobot 4.515, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 4.080 – 5.040. Dimana termaksud kategori penilaian **Setuju**. Berikut ini kriteria penilaian dari rekapitulasi hasil penelitian :

$$Range = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$= \frac{6.000 - 1.200}{5}$$

$$=960$$

Tabel V.15
Kategori Penilaian

NO	RANGE	Kategori Penilaian
1.	5.040 – 6.000	Sangat Setuju
2.	4.080 – 5.040	Setuju
3.	3.120 – 4.080	Kurang Setuju
4.	2.160 – 3.120	Tidak Setuju
5.	1.200 – 2.160	Sangat Tidak Setuju

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel kepuasan pelanggan dapat dinyatakan setuju berdasarkan pendapat Kotler (2009;179) ”Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan” dalam hal ini 80 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

D. Hasil dan Pembahasan Uji Hipotesis

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasi masing-masing pertanyaan dengan apabila hasil r hitung $>$ dari r tabel maka pertanyaan (kuesioner) tersebut dikatakan valid. Nilai r hitung bisa dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* sedangkan r tabel pada tingkatan signifikan alpha 5% yaitu sebesar $df=n-2$, $df=78$ dan $\alpha = 0,05$ maka nilai r tabel sebesar = 0,2199. Berikut ada tabel pengujian validitas.

Tabel V.16
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Corrected item-total correlation	R tabel (taraf signifikan 5%)	Keterangan
X	Indikator 1	0,696	0,2199	Valid
	Indikator 2	0,776	0,2199	Valid
	Indikator 3	0,798	0,2199	Valid
	Indikator 4	0,776	0,2199	Valid
	Indikator 5	0,798	0,2199	Valid
	Indikator 6	0,776	0,2199	Valid
	Indikator 7	0,798	0,2199	Valid
	Indikator 8	0,696	0,2199	Valid
	Indikator 9	0,530	0,2199	Valid
	Indikator 10	0,687	0,2199	Valid
	Indikator 11	0,841	0,2199	Valid
	Indikator 12	0,790	0,2199	Valid
	Indikator 13	0,736	0,2199	Valid
	Indikator 14	0,764	0,2199	Valid
	Indikator 15	0,715	0,2199	Valid
	Indikator 16	0,841	0,2199	Valid
	Indikator 17	0,790	0,2199	Valid
	Indikator 18	0,736	0,2199	Valid
	Indikator 19	0,764	0,2199	Valid
	Indikator 20	0,715	0,2199	Valid
	Indikator 21	0,841	0,2199	Valid
	Indikator 22	0,790	0,2199	Valid
	Indikator 23	0,736	0,2199	Valid

	Indikator 24	0,764	0,2199	Valid
	Indikator 25	0,715	0,2199	Valid
Y	Indikator 1	0,889	0,2199	Valid
	Indikator 2	0,881	0,2199	Valid
	Indikator 3	0,821	0,2199	Valid
	Indikator 4	0,816	0,2199	Valid
	Indikator 5	0,671	0,2199	Valid
	Indikator 6	0,889	0,2199	Valid
	Indikator 7	0,881	0,2199	Valid
	Indikator 8	0,821	0,2199	Valid
	Indikator 9	0,816	0,2199	Valid
	Indikator 10	0,671	0,2199	Valid
	Indikator 11	0,883	0,2199	Valid
	Indikator 12	0,872	0,2199	Valid
	Indikator 13	0,810	0,2199	Valid
	Indikator 14	0,810	0,2199	Valid
	Indikator 15	0,810	0,2199	Valid

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel V.16 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan valid, hal ini dapat diidentifikasi apabila r hitung lebih besar dari r tabel maka data tersebut valid dengan demikian item pertanyaan bisa digunakan.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu pengukuran juga menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan secara baik atau bebas dari error, sehingga memberikan jaminan bahwa data hasil pengukuran tersebut konsisten meskipun dalam waktu yang berbeda. Reliabilitas dapat dihitung dengan

rumus *alpha chonbach* diatas 0,60. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tebel berikut ini :

Tabel V.17

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of item	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
X	25	0,969	0,60	Reliable
Y	15	0,964	0,60	Reliable

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel V.17 dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* di atas atau $> 0,60$. Yang artinya bahwa item-item variabel penelitian ini mempunyai kehandalan atau reliable yang dimana seluruh item pertanyaan pada semua variabel dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan analisis regresi linier sederhana, pengujian ini harus dipenuhi agar penafsiran parameter dan koefisien regresi tidak bias. Pengujian asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas. Hasil uji asumsi klasik pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Kolmogorov-Smirnov Test) dengan melihat

signifikan dari residual yang dihasilkan dan pendekatan grafik normal probability plot. Deteksi normal dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Hasil uji normalitas data dari residual yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel V.18
Hasil Uji Normalitas Data
Hasil One Sample Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.44007757
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.098
	Positive	.097
	Negative	-.098
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.056 ^c

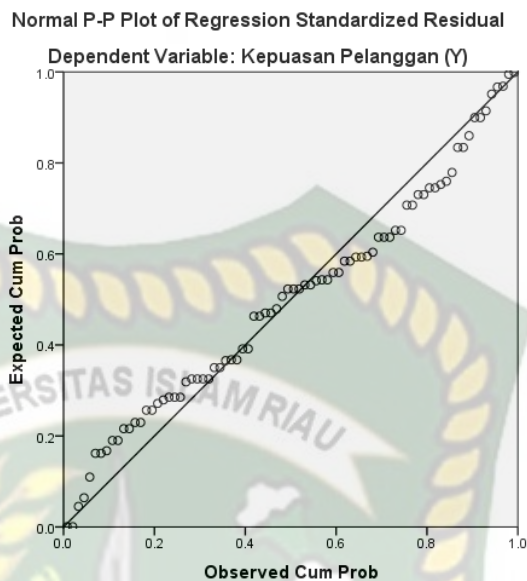
a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan hasil pada tabel V.18 di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikan diatas 0,05 yaitu sebesar 0,056. Hal ini berarti data residual tersebut terdistribusi secara normal. Hal tersebut juga dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik Normal Probability plot-nya sebagai berikut :

Gambar V.1

Grafik Normal Probability Plot



Sumber : Output SPSS Versi 23.0

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan Uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel V.19

Hasil Uji Glejser

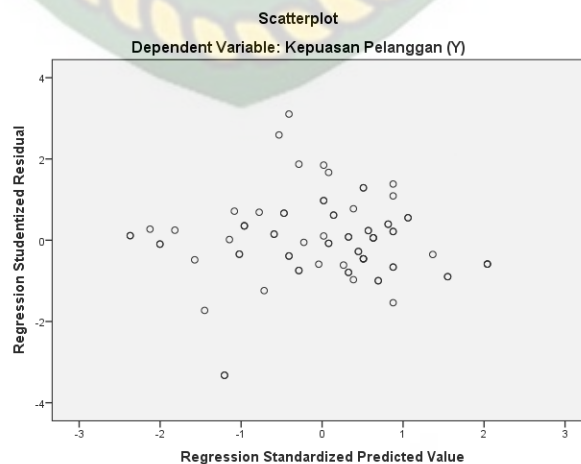
Coefficients^a

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.877	.064
Kualitas Pelayanan (X)	-.341	.734

a. Dependent Variable: ABS
Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Dalam hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel kualitas pelayanan (X) memiliki nilai yang lebih dari 0,05 yaitu 0,734. Berdasarkan hasil tersebut bahwa terjadi heteroskedastisitas antara variabel independen dalam model regresi. Maka hasil analisis grafik yaitu grafik scatterplot, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Apabila kondisi ini terpenuhi maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot di tunjukkan pada gambar dibawah ini :

Gambar V.2
Grafik Scatterplot



Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Dari gambar diatas dapat disimpulkan lolos uji kedastisitas karena data tersebar secara keseluruhan.

3. Uji Regresi Linier Sederhana

Metode yang penulis gunakan untuk penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Untuk pengolahan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistic Package Social Science*). Rumus yang digunakan untuk analisis regresi sederhana pada penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS diperoleh koefisien-koefisien pada persamaan regresi linier sederhana pada tabel berikut :

Tabel V.20
Hasil Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.013	2.222		.995
	Kualitas Pelayanan (X)	.616	.024	.946	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas maka di dapatkan hasil sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

$$Y = -0,013 + 0,616 X + e$$

Bersamaan regresi dapat menjelaskan bagaimana bentuk pengaruh dari variabel bebas pada variabel terikat, interpretasi yang dapat dijelaskan dari model regresi yang terbentuk di atas adalah :

1. Nilai koefisien regresi X 0,616 artinya adalah bahwa apabila (X) meningkat, maka (Y) juga akan meningkat dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
2. Standar error (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dari hasil regresi menunjukkan seberapa besar variabel dependent bisa dijelaskan oleh variabel bebasnya.

Tabel V.21

**Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.946 ^a	.895	.894	3.46206	2.233

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Dari tabel V.21 di atas, menunjukkan koefisien determinasi sebesar nilai R Square 0.895 artinya adalah bahwa persentase pengaruh variable X terhadap

variabel Y adalah sebesar 89,5% Sedangkan sisanya 10,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hal ini bertujuan untuk mengetahui variabel independent terhadap variabel dependent. Teknik analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23.0

a. Uji t (parsial)

Pengujian dengan t test digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Untuk memberikan interpretasi terhadap uji t dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel V.22
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.013	2.222		-.006	.995
Kualitas Pelayanan (X)	.616	.024	.946	25.811	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel V.22 di atas dapat diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5 % (2-tailed) dengan Persamaan sebagai berikut:

Dengan demikian maka diperoleh hasil sebagai berikut.

1. Nilai t hitung variabel X sendiri sebesar $25,811 > t \text{ tabel } (1,99085)$ dengan signifikansi $(0.000) < 0.05$. Artinya adalah bahwa X berpengaruh signifikan Y.

b. Uji F (Simultan)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan(X) secara simultan berkaitan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan(Y), dan apakah model tersebut sesuai atau tidak. Hasil yang didapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel V.23
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7984.903	1	7984.903	666.194	.000 ^b
	Residual	934.897	78	11.986		
	Total	8919.800	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel V.23 diatas, diketahui F hitung sebesar 666,194 dengan signifikansi 0,000. F tabel dapat diperoleh sebagai berikut:

Dengan demikian diketahui $F \text{ hitung } (666,194) > F \text{ tabel } (3,96)$ dengan $\text{Sig. } (0,000) < 0,05$. Artinya adalah variable X berpengaruh terhadap variabel Y.

E. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan(X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y) pada PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan dikatakan valid. $r \text{ tabel}$ untuk $df = (n-2) = 80 - 2 = 78$ untuk $\alpha 5\%$ adalah 0,2199. Nilai $t \text{ hitung}$ variabel kualitas pelayanan(X) sebesar $25,811 > t \text{ tabel } 1,99085$. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan(X) terhadap kepuasan pelanggan(Y). nilai R Square sebesar 0,895 artinya adalah persentase pengaruh variabel kualitas pelayanan(X) terhadap variabel kepuasan pelanggan(Y) pada PT.Sumidhas Permata Bunda 89,5% sedangkan sisanya 10,5% ($100\% - 89,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Dari hasil penelitian ini dapat diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan meliputi bukti langsung, empati, keandala, daya tanggap dan jaminan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap jasa atau produk yang digunakan.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini dimaksudkan peneliti agar dapat mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Setelah peneliti mendapatkan data dari responden dalam bentuk kuesioner yang telah diisi kemudian diolah maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa, kualitas pelayanan pada PT.Sumudzah Permata Bunda Pekanbaru adalah kategori baik. Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa bukti langsung, empati, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan yang diberikan perusahaan baik, maka kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Hasil analisis regresi membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Sumudhaz Permata Bunda Pekanbaru. Hal ini mengindikasikan semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
3. Persentase pengaruh variabel kualitas pelayanan(X) terhadap variabel kepuasan pelanggan(Y) adalah sebesar 89,5% sedangkan sisanya 10,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini, dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tentang kualitas pelayanan, terutama pada terutama pada aspek kehandalan, PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru harus lebih meningkatkan konsistensi dalam melakukan pelayanan agar mampu membuat pelanggan terpuaskan.
2. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tentang kualitas pelayanan pada aspek empati yang memiliki nilai rata-rata rendah, PT.Sumidhaz Permata Bunda Pekanbaru harus lebih memberi perhatian yang baik lagi kepada pelanggan agar pelanggan merasa lebih puas dengan pelayanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Pandi, 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pekanbaru: Nusa Media Yogyakarta
- Anggraeni, Dita Putri. Srikandi Kumadji. Sunarti. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*. Vol. 37 No. 1
- Bungin, Burhan, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Lubis, Alfi Syahri. Nur Rahmah Andayani. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam*. Vol. 1 No. 2
- Marluthy, Ayu. Ii Halilah. 2019. *Peran Kualitas Pelayanan Penyedia Internet Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Vol. 5, No. 1.
- Novella, Marsha. Arry Widodo. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome pada Wilayah Antapani Kota Bandung*. Vol.3 No.3
- Nurmansyah, 2018. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: Unilak Press
- Nurmansyah, 2020. *Manajemen Mutu*. Pekanbaru: Cipta Mintra Pratama
- Panjaitan, Januar Efendi. Ai Lili Yulianti. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung*. N Vol. 11 No. 2

- Permadi, Giardo. Putra Zainul Arifin. Sunarti. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen* (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). Vol. 48 No.1
- Pettarani, Luthfia Zein. Murdifing Hamin. 2019. Hamzah Ella. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kantor Telkom Indihome Makassar*. Vol.2 No.4
- Sari,Kurnia. Rushadiyati. 2018. *Kualitas Pelayanan Jasa Internet dan Usaha Jasa Internet Pada Kepuasan Pelanggan di rumah Network (RKNET) Jati Asih-Bekasi*. Vol.8 No. 02
- Sembiring, Inka Janita. Suharyono. Andriani Kusumawati. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan* (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang). Vol. 15 No. 1
- Siregar, Syofian, 2013. *Metode Pnelitian Kuantitatif*. Jakarta: DKU Print
- Sulistyawat, Ni Made Arie I, Ni Ketut Seminari. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*. Vol. 4, No. 8
- Triyandi,Nugroho Novemy. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta*. Vol.12,No02

Winardi, 2007. *Teori Organisasi Dan Pengorganisasian*. Jakarta: Kharisma Utama Offset

Yuliana, Rahmi. 2012. *Peran Komunikasi Dalam Organisasi*. Vol 4, No 3.

Zainur, Putera Juwito Mahardi. 2017. *Analisi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan pengguna Wifi Corner di PT. Telkom Cabang Sumenep*. Vol.03 No. 03

