



**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT
NANOM JAKARTA**

Rosento RST, Mohamad Amas Lahat, Jaka Santosa, Afridjal
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Bina
Sarana Informatika Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta
(Naskah diterima: 1 Maret 2021, disetujui: 30 April 2021)

Abstract

Good service can provide an important aspect of understanding the needs and desires of customers needed in order to provide sympathy from customers. The service system needs to be supported by quality service, adequate facilities and manners. Customer satisfaction has a broad view of getting the wants and needs, the need for excellent service is needed so that by serving the desired options according to needs. Services that are applied to PT Nanom Jakarta and currently have been running well so that it can affect service on customer satisfaction, as evidenced by the results of research with a regression line of $Y = 7,456 + 0.829X$ this shows a positive influence between service on customer satisfaction. Based on the calculation of the correlation of 0.847 which shows a very strong between service and customer satisfaction. And based on the calculation of the coefficient of determination, it can be seen that the level of service relationship to customer satisfaction is 72% and the remaining 28% is influenced by other factors such as the level of customer needs for different products and product quality.

Keywords: Service, Customer Satisfaction

Abstrak

Pelayanan yang baik dapat memberikan aspek penting untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dibutuhkan agar dapat memberikan simpati dari pelanggan. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan tata krama. Kepuasan pelanggan memiliki pandangan luas untuk mendapatkan keinginan dan kebutuhan, perlunya dibutuhkan pelayanan yang sangat baik sehingga dengan melayani berbagai pilihan yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan. Pelayanan yang diterapkan pada PT Nanom Jakarta dan saat ini telah berjalan dengan baik sehingga dapat mempengaruhi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, terbukti dari hasil penelitian dengan garis regresi sebesar $Y=7,456+0,829X$ hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan perhitungan korelasi sebesar 0,847 yang menunjukkan sangat kuat antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dan berdasarkan perhitungan koefisien determinasi dapat diketahui tingkat hubungan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 72% dan sisanya

28% dipengaruuh oleh faktor-faktor lain misalnya tingkat kebutuhan pelanggan terhadap produk yang berbeda, dan kualitas produk.

Kata Kunci: Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

I. PENDAHULUAN

Di dalam suatu perusahaan yang memberikan pelayanan di luar dari produk yang mereka jual, disini peranan pelayanan sangatlah di perlukan. Karena di era globalisasi dan persaingan di dalam dunia bisnis yang semakin ketat, kualitas dari produk saja tidaklah cukup, maka di sini peranan dari pelayanan akan menjadi perbedaan dari perusahaan perusahaan lain yang membisniskan usaha yang sama. Pelayanan yang prima serta konsisten sangatlah diperlukan, karena sebagian besar dari para konsumen selain menginginkan produk yang berkualitas mereka juga menginginkan pelayanan yang prima dan konsisten dari para karyawan yang menjualkan produk tersebut. Didalam dunia retail kunci sukses dari sebuah perusahaan selain dari produk yang berkualitas mereka juga amat sangat memperhatikan dari sisi pelayanan. Fungsi dari pelayanan yang prima dan konsisten adalah sebagai usaha yang ditonjolkan oleh sebuah perusahaan selain dari produk yang mereka jual. Di perusahaan besar mereka tidak henti-hentinya dalam mengembangkan dari sisi pelayanan yang di berikan

kepada konsumen, karena perusahaan menyiadari tanpa adanya pengembangan dari sisi pelayanan mereka akan tertinggal dari para pesaing dari perusahaan sejenis. PT Nanom merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang percetakan. Dengan demikian, penulis mengambil gambaran dari masalah di atas bahwa proses pelayanan tidaklah mudah. Karena di butuhkan pengalaman dan kebutuhan khusus yang mampu memberikan pelayanan yang terbaik untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

II. KAJIAN TEORI

2.1. Pelayanan

2.1.1. Pengertian Pelayanan

Menurut Ivancevich, dkk dalam Mukarom (2015:80) “pelayanan adalah produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan”.

Menurut Gronroos dalam Mukarom (2015:80) menyimpulkan bahwa: Pelayanan adalah aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal

lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Dari pengertian di atas, manajemen pelayanan dapat diartikan sebagai proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, pengimplementasikan rencana, mengordainasikan dan menyelesaikan aktivitas-aktivitas pelayanan demi tercapai tujuan pelayanan.

2.1.2. Dasar-Dasar Pelayanan

Menurut Kasmir (2011:11) dasar-dasar pelayanan meliputi:

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal
4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
5. Berbicara dengan Bahasa yang baik dan benar.
6. Bergairah dalam melayani pelanggan dan tunjukkan kemampuannya
7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan
8. Mampu meyakinkan pelanggan serta memberikan kepuasan

9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan
10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani

2.1.3. Dimensi Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012:198) mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok layanan yaitu:

1. Realiabilitas, mencakup dua aspek, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Memenuhi janjinya secara akurat dan andal (misalnya, memberikan layanan sesuai dengan jadwal yang disepakati), menyimpan data (*record*) secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.
2. Responsivitas atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu dan melayani para pelanggan dengan segera. Beberapa contoh diantaranya ketepatan waktu layanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan penyampaian layanan secara tepat.
3. Kompetensi, artinya penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan a-

gar dapat melayani sesuai kebutuhan pelanggan. Termasuk di dalamnya adalah pengetahuan dan keterampilan karyawan kontrak, pengetahuan, dan keterampilan personil dukungan operasional, dan kapabilitas riset organisasi.

4. Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi (contohnya, telepon, surat, email, fax, website, dan seterusnya), jam operasi nyaman.
5. Kesopanan (*Courtesy*), meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak (seperti resepsionis, operator telepon, *bell person*, *teller bank*, dan lain – lain).
6. Komunikasi, artinya menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Termasuk didalamnya adalah penjelasan mengenai jasa/ layanan yang ditawarkan, biaya layanan, *trade-off* antara layanan dan biaya, serta proses penanganan masalah potensi yang mungkin timbul.
7. Kreadibilitas, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kreadibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan (*hard selling versus soft selling approach*).
8. Keamanan (*Security*), yaitu bebas dari baha, resiki atau keraguan – raguan. Termasuk di dalamnya adalah kemanan secara fisik (*physical safety*), keamanan (*financial security*), privasi, kerahasiaan (*confidentiality*).
9. Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal regular.
10. Bukti Fisik (*Tangibel*), meliputi penampilan fisik, peralatan, personel, dan bahan – bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat, dan lain – lain).

2.2. Kepuasan Pelanggan

2.2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa pengertian kepuasan pelanggan dari para ahli. Masing-masing para ahli mendefinsikan kepuasan pelanggan yang berbeda-beda, antar lain sebagai berikut:

Menurut Kotler dalam Majid (2011:50) “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Menurut Nasution dalam Majid (2011: 193) “kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana, yaitu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi”

Menurut Ramhmayanty (2013:3) “pelanggan adalah kunci untuk meraih keuntungan. Tujuan tersebut berupa memaksimalisasi laba dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan pasar dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan sebagainya”.

2.2.2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2012:174) mengungkapkan terdapat lima faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan pelanggan atau dimensi – dimensi kepuasan pelanggan yaitu:

1. Realibilitas (*Realibility*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka dengan segera
3. Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kepuasan karyawan serta kemampuan dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*Tangibel*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/ perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

2.2.3. Jenis – Jenis Pelanggan

Menurut Rahmayanty (2013:23) pelanggan adalah setiap orang, unit atau pihak dengan siapa kita bertransaksi, baik langsung maupun tidak maupun dalam penyediaan produk. Pelanggan dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Pelanggan Internal

Pelanggan Internal adalah orang-orang didalam organisasi yang pelayanannya tergan-

tung pada anda dan hanya memiliki sedikit pilihan atau tidak memiliki pilhan sama sekali untuk menerima pelayanan dari anda. Contoh rekan kerja, bos anda, atau orang – orang departemen lain di dalam organisasi.

2. Pelanggan Eksternal

Pelanggan Eksternal adalah orang–orang di luar organisasi/ perusahaan yang pelayanannya tergantung pada anda dan berbisnis dengan anda karena pilihan mereka sendiri. Pelanggan eksternal setiap industry jelas adalah masyarakat umum yang menerima produk industri tersebut.

2.2.4. Tujuan Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2012:320) menjelaskan bahwa pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan berbagai macam tujuan, diantaranya:

1. Mengidentifikasi keperluan (*requirement*) pelanggan (*importance ratings*), yakni aspek – aspek yang dinilai penting oleh pelanggan dan memengaruhi apakah ia puas atau tidak.
2. Menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja organisasi pada aspek – aspek penting.
3. Membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap organisasi

lain, baik pesaing langsung maupun tidak langsung.

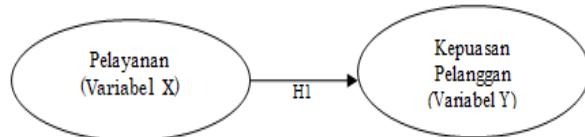
4. Mengidentifikasi FPI (*Priorities For Improvement*) melalui analisis gap antara skor tingkat kepentingan (*importance*) dan kepuasan.
5. Mengukur indeks kepuasan pelanggan yang bisa menjadi indicator andal dalam memantau kemajuan perkembangan dari waktu ke waktu.

III. METODE PENELITIAN

Metodologi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara, penyebaran kuesioner dan studi pustaka.

A. Model Konseptual dan Hipotesis Penelitian

Konsep Kepuasan Pelanggan dan variabel anteseden yang telah dibahas sebelumnya, memberikan pengembangan kerangka berpikir yang terangkum dalam model penelitian berikut ini.



Gambar 1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan model penelitian di atas, tim peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H0 : Tidak ada Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Nanom Jakarta.

H1 : Ada Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Nanom Jakarta.

B. Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki dua variabel (x) Pelayanan dengan indikator : Realibilitas, Daya Tanggap, Kompetensi, Akses, Kesopanan, Komunikasi, Kredibilitas, Keamanan, Kemampuan dan bentuk Fisik (Tjptono, 2012). Sedangkan variabel (y) Kepuasan Pelanggan dengan indikator : Relibitas, Daya tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik (Tjptono, 2012)

C. Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:117), 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. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar

jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 80 responden.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:118) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.

D. Teknik Pengambilan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 80 Responden. Kuesioner diberikan langsung sehingga peneliti dapat memberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian dan cara pengisian kuesioner kepada responden. Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (2015:134) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada

penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Melalui skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator-indikator tersebut dipergunakan untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Tingkatan jawaban dari masing-masing skor untuk tiap item adalah sebagai berikut:

Tabel III.1 : Skala Likert

| Jawaban | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Kurang Setuju | 3 |
| Tidak setuju | 2 |
| Sangat tidak setuju | 1 |

Sumber: Sugiyono (2015:135)

Berdasarkan kuesioner yang penulis sebar ke 80 responden terkumpul hasil kuesioner tersebut untuk dijadikan tolak ukur dalam perhitungan korelasi koefisien dan koefisien determinasi. Untuk mengetahui hasil rekapitulasi jawaban responden, maka dapat dijelaskan pada tabel III.2 sebagai berikut:

Tabel III.2 Hasil Rekapitulasi Kuesioner Pelayanan

| NO | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X6 | X7 | X8 | X9 | X10 | TOTAL |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
| 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 42 |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 45 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 43 |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 42 |
| 7 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 40 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 44 |
| 9 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 43 |
| 11 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 12 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 13 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 14 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 15 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 16 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 45 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |

YAYASAN AKRAB PEKANBARU**Jurnal AKRAB JUARA**

Volume 6 Nomor 2 Edisi Mei 2021 (291-305)

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 48 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 47 |
| 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 44 |
| 24 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 47 |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 26 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 43 |
| 27 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 28 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 29 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 30 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 31 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 32 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 45 |
| 33 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 35 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 45 |
| 36 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 37 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 44 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 45 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 46 |
| 41 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 48 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 44 |
| 44 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 45 |
| 45 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 46 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 47 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 46 |
| 48 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 50 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 53 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 45 |
| 54 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 46 |
| 55 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 45 |
| 56 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 |

YAYASAN AKRAB PEKANBARU
Jurnal AKRAB JUARA
Volume 6 Nomor 2 Edisi Mei 2021 (291-305)

| | | | | | | | | | | | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 58 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 45 |
| 60 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 61 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 62 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 45 |
| 63 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 45 |
| 64 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 45 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 48 |
| 68 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 69 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 42 |
| 72 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 43 |
| 73 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 45 |
| 74 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 42 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 76 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 48 |
| 77 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 42 |
| 78 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 79 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 46 |
| 80 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 45 |
| Total | 357 | 355 | 367 | 356 | 355 | 374 | 347 | 355 | 357 | 372 | 3595 |

Berdasarkan kuesioner yang penulis sebar ke 80 responden terkumpul hasil kuesioner tersebut untuk dijadikan tolak ukur dalam perhitungan korelasi koefisien dan koefisien

determinasi. Untuk mengetahui hasil rekapitulasi jawaban responden, maka dapat dijelaskan pada tabel III.3 sebagai berikut:

Tabel III.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan

| NO | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | Y6 | Y7 | Y8 | Y9 | Y10 | TOTAL |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
| 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 2 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 42 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 44 |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 44 |

YAYASAN AKRAB PEKANBARU**Jurnal AKRAB JUARA**

Volume 6 Nomor 2 Edisi Mei 2021 (291-305)

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 7 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 40 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 43 |
| 9 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 10 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 41 |
| 11 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 45 |
| 12 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 48 |
| 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 42 |
| 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 46 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 47 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 46 |
| 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 46 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 44 |
| 24 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 46 |
| 25 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 26 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 44 |
| 27 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 44 |
| 28 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 45 |
| 29 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 45 |
| 30 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 31 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 33 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 35 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 36 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 37 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 44 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 48 |
| 41 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 47 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 44 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 45 |

YAYASAN AKRAB PEKANBARU
Jurnal AKRAB JUARA
Volume 6 Nomor 2 Edisi Mei 2021 (291-305)

| | | | | | | | | | | | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| 45 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 46 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 47 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 46 |
| 48 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 50 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 51 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 52 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 53 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 54 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 46 |
| 55 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 46 |
| 56 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 57 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 58 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 59 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 60 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 62 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 64 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 49 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 67 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 47 |
| 68 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 71 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 42 |
| 72 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 43 |
| 73 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 74 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 42 |
| 75 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 76 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 77 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 78 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 44 |
| Total | 356 | 352 | 365 | 355 | 357 | 365 | 350 | 351 | 355 | 372 | 3578 |

Sumber: data primer yang diolah

IV. HASIL PENELITIAN

Analisis Variabel Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel III. 4 Uji Koefisien

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|-----------------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | | | |
| 1 (Constant) | 7.456 | 2.651 | | 2.812 | .006 |
| PELAYANAN | .829 | .059 | .847 | 14.075 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: Data SPSS yang diolah

Uji Koefisien Determinasi

Dalam analisis korelasi terdapat satu angka yang disebut dengan Koefisien Determinasi, untuk melihat seberapa jauh tingkat kontribusi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka digunakan Koefisien Determinasi dimana :

$$\begin{aligned}
KD &= r^2 \times 100\% \\
&= 0.847^2 \times 100\% \\
&= 0.717409 \times 100\% \\
&= 71.7409 = 72\% \text{ (dibulatkan)}
\end{aligned}$$

Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 72%

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Nanom Jakarta sebesar 72% dan sisanya 28% dipengaruhi oleh faktor lain.

Ho : Tidak ada pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan secara signifikan

H_1 : Ada pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan secara signifikan

Uji Persamaan Regresi

Analisis regresi digunakan memprediksi seberapa jauh perubahan variabel Y, bila nilai variabel X dimanipulasi atau diubah-ubah, selain itu analisis dapat digunakan untuk pembuktian besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Nanom, dengan menggunakan rumus regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$\begin{aligned}
a &= \frac{(\sum y)(\sum x)^2 - (\sum x)(\sum xy)}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
&= \frac{(3578)(161955) - (3595)(161122)}{80.161955 - (3595)^2} \\
&= \frac{579474990 - 579233590}{12956400 - 12924025} \\
&= \frac{241400}{32375} \\
&= 0,7456 \\
b &= \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{80.161122 - (3595)(3578)}{80.161955 - (3595)^2} \\
 &= \frac{12889760 - 12862910}{12956400 - 12924025} \\
 &= \frac{26850}{32375} \\
 &= 0,829
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, persamaan regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,456 + 0,829X$$

Hal ini menunjukkan bahwa:

$a = 7,456$ artinya jika $X = 0$ atau tanpa ada rekrutmen seleksi maka kinerja sebesar 7,456.

$b = 0,829$ artinya jika X naik 1 angka atau setiap kenaikan pelayanan sebesar 1 maka akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 8,285.

Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Nanom.

Berdasarkan perhitungan persamaan regresi menggunakan SPSS 17 adalah:

Tabel III. 5 Uji Persamaan Regresi

| Model | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 7.456 | 2.651 | | 2.812 | .006 |
| PELAYANAN | .829 | .059 | .847 | 14.075 | .000 |

Sumber : Data SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel III.5 uji persamaan regresi tingkat signifikan sebesar 0.00 $H_1 < 0,05$ maka H_1 diterima, kesimpulannya adalah persamaan regresi signifikan sehingga persamaan regresi yaitu:

Berdasarkan hasil table III.5, hasil persamaan regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,456 + 0,829X$$

Hal ini menunjukkan bahwa $a = 7,456$ artinya jika $X = 0$ atau tanpa pelayanan maka kepuasaan pelanggan sebesar 7,456 $b =$

0,829 artinya jika X naik 1 angka atau setiap kenaikan pelayanan 1 maka akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,829 Dan hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif atau searah antara pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT Nanom Jakarta.

V.KESIMPULAN

Pada bab ini penulis akan menyajikan kesimpulan yang diambil dari seluruh hasil penelitian tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Chatime Cibubur Junction Jakarta, antara lain:

- 1) Pada penelitian ini penulis mengambil populasi 100 responden dan menggunakan rumus slovin dan teknik random sampel dengan tingkat kesalahan 5%. Terdapat 80 sampel yang dijadikan responden pada penelitian ini.
- 2) Dari hasil perhitungan Koefisien Korelasi diperoleh hasil sebesar 0,847 yang menunjukkan bahwa adanya hubungan sangat kuat antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Nanom Jakarta.
- 3) Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi diperoleh hasil sebesar 72% yang menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 72% dan sisanya 28% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain misalnya tingkat kebutuhan pelanggan terhadap produk yang berbeda, citra produk dan kualitas produk.
- 4) Hal ini menunjukkan bahwa $a = 7,456$ artinya jika $X = 0$ atau tanpa pelayanan maka kepuasaan pelanggan sebesar 7,456 $b = 0,829$ artinya jika X naik 1 angka atau setiap kenaikan pelayanan 1 maka akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,829
- 5) Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh pelayanan yang positif atau searah antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Nanom Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Kasmir.2011.Etika Costumer Service. Jakarta: PT Grafindo Persada

Majid, Abdul, Suharto. 2011. Costumer Service Dalam Bisnis Transportasi Jakarta: Kharisma Putra Utama.

Mukarom, Zaenal. 2015. Manajemen Pelayanan Publik.. Bnadung : CV Pustaka Setia

Priyatno, Duwi . 2012. Belajar Cepat oleh Data Statistik dengan SPSS. Yogyakarta : CV Andi

Rahmayanty, Nina. 2013. Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta : Graha Ilmu

Sugiyono. 2015. Statistik Untuk Penelitian Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2012. Service Management Yogyakarta : CV Andi

Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : SV Andi