

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN JASA SEWA PERALATAN  
CAMPING DI MDPL CAMP MENGGUNAKAN METODE  
*FUZZY SERVQUAL***

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**MUHAMMAD ANDI WIBOWO**

**NPM: 168150057**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
FAKULTAS TEKNIK  
MEDAN  
2021**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)21/12/21

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Konsumen Jasa Sewa Peralatan Camping Di MDPL  
CAMP Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*

Nama : Muhammad Andi Wibowo


NPM : 168150057

Fakultas / Prodi : Teknik Industri

Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



**Sirmas Munte, ST, MT**  
NIDN.0109026601



**Yuana Delvika, ST, MT**  
NIDN.0125068401



Mengetahui :

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Program Studi



**Dr. Ir. Dina Maizana, MT**  
NIDN.0112096601



**Yudi Daeng Polewangi, ST, MT**  
NIDN.0112118503

## RIWAYAT HIDUP

Muhammad Andi Wibowo, dilahirkan di Medan, Kecamatan Medan Johor, Kelurahan Gedung Johor, Provinsi Sumatera Utara. Pada tanggal 14 Oktober 1998 dari Bapak Suyadi dan Ibu Siti Wistiqomah. Penulis merupakan putra kandung ke-3 dari 4 bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar Swasta Darma Medan pada tahun 2010. Pada tahun itu juga penulis melanjutkan Pendidikan di Pesantren Darul Arafah Raya Desa Lau Bakeri, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang dan tamat pada tahun 2013 kemudian melanjutkan Pendidikan di SMA Swasta As-syafii'iyah Medan Johor dan tamat pada tahun 2016.

Pada awal tahun 2020 penulis menyusun hasil penelitian tugas akhir yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Sewa Alat Camping Di MDPL CAMP Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*.

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 20 September 2021



Muhammad Andi Wibowo  
168150057

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Andi Wibowo

NPM : 168150057

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

Jenis karya : ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA SEWA PERALATAN CAMPING DI MDPL CAMP MENGGUNAKAN METODE *FUZZY SERVQUAL*.

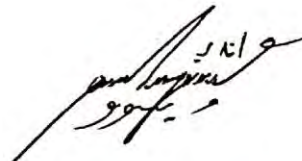
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 20 September 2021

Yang menyatakan



( Muhammad Andi Wibowo)

## ABSTRAK

**Muhammad Andi Wibowo (168150057). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Sewa Peralatan Camping di MDPL CAMP Dibimbing oleh Sirmas Munte, ST, MT dan Yuana Delvika, ST, MT.**

MDPL CAMP merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyewaan alat *outdoor*. Meskipun perusahaan ini sudah berdiri cukup lama namun masih banyak kekurangan dalam melayani konsumen sehingga konsumen merasa tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan tanggapan emosional atau respon yang mencerminkan harapan yang dibangunnya. Apabila hasil yang dicapai dari produk dan jasa dapat mencapai atau melebihi harapan maka dapat dikatakan pelanggan puas. Nilai  $r$  tabel untuk penelitian ini adalah  $r$  tabel dengan  $df = 30$  pada taraf signifikan = 5% yaitu 0,3610. Pada indikator kualitas pelayanan dapat dilihat item yang memiliki nilai yang sama tingginya yaitu item nomor 1 dan nomor 15. Item ini menjelaskan tentang bukti fisik yaitu Penampilan Owner yang rapi saat melayani pelanggan. Nilai  $R$  0,244 berarti 24,4% pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 75,6% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian seperti ini. Nilai  $F_{hitung}$  adalah 1,774 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 4,20. Oleh karena itu  $F_{hitung} 1,774 < F_{tabel} 4,20$  dan tingkat signifikansi  $0,195 > 0,05$  menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

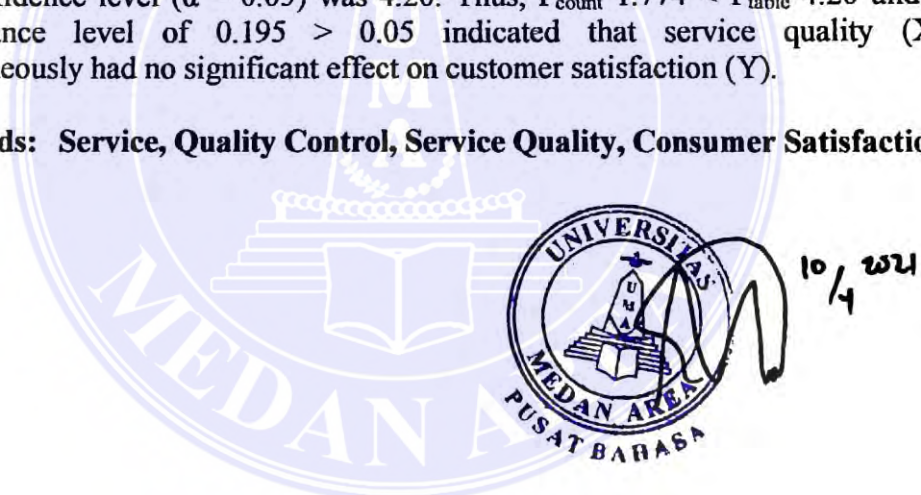
**Kata Kunci : Jasa, Pengendalian Kualitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen**

## ABSTRACT

**Muhammad Andi Wibowo. 168150057. "The Analysis of Service Quality Effect on Consumer Satisfaction of Camping Equipment Rental Services at MDPL CAMP". Supervised by Sirmas Munthe, S.T., M.T. and Yuana Delvika, S.T., M.T.**

MDPL CAMP is a company engaged in outdoor equipment rental services. Although this company has been around for a long time, there are still many shortcomings in serving consumers so that consumers feel dissatisfied. Consumer satisfaction is an emotional response or response that reflects the expectations it builds. If the results achieved from products and services can reach or exceed expectations, it can be said that the customer is satisfied. The value of the  $r$  table for this study was the  $r$  table with  $df = 30$  at a significant level = 5%, namely 0.3610. In the service quality indicator, it could be seen items that had the same high value, namely item number 1 and number 15. This item described physical evidence, namely the Owner's Neat Appearance when serving customers. R-value 0.244 meant 24.4% of service quality effect on customer satisfaction. While the remaining 75.6% could be explained by other factors outside of this research. The value of  $F_{count}$  was 1.774 with a significance level of 0.000. While the  $F_{table}$  at the 5% confidence level ( $\alpha = 0.05$ ) was 4.20. Thus,  $F_{count} 1.774 < F_{table} 4.20$  and a significance level of  $0.195 > 0.05$  indicated that service quality (X) simultaneously had no significant effect on customer satisfaction (Y).

**Keywords: Service, Quality Control, Service Quality, Consumer Satisfaction**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat tuhan yang Maha Esa yang melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Sewa Peralatan Camping di MDPL CAMP Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*”.

Penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk mahasiswa dalam menyelesaikan studinya di Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area. Pada saat penyelesaian laporan skripsi ini, penulis telah banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya, kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, MSc Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Dr. Ir. Dina Maizana, MT Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
3. Bapak Yudi Daeng Polewangi, ST, MT Selaku Ketua Program Studi Teknik Industri.
4. Bapak Sirmas Munte, ST, MT Selaku Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Yuana Delvika, ST, MT Selaku Dosen Pembimbing II.
6. Seluruh Dosen Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
7. Seluruh Staff pada bagian Tata Usaha Fakultas Teknik Universitas Medan Area.



8. Yang Teristimewa Kedua orangtua yang tak henti-hentinya memberikan doa disetiap sujud nya dan memberikan dukungan baik moril maupun materi.
9. Kepada Kakak tersayang Windy Wijayanti ST yang sudah banyak membantu, membimbing, memberikan nasehat, semangat dan motivasi untuk penulis.
10. Terimakasih kepada Zhafar Pasaribu, Malikal Ardhi, Riva Suyanto, Riki Ramadhani, Ade Syahputra, Hanif Pradana, Ari Wibowo, dan teman-teman Teknik Industri UMA kelas Malam Stambuk 2016 yang sudah banyak membantu dan memberikan semangat serta motivasi untuk penulis.
11. Terimakasih buat teman-teman Komunitas HSFCI Medan yang sudah menghibur saya ketika saya patah semangat dalam penulisan skripsi ini.
12. Kepada seluruh keluarga yang telah banyak membantu dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih banyak hal-hal yang kurang sempurna. Akhirnya harapan penulis kiranya laporan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi penulis dan pembaca.

Medan, November 2020

Penulis

Muhammad Andi Wibowo

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	2
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	2
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	3
1.4 Batasan Masalah dan Asumsi .....	3
1.4.1 Batasan Masalah .....	3
1.4.2 Asumsi .....	3
1.5 Sistematika Penulisan .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Kualitas Pelayanan.....	6
2.1.1 <i>Fuzzy Servqual</i> .....	18
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	19
2.2.1 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan .....	21
2.2.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	22
2.3 Harapan Pelanggan.....	23

2.4 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan .....	23
2.5 Pengertian Populasi dan <i>Sample</i> .....	25
2.6 Teori Pengolahan Data.....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
3.2 Kerangka Berpikir.....	32
3.3 Instrumen Penelitian.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.5 Analisa dan Evaluasi .....	36
3.6 Kesimpulan dan Saran.....	36
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>	<b>38</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	38
4.1.1 Penyajian Data .....	38
4.1.2 Identitas Responden .....	39
4.1.3 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	41
4.1.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	51
4.2 Pengolahan Data.....	55
4.2.1 Uji Validitas Data.....	55
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	57
4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda .....	58
4.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	69
4.3 Analisa dan Evaluasi .....	62

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Saran.....	64



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sasaran dan Manfaat <i>Service Excellence</i> .....	16
Tabel 3.1 Rencana Penelitian .....	27
Tabel 4.1 Jumlah <i>Sample</i> dan Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	39
Tabel 4.2 Rekap Kuesioner Yang Tidak Dapat Diolah.....	40
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden .....	40
Tabel 4.4 Pendidikan Responden .....	40
Tabel 4.5 Usia Responden.....	41
Tabel 4.6 Penampilan <i>Owner</i> Yang Rapi Daat Melayani Pelanggan .....	42
Tabel 4.7 Sarana Yang Dimiliki <i>Owner</i> Lengkap.....	42
Tabel 4.8 Kondisi Barang Yang Bersih dan Nyaman .....	43
Tabel 4.9 <i>Owner</i> Dapat Mempromosikan Barang Baru Dengan Baik.....	44
Tabel 4.10 Handal Dalam Melayani Pelanggan.....	44
Tabel 4.11 Kesalahan <i>Owner</i> Dalam Pencatatan Segera Di Cek dan Di Perbaiki.....	45
Tabel 4.12 Pelayanan Terhadap Pelanggan Yang Cepat .....	46
Tabel 4.13 <i>Owner</i> Yang Ramah Terhadap Pelanggan.....	46
Tabel 4.14 Kemauan <i>Owner</i> Untuk Membantu Pelanggan .....	47
Tabel 4.15 <i>Owner</i> Mampu Memberikan Kepercayaan Kepada Pelanggan .....	48
Tabel 4.16 <i>Owner</i> Mampu Menjawab Setiap Pertanyaan Pelanggan .....	48
Tabel 4.17 Pelayanan Terhadap Antrian Teratur .....	49
Tabel 4.18 Memahami Kebutuhan Spesifikasi Pelanggan.....	50
Tabel 4.19 Memperlakukan Pelanggan Penuh Perhatian.....	50
Tabel 4.20 <i>Owner</i> Mudah Dihubungi Pelanggan.....	51

Tabel 4.21 Pelanggan Merasa Puas Terhadap Respon <i>Owner</i> Yang Tanggap dan Cepat .....	52
Tabel 4.22 Mutu Pelayanan Yang Baik Terhadap Pelanggan.....	52
Tabel 4.23 Pelanggan Merasa <i>Owner</i> Dalam Melayani Pelanggan Menggunakan Bahasa Yang Mudah Dimengerti .....	53
Tabel 4.24 Pelanggan Merasakan Mudah Mendapatkan Informasi Yang Jelas .....	54
Tabel 4.25 Pelanggan Merasa <i>Owner</i> Sangat Ramah Dalam Melayani Pelanggan.....	54
Tabel 4.26 Saya Akan Melakukan Komplain Jika Saya Merasa Tidak Puas Akan Barang Yang Disewakan MDPL CAMP .....	55
Tabel 4.27 Setelah Menyewa Alat Camping Pelanggan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Untuk Menyewa Alat Camping Ke MDPL CAMP .....	56
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Tentang Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Tentang Kepuasan Pelanggan .....	58
Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	59
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	59
Tabel 4.32 Uji Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4.33 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60
Tabel 4.34 Hasil Uji T-Test .....	61
Tabel 4.35 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Berpikir .....	28
Gambar 3.2 <i>Flow Chart</i> Pelaksanaan Penelitian Skripsi .....	35



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kepuasan pelanggan merupakan syarat untuk perusahaan bertahan dan merupakan hal yang sangat penting karena dengan mempertahankan kepuasan pelanggan maka akan tercipta pencitraan baik bagi perusahaan itu sendiri, serta adanya hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci suksesnya suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula citra atau keberhasilan perusahaan dimata pelanggan atau bahkan perusahaan bisa mendapat kepercayaan yang baik dimata pemerintah.

MDPL CAMP merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyewaan alat *outdoor*. Meskipun perusahaan ini sudah berdiri cukup lama namun masih banyak kekurangan dalam melayani konsumen sehingga konsumen merasa tidak puas. Menurut pengamatan singkat yang telah dilakukan terdapat beberapa permasalahan yang berupa,

1. Ketidak pastian waktu, sering sekali konsumen menunggu lama untuk menyewa peralatan camping disini.
2. Kehabisan stok barang, sering terjadi ketika sebuah *event* menggunakan jasa penyewaan alat camping ini dalam skala besar, dan konsumen yang ingin menyewa satuan tidak kedapatan jatah.
3. Ketika orderan meningkat dihari besar seperti *weekend*, konsumen terakhir mendapatkan barang yang kurang berkualitas.



4. Lokasi toko sulit dijangkau, karena toko tersebut didalam gang dan toko rumahan, bukan seperti ruko pada umumnya.
5. Keluhan konsumen ketika mendapatkan barang yang tidak layak, fenomena tersebut akan menimbulkan pemikiran- pemikiran negatif dari pelanggan.

Apabila hasil yang dicapai dari produk dan jasa dapat mencapai atau melebihi harapan maka dapat dikatakan pelanggan puas. Namun dalam mempertahankan kepuasan konsumen tidaklah mudah.

Pelayanan pelanggan merupakan unsur yang penting dalam usaha peningkatan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu MDPL CAMP harus mampu memberikan pelayanan yang prima dan yang terbaik kepada pelanggan, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Sewa Peralatan Camping di MDPL CAMP Menggunakan Metode *Fuzzy Servqual*”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di MDPL CAMP?

## 1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian tentang Analisis Pengendalian Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Sewa Peralatan Camping Di MDPL CAMP, adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di MDPL CAMP

### **1.3.2. Manfaat Penelitian**

1. Diharapkan dengan adanya penelitian ini maka dapat memberi suatu masukan berbagai pihak khususnya pelaksana Kepuasan Pelanggan dalam hal ini MDPL CAMP agar dapat meningkatkan pelayanan lebih baik lagi.
2. Sebagai bahan referensi bagi yang berminat untuk memperdalam masalah kepuasan pelanggan.

## **1.4 Batasan Masalah Dan Asumsi**

### **1.4.1. Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah membahas tentang Kualitas Pelayanan MDPL CAMP terhadap Kepuasan Pelanggan di Medan.

### **1.4.2. Asumsi**

Dalam membahas permasalahan yang dihadapi di gunakan beberapa asumsi untuk memudahkan pemecahan masalah yaitu :

- a. Informasi dan data yang diperoleh dari perusahaan dianggap benar dan cukup mewakili.
- b. Perusahaan dalam keadaan baik.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk menggambarkan secara garis besar batas dan luasnya penelitian, maka berikut ini diberikan suatu gambaran ringkas tentang sistematika penulisan.

Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut

## **BAB I PENDAHULUAN**

Menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan asumsi yang digunakan dan sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II ini memuat penjelasan tentang konsep dan prinsip dasar yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dan merupakan hipotesa jika diperlukan. dapat berupa uraian kualitatif, model matematis, atau teori-teori yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang diteliti, selain itu berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan sistem produksi terutama masalah perencanaan produksi, peramalan dan model-model yang digunakan dalam pemecahan masalah.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Memuat uraian tentang bagaimana cara-cara untuk memecahkan masalah dalam melakukan penelitian, berupa kerangka pemecahan masalah dan langkah-langkahnya.

## **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Dalam bab ini dibahas tentang pengumpulan data-data dan informasi yang ada kaitannya dengan masalah penelitian bidang sistem produksi serta memuat tentang bagaimana melakukan pengolahan terhadap data-data yang telah diambil dengan melakukan pendekatan-pendekatan yang sesuai dengan metode yang dipergunakan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab terakhir ini dibahas tentang kesimpulan-kesimpulan yang merupakan pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan berisi tentang saran-saran untuk perusahaan dan para pembaca.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Wijaya bahwa “Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.” Wijaya, Tony (2011:11).

Selanjutnya Garvin dan Davis menyatakan bahwa “Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.” Nasution, (2004:41)

Konsep kualitas sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Pada hakekatnya aspek ini bukanlah satu-satunya aspek kualitas. Dalam perspektif *Total Quality Management* (TQM), kualitas dipandang secara lebih luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditentukan melainkan juga meliputi proses, lingkungan dan manusia.

Goets dan Davis berpendapat bahwa Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Tony, (2011:152).

Menurut Tjiptono & Chandra bahwa : Ada beberapa defenisi kualitas, antara lain kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan/ penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan/cacat, pemenuhan

kebutuhan pelanggan dari awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal, dan sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan. Tony, (2011:152).

#### 1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen (yang dilayani) yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Norman mengenai karakteristik pelayanan, yakni sebagai berikut:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi
- b. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi ditempat yang sama. Sutopo, Suryanto (2006:7-8).

Karakteristik tersebut dapat menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang baik. Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (MenegPAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, memberikan pengertian pelayanan publik yaitu “Segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggaraan pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

Menurut Sinambela bahwa “Pelayanan adalah kualitas pelayanan birokrat terhadap masyarakat. Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan

bervariasi mulai dari yang konvensional hingga yang lebih strategis.” Sinambela, (2010:6)

UU RI No.25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik, bahwa : Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang- undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

## 2. Standar Pelayanan Publik

UU RI No.25 Tahun 2009 tertulis bahwa: Standar Pelayanan adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggaraan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur. Maklumat pelayanan merupakan pernyataan tertulis yang berisi keseluruhan rincian kewajiban dan janji yang terdapat dalam standar pelayanan.

Standar penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan atau ditetapkan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Standar pelayanan, sekurang-kurangnya meliputi: a). prosedur pelayanan, b) waktu penyelesaian, c) biaya pelayanan, d) produk pelayanan, e) sarana dan prasarana dan f) kompetensi petugas pemberi pelayanan.

Untuk lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

### a. Prosedur Pelayanan

Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.

b. Waktu Penyelesaian

Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.

c. Biaya Pelayanan

Biaya/tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.

d. Produk Pelayanan

Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

e. Sarana dan Prasarana

Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.

f. Kompetensi Petugas Pemberi Pelayanan

Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan

Menurut Sutopo dan Suryanto bahwa “Standar pelayanan adalah tolak ukur yang dipergunakan untuk acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai komitmen atau janji dari pihak penyedia pelayanan kepada pelanggan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.” Sutopo, (2006:17).

Manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya standar pelayanan menurut Lembaga Administrasi Negara adalah memberikan jaminan kepada masyarakat,



melakukan purnaikan kinerja pelayanan publik dan meningkatkan mutu pelayanan. Sutopo, (2006:17-18).

Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Memberikan jaminan kepada masyarakat bahwa mereka mendapat pelayanan dalam kualitas yang dapat di pertanggung jawabkan, memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan/masyarakat, menjadi alat komunikasi antara pelanggan dengan penyedia pelayanan dalam upaya meningkatkan pelayanan, menjadi alat untuk mengukur kinerja pelayanan serta menjadi alat monitoring dan evaluasi kinerja pelayanan.
- b. Melakukan perbaikan kinerja pelayanan publik. Perbaikan kinerja pelayanan publik mutlak harus dilakukan dikarenakan dalam kehidupan bernegara pelayanan publik menyangkut aspek kehidupan yang sangat luas. Hal ini disebabkan tugas dan fungsi utama pemerintah adalah memberikan dan memfasilitasi berbagai pelayanan publik yang diperlukan oleh masyarakat, mulai dari pelayanan dalam bentuk pengaturan ataupun pelayanan-pelayanan lain dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang pendidikan, kesehatan, utilitas, sosial dan lainnya.
- c. Meningkatkan mutu pelayanan. Adanya standar pelayanan dapat membantu unit-unit penyedia jasa pelayanan untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat pelanggannya. Dalam standar pelayanan ini dapat terlihat jelas dasar hukum, persyaratan pelayanan, prosedur pelayanan, waktu pelayanan, biaya serta proses pengaduan, sehingga petugas pelayanan memahami apa yang seharusnya mereka lakukan dalam memberikan pelayanan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka standar pelayanan menjadi faktor kunci dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan. Menurut Sutopo dan Suryanto “Kriteria-kriteria pelayanan meliputi kesederhanaan, reliabilitas, tanggung jawab dari petugas pelayanan, kecakapan para petugas pelayanan, pendekatan kepada pelanggan, keramahan, komunikasi antara petugas dan pelanggan, kejelasan dan kepastian, kredibilitas, keamanan, mengerti apa yang diharapkan pelanggan, kenyataan, efisiensi dan ekonomis” Sutopo, (2006:18). Untuk lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut :

- a. Kesederhanaan, yaitu bahwa tata cara pelayanan dapat diselenggarakan secara mudah, lancar, cepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan dilaksanakan oleh pelanggan.
- b. Reliabilitas, meliputi konsistensi dari kinerja yang tetap dipertahankan dan menjaga saling ketergantungan antara pelanggan dengan pihak penyedia pelayanan, seperti menjaga keakuratan perhitungan keuangan, teliti dalam pencatatan data dan tepat waktu.
- c. Tanggung jawab dari para petugas pelayanan, yang meliputi pelayanan sesuai dengan urutan waktunya, menghubungi pelanggan secepatnya apabila terjadi sesuatu yang perlu segera diberitahukan
- d. Kecakapan para petugas pelayanan, yaitu bahwa para petugas pelayanan menguasai keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan.
- e. Pendekatan kepada pelanggan dan kemudahan kontak pelanggan dengan petugas. Petugas pelayanan harus mudah dihubungi oleh pelanggan, tetapi juga melalui telepon atau internet. Oleh karena itu, lokasi dari fasilitas dan operasi pelayanan juga harus diperhatikan.

- f. Keramahan, meliputi kesabaran, perhatian dan persahabatan dalam kontak antara petugas pelayanan dan pelanggan.
- g. Keterbukaan, yaitu bahwa pelanggan bisa mengetahui seluruh informasi yang mereka butuhkan secara mudah dan gampang, meliputi informasi mengenai tata cara, persyaratan, waktu penyelesaian, biaya dan lain-lain.
- h. Komunikasi antara petugas dan pelanggan. Komunikasi yang baik dengan pelanggan adalah bahwa pelanggan tetap memperoleh informasi yang berhak diperolehnya dari penyedia pelayanan dalam bahasa yang mereka mengerti.
- i. Kredibilitas, meliputi adanya saling percaya antara pelanggan dan penyedia pelayanan, adanya usaha yang membuat penyedia pelayanan tetap layak dipercayai, adanya kejujuran kepada pelanggan dan kemampuan penyedia pelayanan untuk menjaga pelanggan tetap setia.
- j. Kejelasan dan kepastian, yaitu mengenai tata cara, rincian biaya layanan dan tata cara pembayarannya, jadwal waktu penyelesaian layanan tersebut. Hal ini sangat penting karena pelanggan tidak boleh ragu-ragu terhadap pelayanan yang diberikan.
- k. Keamanan, yaitu usaha untuk memberikan aman dan bebas pada pelanggan dari adanya bahaya, resiko dan keragu-raguan, jaminan keamanan yang perlu kita berikan berupa keamanan fisik, finansial dan kepercayaan pada diri sendiri.
- l. Mengerti apa yang diharapkan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan berusaha mengerti apa saja yang dibutuhkan pelanggan.
- m. Kenyataan, meliputi bukti-bukti atau wujud nyata dari pelayanan, berupa

fasilitas fisik, adanya petugas yang melayani pelanggan, peralatan yang digunakan dalam memberikan pelayanan, kartu pengenalan dan fasilitas penunjang lainnya.

- n. Efisien, yaitu bahwa persyaratan pelayanan hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan.
- o. Ekonomis, yaitu agar pengenaan biaya pelayanan harus ditetapkan secara wajar dengan memperhatikan nilai barang/jasa dan kemampuan pelanggan untuk membayar. Sutopo, (2006:18-21)

Pelayanan merupakan suatu interaksi antara pembeli dan penjual. Pelayanan meliputi berbagai bentuk, supaya bentuk pelayanan tersebut diketahui dan menarik perhatian pelanggan untuk memilikinya, maka pelayanan tersebut perlu ditawarkan kepada pelanggan. Pelayanan yang ditawarkan merupakan “janji” dari pemberi pelayanan kepada pelanggan yang wajib diketahui agar pelanggan puas.

### 3. Pengertian Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Menurut Wijaya bahwa:

“Kualitas diperlukan dalam penyediaan produk atau jasa kepada pelanggan. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga menyebabkan konsumen merasa puas. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan berkualitas (*Service Quality*) kepada pelanggan. Tony, (2011:152).

Menurut Tjiptono bahwa “kualitas jasa adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Wyckof bahwa “Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.” Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Tjiptono, Fandi (1996:59)

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *Expected Service* dan *Perceived Service*. Apabila jasa yang diterima dan dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Kualitas suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama menurut Gronroos yaitu: *Technical Quality*, *Functional Quality* dan *Corporate Image*. Untuk lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

1. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. *Technical Quality* dapat dibagi menjadi:
  - a) *Search Quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum

membeli, misalnya harga.

- b) *Experince Quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa. contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kerapian hasil.
  - c) *Credence Quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa. Misalnya kualitas operasi jantung.
2. *Functional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
  3. *Corporate Image*, yaitu profil, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan. Nasution, (2004:47).

Berdasarkan komponen tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa output jasa dan cara penyampaiannya merupakan faktor-faktor yang dipergunakan dalam menilai kualitas jasa. Oleh karena pelanggan terlibat dalam suatu proses jasa, maka seringkali pembentukan kualitas jasa menjadi sangat kompleks.

Setiap perusahaan memiliki peranan *contact personnel* yang sangat penting dalam menentukan kualitas jasa dan memerlukan *Service Excellence* atau pelayanan yang unggul yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.

Sasaran dan manfaat dari *Service Excellence* menurut Elhaitammy dapat dilihat pada tabel 2.1

**Tabel 2.1 Sasaran dan manfaat *Service Excellence***

<b>Sasaran <i>Service Excellence</i></b>	<b>Manfaat <i>Service Excellence</i></b>		
	<b>Bagi Pelanggan</b>	<b>Bagi Karyawan</b>	<b>Bagi Perusahaan</b>
Memuaskan Pelanggan	Kebutuhan Terpenuhi	Lebih percaya diri	Meningkatkan kesan professional ( <i>corporate image</i> )
Meningkatkan loyalitas pelanggan	Merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik	Ada kepuasan pribadi	Kelangsungan usaha perusahaan terjamin
Meningkatkan penjualan produk dan jasa perusahaan	Merasa dipercaya sebagai mitra bisnis	Menambah ketenangan bekerja	Mendorong masyarakat untuk berhubungan dengan perusahaan
Meningkatkan pendapatan perusahaan	Merasa menemukan perusahaan yang professional	Memupuk semangat untuk meniti karir	Mendorong kemungkinan ekspansi dan meningkatkan laba Perusahaan

*Sumber: Elhaitammy, T. (1990), "Service Excellence: ujung tombak Bank Marketing" Bank dan manajemen, November-Desember P.39*

Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan atau jasa menjadi titik *Excellence* bila ada komponen yang kurang. Untuk mencapai tingkat *Excellence* setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu, di antaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat pelanggan, dan memiliki kemampuan menangani

keluhan pelanggan secara profesional. Dengan demikian upaya mencapai *Excellence* bukanlah pekerjaan yang mudah akan tetapi bila hal ini dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.

#### 4. Konsep kualitas pelayanan

Terdapat lima dimensi kualitas jasa dengan menerapkan konsep kesenjangan yang disebut *Service Quality*. Lima dimensi kualitas menurut Tjiptono, (2004:59) adalah

1. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Ketanggapan atau Kepedulian (*Responsiveness*) adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan pelanggan
3. Jaminan Kepastian (*Assurance*) adalah kompetensi yang sedemikian hingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki staf.
4. Empati (*Empathy*) adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, kemudahan melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual.
5. Berwujud (*Tangible*) adalah wujud kenyataan secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, pegawai dan sarana informasi atau komunikasi.



Selain itu terdapat beberapa dimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas jasa menurut Gasperz yaitu:

“Ketetapan waktu, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, tanggung jawab, dan kelengkapan. Untuk lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

1. Ketepatan waktu pelayanan. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah yang berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi pelayanan, yang berkaitan dengan reliabilitas pelayanan dan bebas kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal, seperti operator telpon, SATPAM, perawat, dll.
4. Tanggung jawab, yang berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan dari pelanggan eksternal.
5. Kelengkapan, menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung, serta pelayanan komplementer lainnya. Tony, (2011:69-69).

### 2.1.1 *Fuzzy Servqual*

Metode *Fuzzy Service Quality (Servqual)* merupakan faktor ketidak presisian telah diakomodasi dalam sebuah penilaian variabel linguistik yang mengadaptasi ketidak presisian data, ambiguitas dan subjektifitas, yang tidak dapat dilakukan dengan model *servqual* biasa. Konsep *fuzzy* digunakan untuk membantu responden memberi nilai yang lebih obyektif, yaitu saat responden memberi nilai baik, maka seberapa baik yang dimaksud responden, apakah baik yang menjurus ke sangat baik atau baik yang menjurus sedang.

Metode ini mendefinisikan kepuasan pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan atas pelayanan yang pelanggan terima. Sudrajad (2010:88)

## 2.2. Kepuasan Pelanggan

Menurut Wijaya bahwa “Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita (perusahaan) untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan.” Sedangkan menurut Soedjas, “Pelanggan adalah fokus dari aktivitas bisnis perusahaan apapun. Dengan demikian, pelanggan adalah orang nomor satu di perusahaan.” Soedjas, (2014:15)

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan. Manajemen perusahaan L.L Bean, Freeport, Maine, memberikan definisi tentang pelanggan yaitu

1. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita (perusahaan), tetapi perusahaan yang tergantung padanya.
2. Pelanggan adalah orang yang membawa perusahaan ke keinginannya.

Menurut Kotler & Susanto bahwa “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.” Kotler, Philip & santoso (1999:52). Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harpan maka pelanggan sangat puas, senang atau gembira.

Kepuasan pelayanan dalam KEPMEMPAN/25/MPAN/2/M.2004 adalah “hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan aparatur penyelenggara pelayanan publik.” Rahmayanti, (2010:96).

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kotler berpendapat bahwa “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.” Nasution (2004:104)

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.

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar.

Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelangganlah yang dapat memberikan nilai kepada mereka, dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya

karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada.

Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

### **2.2.1 Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kuswadi Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh beberapa, yaitu:

- a. Mutu produk atau jasa, Mutu produk atau jasa yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya. Contohnya jaringan listrik PT. PLN (Persero) yang cukup luas dan terjangkau.
- b. Mutu pelayanan, Mutu pelayanan, berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pelanggan yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada yang rusak
- c. Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain. Contohnya bila PT. PLN (Persero) tidak menaikkan tarif listrik maka pelanggan akan memberikan nilai yang baik atau harga yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang disediakan.
- d. Waktu penyerahan, Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun

penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

- e. Keamanan, Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut. Bandu, (2013: 211).

### 2.2.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu “sistem keluhan dan saran, pelanggan bayangan, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan.” Untuk lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

- a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

- b. *Ghost Shopping* (Pelanggan Bayangan)

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk memesan atau bersikap sebagai pelanggan atau calon pembeli produk perusahaan dan pesaing.

- c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu,

tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting karna *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei baik dengan survei pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Tony, (2011:70-71).

### 2.3 Harapan Pelanggan

Konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan, telah tercapai consensus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Menurut Olson dan Dover bahwa “Harapan Pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.” Nasution, (2004:51).

Menurut Rangkut untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi melalui dua komponen antara lain adalah *Desire Service* dan *Adequate Service*, untuk lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

- a. *Desire Service* adalah suatu pelayanan yang diharapkan akan diterima. Berupa tanggapan pelanggan sebelum menerima pelayanan.
- b. *Adequate Service* adalah pelayanan yang cukup dapat diterima berupa tanggapan pelanggan setelah menerima pelayanan. (Ismerisa. 2013).

### 2.4 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Menurut Rahmayanti bahwa “Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Aset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan. Rahmayanti, (2010:5).

Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat diciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan. Tuntutan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik (*service excellence*) tidak dapat dihindari oleh penyelenggara pelayanan jasa. Tuntutan para penerima layanan untuk memperoleh pelayanan yang lebih baik harus disikapi sebagai upaya untuk memberikan kepuasan kepada penerima layanan.

Kepuasan penerima layanan sangat berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan, seperti yang diungkapkan oleh Kotler bahwa “Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian

kebutuhan penerima layanan harus dipenuhi oleh pihak penyelenggara pelayanan agar para penerima layanan tersebut memperoleh kepuasan.

## 2.5 Pengertian Populasi dan *Sample*

### 2.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan MDPL CAMP di Medan yang menjadi populasi diberikan pelayanan sebanyak 50 pelanggan perbulannya.

### 2.5.2 *Sample*

Teori *Sample* dan *Sampling* Penelitian menurut Sugiyono (2011:118-127). *Sample* adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. *Sample* dilakukan jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi.

Teknik *Sampling*, adalah teknik pengambilan *sample*. Untuk menentukan *sample* yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat macam-macam teknik *sampling* yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*:

1. ***Probability Sampling***, adalah teknik pengambilan *sample* yang memberikan peluang yang sama kepada setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *Simple random sampling*, *Proportionate stratified random sampling*, *Disproportionate stratified random sampling*, dan *Sampling area*.



2. **Non Probability Sampling**, adalah teknik pengambilan *sample* yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi *sample*. Teknik *sample* ini meliputi, *Sampling sistematis, Kuota, Insidental, Purposive, Jenuh, Snowball*.

Teori *Sample* dan *Sampling* Penelitian menurut Arikunto (2010:134-185) *sample* adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan *sample* adalah bagian populasi yang hendak diteliti dan mewakili karakteristik populasi. Apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka *sample* yang diambil adalah semuanya, namun apabila populasi penelitian berjumlah lebih dari 100 maka *sample* dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. pengambilan *sample* dalam penelitian dilakukan dengan cara *sample* acak, *sample* berstrata, *sample* wilayah, *sample* proporsi, *sample* kouta, *sample* kelompok, dan *sample* kembar.

1. **Sample Acak** (*Random Sampling*) adalah teknik pengambilan *sample* dengan cara mencampur subjek-subjek tanpa mempertimbangkan tingkatan-tingkatan dalam populasi.
2. **Sample Berstrata** (*Stratified Sampling*) adalah teknik pengambilan *sample* dengan memperhatikan tingkatan-tingkatan dalam populasi.
3. **Sample Wilayah** (*Area Probability Sampling*) adalah teknik pengambilan *sample* dengan memperhatikan area dimana populasi berada.
4. **Sample Proporsi** (*Proportional Sampling*) adalah teknik pengambilan *sample* dengan memperhatikan proporsi dalam *sample* wilayah.

5. **Sample Bertujuan** (*Proporsive Sampling*) adalah teknik pengambilan *sample* didasarkan pada tujuan tertentu dengan memperhatikan ciri-ciri dan karakteristik populasi.
6. **Sample Kouta** (*Qouta Sampling*) adalah teknik pengambilan *sample* berdasarkan jumlah yang telah ditentukan.
7. **Sample Kelompok** (*Cluster Sampling*) adalah teknik pengambilan *sample* berdasarkan kelompok yang telah ditentukan dari anggota populasi.
8. **Sample Kembar** (*Double Sampling*) adalah teknik pengambilan *sample* dengan menggunakan dua *sample* sekaligus sebagai pembanding.

## 2.6. Teori Pengolahan Data

Setelah data terkumpul dan telah diidentifikasi maka selanjutnya data tersebut diolah sesuai dengan tujuan pemecahan masalah. Langkah-langkah pengolahan data meliputi :

### 1) Kuesioner

Mengajukan daftar pertanyaan yang secara langsung diberikan kepada responden yakni pelanggan MDPL CAMP di Medan dengan tujuan mendapatkan data yang dibutuhkan.

Kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup yang berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai keinginan pelanggan, bentuk pelayanan yang diberikan apakah sesuai dengan kenyataan atau tidak.

1. Skala Likert, dimana variabel yang diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan.
  - a. SS : Sangat Setuju diberi bobot 5

- b. S : Setuju diberi bobot 4
  - c. RG : Ragu-ragu atau Netral diberi bobot 3
  - d. TS : Tidak Setuju diberi bobot 2
  - e. STS : Sangat Tidak Setuju diberi bobot 1
2. Kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan MDPL CAMP di Medan.

## 2) Uji Validitas

Uji validitas data ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor jawaban yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total keseluruhan item. Hasil dan korelasi tersebut harus signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu. Uji validitas dilakukan dengan metode korelasi *Product Moment Pearson* yang dibantu dengan program SPSS. Tony Wijaya, (2009:113)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

- Rxy : Korelasi momen tangkar  
N : Jumlah subyek (responden)  
 $\sum X$  : Jumlah X skor (skor butir)  
 $\sum X^2$  : Jumlah skor butir kuadrat  
 $\sum Y$  : Jumlah Y (skor faktor)  
 $\sum Y^2$  : Jumlah skor faktor kuadrat

## 3) Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban atau tanggapan responden terhadap keseluruhan item pertanyaan yang diajukan. Uji validitas

digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur (*instrument*) dapat memperlihatkan kemantapan, stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan instrument tersebut dalam waktu berikutnya dengan kondisi yang tetap.

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiris ditunjukkan oleh koefisien reliabilitas, yang besarnya antara 0,00 hingga 1,00. Jawaban seseorang akan cukup konsisten jika koefisien reliabilitasnya anantara  $0,64 > 0,90$ . Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* yang dibantu dengan program SPSS. Tony Wijaya, (2009:113)

$$r_x = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

$r_x$  : reliabilitas yang dicari

$n$  : jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$  : jumlah varians skor tiap item

$\sigma_t^2$  : varians total

#### 4) Uji regresi Linear

Regresi Linear Berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Dalam bahasa inggris, istilah ini disebut dengan *multiple linear regression*. (Uyanik & Guler, 2013).

Model regresi linear berganda dilukiskan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y : \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e$$

Keterangan:

$Y$  : Variabel terikat atau response.

$X$  : Variabel bebas atau prediktor.

$\alpha$  : Konstanta.

$\beta$  : Slope atau Koefisien estimate.

#### 5) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai Koefisien Determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti variasi variabel *dependent* yang sangat terbatas. Dan nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel *independent* sudah dapat memberi semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependent*. (Nduru et al, 2014).

#### 6) Uji T-Test

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel *independent* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. (Sulistyono & Sulistyowati, 2017).

Adapun yang menjadi kriteria dalam uji statistik t ini ialah :

- Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  sig maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.
- Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  Sig, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya signifikan.

#### 7) Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Uji Signifikansi Simultan (Uji F) bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) secara simultan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). (Sulistyono & Sulistyowati, 2017).

1. df (Pembilang) :  $k - 1$

2. df (Penyebut) :  $n - k$

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah suatu proses berfikir dari menentukan masalah, mengumpulkan data baik melalui buku-buku maupun studi lapangan dan melakukan pengolahan data sampai akhirnya memberi kesimpulan dari masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian yang merupakan data yang berbentuk angka. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan meneliti populasi yang relatif luas dengan cara menentukan jumlah *sample* dari populasi yang diteliti. Metode ini dilakukan dengan cara penyebaran kuisisioner/angket dan dokumentasi. Desain penelitian hubungan ini cukup sederhana karna hanya mengumpulkan skor dua variabel saja yaitu kualitas pelayanan MDPL CAMP dan kepuasan pelanggan kemudian menghitung koefisien korelasinya.

#### **3.1. Tempat dan Waktu Penelitian**

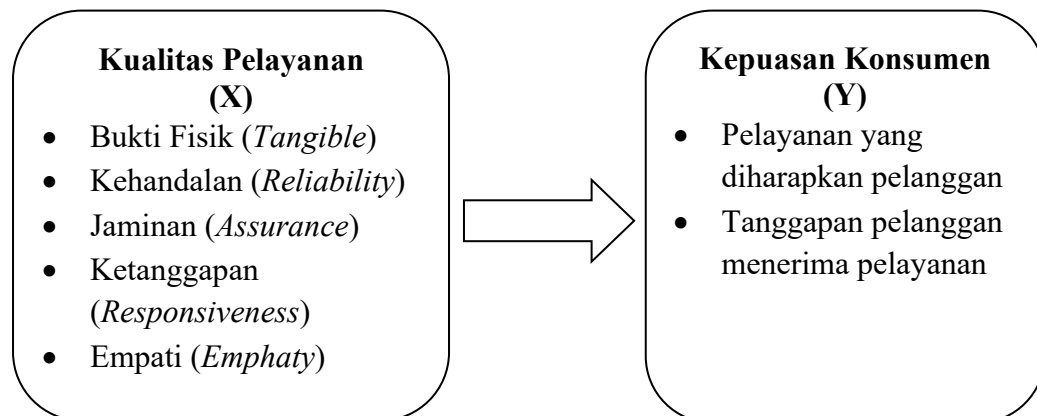
Penelitian ini dilakukan di MDPL CAMP Jasa Sewa Peralatan Camping di Jl. Eka Suka IX No 3 Medan Johor. Maka penelitian dilakukan pada 23 Oktober 2019 s/d 23 Januari 2020 selesai. Dengan syarat dan ketentuan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

**Tabel 3.1. Rencana Penelitian**

No	Kegiatan	Oktober – Januari							
		Minggu Ke							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Persiapan Penelitian	■							
2	Studi Literatur	■	■						
3	Studi Lapangan	■	■	■					
4	Pengumpulan Data	■	■	■	■				
5	Analisa dan Evaluasi			■	■	■			
6	Penyusunan Tugas Akhir						■	■	■

### 3.2. Kerangka Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan MDPL CAMP terhadap kepuasan pelanggan di Medan. Secara empiris kepuasan pelanggan dapat dipahami oleh perusahaan dengan meneliti 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Emphaty* (empati). Secara sistematis, kerangka berpikir dalam penulisan ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Tjiptono, 20016:59

Sumber: Tjiptono & Chandra, 2017:75

### Gambar 3.1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan teori kerangka pikir, sesuai variabel yang terdapat pada gambar

3.1 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tanggapan pelanggan untuk bukti fisik dari jasa pelayanan, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik dari jasa, misalnya kartu kredit plastik.
2. Tanggapan pelanggan untuk kehandalah, yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya alat *rontgen* tidak set mg rusak. (Garvin dalam Krajewski et.al, 2016)
3. Tanggapan pelanggan untuk jaminan yaitu sejauh mana kesesuaian dengan spesifikasi dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan perusahaan. Misalnya standar keamanan dan kualitas barang.
4. Tanggapan pelanggan untuk ketanggapan, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
5. Tanggapan pelanggan untuk empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Parasuraman et. al, (2016)
6. Harapan pelanggan untuk bukti fisik yaitu penampilan fasilitas (*physical facilities*), peralatan personil, dan materi tertulis. *Tangibles* sering digunakan oleh perusahaan jasa untuk memperkuat citra, menyediakan kesinambungan dan menekankan kualitas pada konsumen.
7. Harapan pelanggan untuk kehandalan, mampu melaksanakan janji atas jasa secara tersendiri dan secara teliti. Konsumen akan mengadakan hubungan bisnis dengan perusahaan yang selalu mempertahankan janji. Konsumen



akan selalu mengingat kejadian atau kesalahan yang disebabkan oleh perusahaan tersebut, dan hal ini akan menjadi hambatan untuk disembuhkan atau diperbaiki.

8. Harapan pelanggan untuk jaminan yaitu pengetahuan dan keramah-tamahan karyawan serta kemampuan mereka dalam membantu kepercayaan. *Trust* dan *Confidence* dapat tertanam dalam seseorang yang menghubungkan diri dengan perusahaan.
9. Harapan pelanggan untuk ketanggapan yaitu kesediaan dalam membantu dan melayani konsumen dan menyediakan jasa tanpa tuduhan.
10. Harapan pelanggan untuk empati yaitu peduli, serta memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen. Konsumen selalu menginginkan pengertian dalam hal ini merupakan kunci terpenting suatu perusahaan. Zeithaml, et al. dalam Tjiptono (2018:70).

### 3.3. Instrumen Penelitian

Didalam penelitian dibutuhkan alat-alat yang mendukung serta digunakan yaitu:

1. Melakukan pengamatan secara langsung dan mengajukan sedikit pertanyaan yang terkait dengan kualitas pelayanan MDPL CAMP di Medan.
2. Kuesioner
3. Uji Validitas
4. Uji Reliabilitas

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini maka dilakukan pengumpulan data melalui metode di bawah ini, yaitu:

a) Studi Literatur

Studi ini dilakukan antara lain dengan mengumpulkan data yang bersumber dari literatur–literatur, bahan kuliah, dan hasil penelitian lainnya yang ada hubungannya dengan objek penelitian.

b) Studi Lapangan

Melakukan pengumpulan data yang diperlukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang bersangkutan, baik melalui observasi, dan wawancara.

c) Pengambilan *Sample*

Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*) untuk memilih anggota sampel suatu populasi secara berkala. Pada gilirannya, kesimpulan statistik yang diambil dari analisis sampel akan valid.

Langkah-langkah menentukan sampel dari populasi :

- Populasi di MDPL CAMP sebanyak 150 responden selama 3 bulan
- $150 \times 20\% = 30$  Responden

Langkah-langkah pengambilan *sample* dengan metode acak sederhana:

Berikan nomor pada kertas seperti undian sebanyak 150 sesuai populasi yg sudah di data 1-150, kemudian masukan kertas yang berisi nomor tersebut ke dalam wadah seperti toples, ukuran *sample* yang di perlukan 30 responden. Selanjutnya ambil 30 kertas secara acak, dan dapatlah nomor-nomor responden yang akan disebarkan kuesioner nya.

d) Pengisian Kuesioner

Berdasarkan bentuk pertanyaan dalam angket dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

**1. Pertanyaan terbuka (*open questions*)**

Pertanyaan terbuka ialah suatu pertanyaan dimana responden diberi kebebasan seluas-luasnya untuk menjawab pertanyaan tersebut sesuai dengan bahasa dan logika mereka.

**2. Pertanyaan tertutup (*closed questions*)**

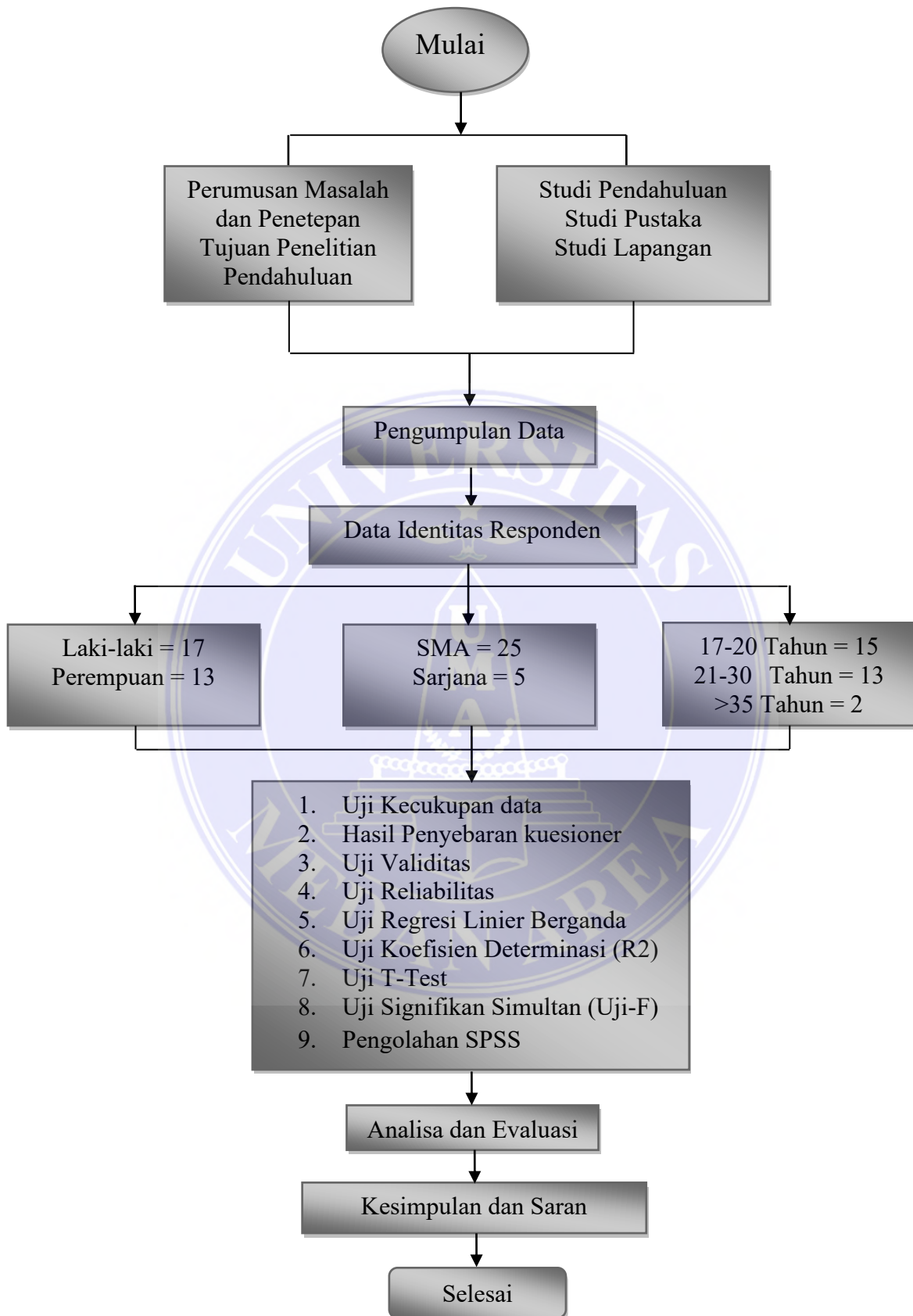
Pertanyaan tertutup ialah kebalikannya dari pertanyaan terbuka, dimana pada pertanyaan tertutup respondennya hanya memiliki “*option*” atau pilihan jawaban yang telah disediakan.

**3.5. Analisa dan Evaluasi**

Analisa menguraikan tentang hasil yang diperoleh dari pengolahan data untuk diterapkan dalam pemecahan masalah pada waktu yang akan datang. Evaluasi Menilai sesuatu yang berhubungan dengan kemajuan, pertumbuhan, perkembangan dalam rangka mencapai suatu tujuan.

**3.6. Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang dilakukan, maka dibuat suatu kesimpulan untuk pembahasan tersebut. Pada bab ini penulis memberikan saran-saran strategi pengembangan pada perusahaan.



Gambar 3.1. *Flow Chart* Pelaksanaan Penelitian Skripsi

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Sebagian besar pelanggan menilai kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *Owner* MDPL CAMP sudah baik. Dari hasil temuan data dan analisis data, dapat disimpulkan :

1. Terdapat hubungan positif pada variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, dapat dilihat dari uji validitas yang menjelaskan tentang bukti fisik yaitu Penampilan *owner* yang rapi saat melayani pelanggan dan pada item Empati yang menjelaskan bahwa *owner* mudah untuk dihubungi pelanggan.
2. Dari korelasi hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif, karena terdapat pengaruh faktor lain diluar penelitian seperti adanya pesaing.

Secara keseluruhan, penelitian ini menggambarkan bahwa kualitas pelayanan sebagai bagian dari perusahaan, mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, baik secara langsung maupun melalui variabel. Namun, pengaruh dari kualitas pelayanan dalam kepuasan pelanggan masih tergolong rendah (dibawah 50%), maka terdapat faktor lain yang lebih mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

## 5.2 Saran

1. Untuk mengatasi antrian ramai dan konsumen yang lama menunggu disarankan untuk menambah karyawan bagi perusahaan.
2. Jika konsumen mengalami kehabisan stok barang sebaiknya perusahaan menambah stok alat camping agar pelanggan tidak ada yang kecewa.
3. Jika konsumen mendapatkan barang yang kurang layak atau rusak disarankan perbaiki barang ataupun peremajaan barang.
4. Memperbaiki kualitas ruang tunggu berupa bangku antrian dan menambah petunjuk toko didepan gang.
5. Menjaga sifat empati ke pelanggan dan selalu ramah ketika melayani pelanggan agar mereka nyaman ketika dilayani di MDPL CAMP.

Novita Br Ginting, S., Irwan, I., & Nurmaidah, N. (2019). Analisa Perhitungan Daya Dukung Pondasi Tiang Pancang Overpass Sei Semayang Sta. 0+350 Pada Proyek Pembangunan Jalan Tol Medan-Binjai. *JOURNAL OF CIVIL ENGINEERING BUILDING AND TRANSPORTATION*, 3(1), 40-48. doi:<https://doi.org/10.31289/jcebt.v3i1.2460>

Sihaloho, B., Hermanto, E., & Nurmaidah, N. (2019). Analisa Stabilitas Bendung Gerak Pada Proyek Pembangunan Bendung Sei Padang D.I. Bajayu Tebing Tinggi Sumatera Utara. *JOURNAL OF CIVIL ENGINEERING BUILDING AND TRANSPORTATION*, 3(1), 49-61. doi:<https://doi.org/10.31289/jcebt.v3i1.2462>

## DAFTAR PUSTAKA

- Bandu, 2016. Faktor – faktor kepuasan pelanggan.
- Ismerisa, 2017. Mengukur tingkat kepuasan pelanggan.
- Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (MenegPAN) Nomor 63/Kep/M.PAN/7/2007. Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan.
- Kotler, Philip & Susanto. 2020. Manajemen Pemasaran Di Indonesia. Salemba Empat. Jakarta.
- Nasution, M Nur. 2016. Manajemen Jasa Terpadu. Ghalia Indonesia. Bogor
- Rahmayanty, Nina. 2017. Manajemen Pelayanan Prima. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Soedjas, Triwibowo. 2016. Layanan Wow untuk Pelanggan. Media Pressindo. Yogyakarta
- Sugiyono. 2018. Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Tony. 2018. Manajemen Kualitas Jasa. Indeks. Jakarta
- Umar, Husein. 2018. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sulistyono & Sulistyowati, W. 2017. “Peramalan Produksi dengan metode regresi linier berganda”. *Prozima*.
- Ndruru, R. E., Situmorang, M., & Tarigan, G. 2019. “Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi hasil produksi padi di deli serdang”, *Saintia matematika*.
- Uyanik, G. K. & Guler, N. 2018. “A study on multiple linear regression analysis”. *Procedia-Social and Behavioral Science*.

## LAMPIRAN

### KUESIONER

#### ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA SEWA PERALATAN CAMPING DI MDPL CAMP

##### I. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Alamat :

##### II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Kuesioner dibawah ini memuat sejumlah pertanyaan. Silahkan anda memberikan tanda (√) pada kotak jawaban yang anda pilih yang menunjukkan besar tingkat persetujuan atau ketidak setujuan anda terhadap pertanyaan tersebut.

##### Keterangan

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

RG = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Seuju



### Variable Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Tangible (Bukti Fisik)</b>						
1	Penampilan <i>owner</i> yang rapi saat melayani pelanggan					
2	Sarana yang di miliki <i>owner</i> lengkap					
3	Kondisi barang yang bersih dan nyaman					
<b>Reliability (kehandalan)</b>						
4	<i>Owner</i> dapat mempromosikan barang baru dengan baik					
5	Handal dalam melayani pelanggan					
6	Kesalahan <i>owner</i> dalam pencatatan segera di cek dan diperbaiki					
<b>Responsiveness (Ketanggapan)</b>						
7	Pelayanan terhadap pelanggan yang cepat					
8	<i>Owner</i> MDPL CAMP yang ramah terhadap pelanggan					
9	Kemauan untuk membantu pelanggan					
<b>Assurance (jaminan)</b>						
10	<i>Owner</i> mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan					
11	<i>Owner</i> mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan.					
12	Pelayanan terhadap antrian teratur					
<b>Empathy (Empati)</b>						
13	Memahami kebutuhan spesifik pelanggan					
14	Memperlakukan pelanggan penuh perhatian.					
15	Mudah dihubungi pelanggan					

### Variable Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pelanggan merasa puas terhadap respon <i>owner</i> yang tanggap dan cepat					
2.	Mutu pelayanan yang baik terhadap pelanggan					
3.	Saya merasa <i>owner</i> dalam melayani pelanggan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti					
4.	Saya merasakan mudah mendapatkan informasi yang jelas					
5.	Saya merasa <i>owner</i> sangat ramah dalam melayani pelanggan					
6.	Saya akan melakukan komplain jika saya merasa tidak puas akan barang yang disewakan MDPL CAMP					
7.	Setelah saya menyewa alat camping di MDPL CAMP saya merekomendasikan kepada orang lain untuk menyewa alat camping ke MDPL CAMP					