

## Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Servqual Dan Uji Hipotesis (Studi Kasus di PT. XYZ)

**Tubagus Hedi Saepudin<sup>\*1</sup>, Nunik Liesniarti<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.

email: <sup>\*1</sup>tubagus.hedi@dsn.ubharajaya.ac.id

### **Abstract**

*This study aims to analyze and provide empirical evidence about the influence of the five variables of service quality in PT. XYZ namely reliability (X1), empathy (X2), responsiveness (X3), tangible (X4), and assurance (X5) have an effect on customer satisfaction in PT. XYZ. Data were collected by using questionnaires, data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results of multiple linear regression analysis that has been done shows that all independent variables consisting of reliability, empathy, responsiveness, tangible, and assurance has a coefficient with a positive coefficient direction. This proves that all independent variables have a positive influence on the dependent variable of customer satisfaction. From the determinant coefficient (R2) obtained amounted to 0.969 this means 96.9% customer satisfaction is influenced by variable reliability, empathy, responsiveness, tangible, and assurance. The rest is affected by other factors that are not explained in the regression obtained in this study. Variable assurance is an independent variable that most influence on the dependent variable is 0.387.*

**Keywords :** *Servqual, Hypotheses, Multiple Linear Regression*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh ke lima variabel dari kualitas pelayanan di PT. XYZ yaitu reliability (X1), empathy (X2), responsiveness (X3), tangible (X4), dan assurance (X5) berpengaruh pada kepuasan pelanggan di PT. XYZ. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner, teknik analisa data

yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari reliability, empathy, responsiveness, tangible, dan assurance memiliki koefisien dengan arah koefisien positif. Hal ini membuktikan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Dari koefisien determinan (R<sup>2</sup>) yang diperoleh sebesar 0,969 hal ini berarti 96,9% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel reliability, empathy, responsiveness, tangible, dan assurance. Selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam regresi yang diperoleh dalam penelitian ini. Variabel assurance merupakan variabel independen yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu 0,387.

**Kata Kunci:** *Servqual, Hipotesis, Regresi Linear Berganda*

### **PENDAHULUAN**

PT. XYZ merupakan salah satu perusahaan bisnis produk di bidang perlengkapan dan peralatan PMI (Palang Merah Indonesia) dan PMR (Palang Merah Remaja), yang menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk para anggota PMI dan PMR seluruh Indonesia. Manajemen PT. XYZ 2 selalu berusaha memberi pelayanan terbaik bagi seluruh pelanggannya, namun pada kenyataannya masih banyak keluhan mengenai ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. XYZ (Amir, 2014).

Setelah dilakukan pengamatan terhadap keluhan pelanggan melalui data selama enam bulan tahun 2015 dan informasi yang diperoleh dari pelanggan yang berkunjung maka diperoleh data sebagai berikut:

Terjadinya keterlambatan pengiriman barang dikarenakan proses pembuatan barang yang di pesan oleh pelanggan tidak sesuai tanggal yang disepakati (Asra & Prasetyo, 2015). Karena sering terjadinya keterlambatan pengiriman barang agar barang cepat terkirim, terkadang produksi tergesa-gesa dalam mengerjakan produk tanpa pengecekan kualitas terlebih dahulu. Dan hasilnya ada beberapa barang *riject* (rusak) yang sampai ke tangan pelanggan (Tjiptono, 2005).

Imbas dari kurangnya ketelitian saat pengiriman barang selain barang yang dikirim rusak, jumlah barang yang dikirim terkadang tidak sesuai dengan jumlah yang di pesan oleh pelanggan (Ghazali, 2013). Kurangnya beberapa pegawai (sales) untuk menjawab semua order yang masuk dari banyaknya pelanggan yang berkunjung, menjadi salah satu faktor penyebab banyaknya pelanggan mengeluh karena tidak adanya respon yang cepat dari pihak sales (Kottler, 2005).

Komunikasi yang baik perlu dilakukan agar pelanggan merasa di perhatikan (orderannya) baik dari progress orderan, dan status orderan tersebut apakah sudah terkirim atau belum. Agar pelanggan tidak merasa dibohongi atau dirugikan. Selama ini banyaknya keluhan dari pelanggan karena kurangnya informasi yang diberikan oleh pegawai (sales) (Jamin, 2014).

## METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu peristiwa, gejala, kejadian yang terjadi saat ini. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual peristiwa adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, menggambarkan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan yang istimewa terhadap suatu peristiwa. Adapun variabel yang diteliti bisa lebih dari satu variabel atau hanya satu variabel.

Studi kasus pada awalnya hanya mempelajari secara intensif seseorang atau kelompok yang dipandang mengalami kasus tertentu. Mendalam, artinya mengungkap semua variabel yang dapat menyebabkan terjadinya kasus tersebut dari berbagai aspek. Studi kasus merupakan penelitian kualitatif. Kelebihan studi kasus dari studi lainnya adalah, dapat menganalisa subjek secara dalam

dan menyeluruh. Akan tetapi kelemahannya sesuai dengan sifat studi kasus bahwa informasi yang diperoleh bersifat subyektif, yang berarti hanya individu yang bersangkutan dan belum tentu dapat digunakan untuk kasus yang sama pada individu yang lainnya, studi kasus dapat menghasilkan hipotesis yang dapat diuji melalui penelitian lebih lanjut. Penelitian survei digunakan untuk pemecahan masalah-masalah. Tujuan utamanya adalah mengelompokkan informasi yang didapatkan mengenai variabel dari kelompok obyek (populasi).

Studi korelasi. Hal ini mempelajari ikatan dua variabel maupun lebih, yakni sejauh apa variasi tersebut dalam satu variabel berhubungan dengan variasi ke dalam variabel lainnya. Derajat hubungan variabel-variabel dinyatakan dalam satu indeks yang dinamakan koefisien korelasi. Koefisien korelasi berguna untuk menguji hipotesis dari suatu hubungan antara variabel atau untuk menyatakan besar-kecilnya hubungan antara kedua variabel. Studi korelasi bertujuan menguji hipotesis, dilakukan dengan cara mengukur sejumlah variabel dan menghitung koefisien korelasi di antara setiap variabel-variabel, agar dapat ditentukan variabel-variabel mana yang berkorelasi.

Untuk mengetahui atribut-atribut pelayanan PT. XYZ, dilakukan observasi dan wawancara terhadap para pelanggan atas 5 dimensi kualitas pelayanan PT. XYZ, yakni : *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Selanjutnya hasil observasi dan wawancara tersebut dengan diperkaya berbagai sumber pustaka yang ada. Langkah selanjutnya adalah menyusun kuesioner sebagai instrumen untuk mendapatkan data primer penelitian. Kuesioner terdiri atas tiga bagian, yakni : 1). Bagian pertama berisi pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan data-data responden. 2). Bagian kedua berkaitan dengan servqual, berisi harapan (*expectation*) dan persepsi (*perception*) responden atas atribut-atribut pelayanan PT. XYZ. 3). Bagian ketiga dengan hipotesis, berisi tentang tanggapan-tanggapan responden atas kondisi positif dan kondisi negatif terhadap atribut-atribut pelayanan PT. XYZ.

Metode pengolahan data dan analisa data dilakukan sebagai berikut: 1). Populasi yang merupakan jumlah dari keseluruhan

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pembahasan dalam penelitian dilakukan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana dalam hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayan secara bersama-sama maupun sendiri memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. XYZ. Hal ini diuraikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil kuesioner

No	Variable	Nilai	Keterangan
1	Reliability	0,252	Dari hasil uji regresi didapatkan nilai koefisien yang bermakna ada pengaruh positif dengan kepuasan konsumen
2	Empathy	0,161	Dari hasil uji regresi didapatkan nilai koefisien yang bermakna ada pengaruh positif dengan kepuasan konsumen
3	Responsiveness	0,199	Dari hasil uji regresi didapatkan nilai koefisien yang bermakna ada pengaruh positif dengan kepuasan konsumen
4	Tangible	0,127	Dari hasil uji regresi didapatkan nilai koefisien yang bermakna ada pengaruh positif dengan kepuasan konsumen
5	Assurance	0,387	Dari hasil uji regresi didapatkan nilai koefisien yang bermakna ada pengaruh positif dengan kepuasan konsumen

Dari hipotesis yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka akan dilakukan dua pengujian untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis tersebut. Hipotesis pertama yang akan diuji, adalah H01: Kualitas pelayanan

obyek yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto, 2000 ). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengunjung PT. XYZ sebanyak 33 pelanggan se JABODETABEK. 2). *Convenience Sampling* Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* yaitu jika subyek yang akan diteliti dipilih berdasarkan subyek yang paling mudah diakses dan kemudahan untuk mendapatkannya. Dengan kata lain sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Mengingat keterbatasan yang dimiliki, seperti yang dipaparkan di atas maka penelitian ini mengambil dari jumlah populasi yang ada yang diharapkan dapat mewakili pelanggan PT. XYZ. Dengan tingkat pengambilan sampel tersebut maka diperkirakan sampel yang akan diambil kurang lebih 30 responden yang ada di PT. XYZ yang dimana diterapkan penambahan informasi-informasi lain dengan memaksimalkan teknik pengumpulan data yang ada. Walaupun jumlah sampel persentasenya sangat kecil dari jumlah populasi, tetapi secara statistik sudah termasuk dalam kategori sampel besar ( $n > 30$ ), dan sudah memenuhi persyaratan pengolahan data. Pemilihan sampel oleh penelitian ini bersifat subyektif, hanya individu yang berkunjung di PT. XYZ. (Yanto, 2015). 3). Menentukan Ukuran Sample Dalam penelitian, mengambil sampel dari jumlah populasi untuk mengambil suatu kesimpulan dari jumlah populasi tersebut dapat menghemat waktu, biaya, dan sumberdaya dalam penelitian. Semakin besar ukuran sampel, maka semakin *representatif* sampel tersebut mewakili populasi sehingga peluang kesalahan semakin kecil. Ada beberapa penentuan ukuran sampel yaitu: ukuran populasi, tingkat kepercayaan, tingkat akurasi atau *error* yang dipilih, jenis penelitian dan analisa yang digunakan. Jumlah sampel yang diambil dari suatu populasi dinyatakan dengan ukuran sampel (notasi yang biasa dipakai  $n$ ), ukuran populasi di notasikan dengan  $N$ . Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menentukan sampel dengan ukuran populasi yang diketahui, dengan rumus Slovin. Rumus ini berlaku untuk tingkat kepercayaan 95% (Yanto, 2015).

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

yang terdiri dari variabel *reliability*, *emphaty*, *responsiveness*, *tangible*, dan *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ. Ha1: Kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *reliability*, *emphaty*, *responsiveness*, *tangible*, dan *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ.

Berdasarkan hasil analisa regresi dengan menggunakan model tersebut, secara simultan terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen (kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan), hal ini dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  yang dihasilkan pada persamaan regresi tersebut. Nilai  $F_{hitung}$  dari persamaan regresi sebesar 183,482 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Jika dibandingkan antara nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  maka diperoleh hasil bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $183,482 > F_{tabel}$  sebesar 2,53. Oleh karenanya hasil yang signifikan ini, membuat penelitian ini berhasil menolak  $H_01$  atau menerima rumusan  $H_1$ .

Hipotesis kedua yang akan diuji, adalah  $H_02$ : Bukti langsung tidak mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan jasa PT. XYZ.  $H_2$ : Bukti langsung mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ.

Berdasarkan hasil analisa regresi, terlihat bahwa ada hubungan yang signifikan secara parsial antara *assurance* ( $X_5$ ) terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada hasil nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,868 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,697. Sedangkan koefisien hubungan antara variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang kuat. Ini terlihat pada hasil koefisien korelasi yang mendekati angka 1 yaitu sebesar 0,387. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *assurance* dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan hasil tersebut, *assurance* paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil yang signifikan ini membuat penelitian ini berhasil menolak  $H_02$  atau menerima  $H_2$ .

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, berdasarkan analisa FMEA, komponen kritis pada sistem plunger tip unit mesin die cast 800 ton adalah plunger tip. Sedangkan

berdasarkan analisa menggunakan metode RCM, sistem perawatan plunger tip adalah dengan cara melakukan pengecekan visual plunger tip, pengecekan kebocoran *cooling*, kebocoran angin *sweeper*, dan pengecekan saluran *lubricant*. Interval waktu kerusakan plunger tip dengan penghitungan MTBF adalah selama 12 jam. Hal ini sangat jauh dengan desain nilai reability yang distandarkan oleh perusahaan yaitu 120 jam. Sehingga reability pemakaian plunger tip pada mesin die cast 800 ton tidak optimal.

Saran untuk penelitian ini diharapkan untuk meningkatkan produktivitas mesin die cast 800 ton, disarankan perusahaan melakukan perawatan yang continue terhadap komponen plunger tip. Dan untuk mengoptimalkan penggunaan plunger tip mesin die cast 800 ton, disarankan agar dilakukan analisa dan perbaikan lanjutan akar masalah penyebab kerusakan plunger tip, agar pemakaian plunger tip sesuai nilai reability normal perusahaan yaitu 120 jam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir. (2014). *Merancang Kuesioner*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Asra dan Prasetyo. (2015). *Pengambilan Sampel*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Fandy Tjiptono. (2005). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Bayumedia Publishing.
- Ghazali. (2013). *Teknik Pengukuran Skala Likert*. Semarang: Fatawa Publishing
- Kottler. Phillip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks.
- Khaerul Fadly Jamin. (2014). *Analisis Sistem Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Restoran Seafood di Kota Makassar*. Makassar: Program Sarjana Universitas Hasanuddin Makassar.
- Supranto. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy., Chandra, Gregorius. (2007). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi II*. Yogyakarta: ANDI.
- Trihendradi Cornelius. (2006). *Statistik Six Sigma dan Minitab*. Yogyakarta: CV Andi Wahana Komputer. 2011. *Pengolahan Data Statistik Penelitian Dengan SPSS 18*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo

Wendy Ardiawan Happy. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Surakarta: Program Sarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Yanto. (2015). *Hipotesis Buku Statistika Inferensi Untuk Penelitian Minitab*. Yogyakarta: Andi Bhayangkara Jakarta Raya

*Tubagus Hedi Saepudin, Nunik Liesniarti*

Submitted: **09/01/2023**; Revised: **09/04/2023**; Accepted: **16/04/2023**; Published: **30/04/2023**