ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DALAM UPAYA MEMBENTUK KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. RESTU GURU PROMOSINDO CABANG BANJARMASIN

Juliana[1], Hairul[2], Hj. Susila Dewi[3]

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

Email : Juliahamzah17@gmail.com / Telp : 085654729617

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Bagaimana nilai faktor-faktor kualitas pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung dalam upaya membentuk kepuasan pelanggan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin dan (2) Mengetahui faktor kualitas pelayanan mana yang paling dominan membentuk kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan melakukan observasi objek secara langsung, wawancara kepada karyawan, dan membagikan koesioner kepada pelanggan. Objek pada penelitian ini adalah CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin. Populasi penelitian kepada para pelanggan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin dan sampel sebesar 30 responden dengan metode analisis nilai faktor tertimbang atau rata-rata tertimbang.

Hasil penelitian menunjukkan : (1) Faktor-faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelangan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin, (2) Dilihat dari nilai-nilai atau hasil yang diberikan responden terhadap faktor Keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung dapat membentuk kepuasan pelanggan dengan rata-rata tertimbang bernilai <3 (lebih dari tiga) yang artinya secara umum pelayanan sudah memuaskan dan (3) Berdasarkan hasil penelitian pula bahwa faktor empati merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin.

Kata Kunci: Faktor-faktor Kualitas Pelayanan ; Membentuk Kepuasan Pelanggan

---

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) How the value of service quality factors, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy and direct evidence in an effort to shape customer satisfaction in the CV. Restu Guru Promosindo Banjarmasin branch and (2) Knowing which service quality factors are the most dominant form customer satisfaction.

This study uses descriptive qualitative and quantitative research designs by observing objects directly, interviewing employees, and distributing questionnaires to customers. The object of this research is CV. Restu Guru Promosindo Banjarmasin branch. Research population to customers CV. Restu Guru Promosindo Banjarmasin branch and a sample of 30 respondents using the weighted factor value analysis method or the weighted average.

The results showed: (1) Service quality factors significantly influence customer satisfaction CV. Restu Guru Promosindo Banjarmasin branch, (2) Judging from the values or results given by respondents to the factors of Reliability, responsiveness, assurance, empathy and direct evidence can form customer satisfaction with a weighted average value <3 (more than three) which means in general the service is satisfactory and (3) Based on the results of the study also that the factor of empathy is the most dominant factor in shaping customer satisfaction on the CV. Restu Guru Promosindo Banjarmasin branch.

***Keywords** : Service Quality Factors ; Establish Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan dunia usaha yang bertambah pesat, banyak perusahaan percetakan bermunculan. Tentu saja ini menimbulkan persaingan dalam merebut pelanggan semakin bertambah ketat. Masing-masing perusahaan percetakan berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaiknya untuk memuaskan pelanggan. Untuk dapat terus bersaing, perusahaan harus dapat mempertahankan pelanggannya, karena mundur dan maju nya suatu perusahaan ditentukan ada tidaknya pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang loyal terhadap pelayanan perusahaan maka semakin maju pula perusahaan tersebut.

Percetakan (printing) merupakan teknologi atau seni yang memproduksi salinan atau image dengan sangat cepat, seperti kata-kata atau gambar-gambar (image) di atas kertas, kain, dan permukaan-permukaan lainnya. Setiap harinya, milyaran bahan cetak diproduksi, termasuk buku, kalender, beletin, majalah, surat kabar, poster, undangan pernikahan, perangko, kertas dinding, dan bahan kain.ini karena hasil percetakan dapat dengan cepat mengomunikasikan pemikiran dan informasi jutaan orang. Percetakan dianggap sebagai salah satu penemuan yang paling penting dan berpengaruh di dalam sejarah peradaban manusia.

Sejak pertengahan 1400-an hingga awal 1900-an, percetakan merupakan satu-satunya bentuk komunikasi massa. Pendidikan bergantung pada ketersediaan bahan bacaan. Bahkan setelah penemuan-penemuan seperti radio, televisi, dan gambar bergerak, hasil percetakan tetap menjadi sumber informasi utama bagi dunia. Pada masa sekarang ini, percetakan merupakan industri penting di setiap Negara maju di dunia.

Perkembangan ilmu dan teknologi semakin cepat kemajuannya sehingga pada saat ini industri percetakan sudah semakin komplit dan modern. Perusahaan percetakan di Indonesia berkembang dengan pesat, baik dalam skala besar, menengah maupun dalam skala kecil. Perkembangan ini juga terjadi di kota Banjarmasin, dimana terdapat berbagai perusahaan percetakan dalam jumlah yang cukup banyak. Perkembangan jumlah perusahaan percetakan tersebut mengakibatkan semakin tingginya persaingan usaha dibidang tersebut.

CV. Restu Guru Promosindo merupakan salah satu perusahaan percetakan yang telah beroperasi di Kalimantan Selatan sejak 2011 dan telah memiliki beberapa cabang salah satunya di Banjarmasin. Cabang Banjarmasin yang terletak di jalan A. Yani Km.2 No.34 RT.16 Kel. Sungai Baru Banjarmasin Kalimantan Selatan. Banyak perusahaan lain yang juga beroperasi di sekitar perusahaan ini, yaitu beberapa percetakan yang sejenis, minimarket dan toko-toko lainnya.

Secara umum CV. Restu Guru Promosindo melakukan kegiatan produksi yang dibagi menjadi empat divisi, pertama divisi rg promosindo yaitu bagian cetak spanduk, stiker, neon box, oneway. Kedua divisi multigrafika yaitu bagian pembuatan mug, buku, pin, gantungan kunci, id card. Ketiga divisi outdoor yaitu bagian jasa pemasangan baleho, papan nama dan neon box di pinggir jalan. Keempat divisi offset yaitu bagian percetakan brosur, undangan, kalender, kartu nama.

CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin sebagai salah satu dari banyak percetakan di Banjarmasin yang harus menghadapi dinamika persaingan yang ketat dengan percetakan lainnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan, maka semakin penting peranan faktor-faktor kualitas pelayanan untuk membangun Kepuasan pelanggan dan turut menentukan suksesnya suatu perusahaan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar.

Sesuai dengan latar belakang diatas rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah : 1) Bagaimana nilai faktor-faktor kualitas pelayanan yaitu keandalan (realibility), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empaty (empathy), dan bukti langsung (tangibles) dapat membentuk kepuasan pelanggan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin ? 2) Faktor mana yang paling dominan membentuk kepuasan pelanggan ?

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk : 1) Untuk mengetahui faktor-faktor kualitas pelayanan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung dalam upaya membentuk kepuasan pelanggan pada CV Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin. 2) Untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan membentuk kepuasan pelanggan

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan metode pengumpulan data yaitu : 1) Observasi yaitu pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti. 2) Wawancara yaitu tanya jawab secara langsung dengan karyawan. 3) Menggunakan angket / kuesioner, jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan lima kategori jabawan yaitu Sangat setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak setuju (TS), Sangat tidak setuju (STS).

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian membentuk kepuasan pelanggan pada CV. Restu Guru Promosindo Cabang Banjarmasin adalah metode Nilai Faktor Tertimbang

Rumus :

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^{n} x_i w_i}{\sum_{i=1}^{n} w_i}$$

Keterangan:

$\bar{x}$ = rata-rata tertimbang

xi = nilai data ke-*i*

wi = bobot data ke-*i*

n = jumlah data

Untuk menguji penelitian, maka diperlukan penilaian sebagai berikut :

(1) Apabila $\bar{x}$>3, maka secara umum pelayanan sudah memuaskan

(2) Apabila $\bar{x}$<3, maka secara umum pelayanan belum memuaskan

Variabel – variable yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari : 1) Variable terikat yaitu kepuasan pelanggan. Variable ini dinyatakan dengan Y. 2) Variabel bebas terdiri dari Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Langsung. Variabel ini dinyatakan dengan X.

Penulis memberikan suatu definisi operasional variabel penelitian berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler tentang lima faktor atau dimensi kualitas pelayanan yang telah disesuaikan dengan topik penelitian :

(1) Faktor keandalan (reability), dinyakan dengan X1

Yaitu tanggapan pelanggan terhadap kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan dapat dilaksanakan oleh perusahaan, atributnya adalah :

(1.1) Atribut keandalan karyawan (X1.1), yaitu pelanggan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin dalam waktu yang cepat.

(1.2) Atribut profesionalisme karyawan (X1.2), yaitu karyawan mampu memberikan pelayan yang cukup baik kepada pelanggan CV. Restu Guru Promosindo tersebut.

(1.3) Atribut Kemudahan menerima permintaan pelanggan (X1.3), yaitu dalam memberikan pelayanan maka para pelanggan akan dilayani dengan secara mudah tidak bertele-tele.

(2) Faktor Daya Tanggap (responsiveness), dinyatakan dengan X2

Yaitu diketahuinya tanggapan pelanggan terhadap kemampuan perusahaan dalam menghadapi masalah yang timbul, cara penyampaian informasi dan kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap terhadap keinginan yang disampaikan pelanggan, atributnya adalah :

(2.1) Atribut kecepatan dan kecepatan menangani pelanggan (X2.1) yaitu kesiapan personil perusahaan untuk melayani pelanggan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin pada waktu berkunjung.

(2.2) Atribut kesediaan karyawan menangani permintaan pelanggan (X2.2), yaitu karyawan perusahaan segera memberikan tanggapan dalam penyelesaian permintaan pelanggan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggan.

(2.3) Atribut kejelasan informasi dari karyawan (X2.3), yaitu karyawan perusahaan memberikan informasi yang jelas tentang pesanan pelanggan.

(3) Faktor jaminan (Assurance), dinyatakan dengan X3

Yaitu diketahuinya tanggapan pelanggan terhadap pengetahuan dan kecakapan karyawan, ketelitiaan, profesionalisme, kesopanan, para karyawan sehingga memberikan kesan bebas dari bahaya atau keraguan, atributnya adalah :

(3.1) Atribut Keterampilan karyawan (X3.1), yaitu profesionalisme atau keterampilan karyawan dalam melayani pelanggan secara jelas dan dapat dipertanggung jawabkan.

(3.2) Atribut kesopanan (X3.2), yaitu keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

(3.3) Atribut kecakapan / kesabaran (X3.3), yaitu kecakapan kesabaran karyawan untuk melayani pelanggan saat melakukan permintaan desain maupun produk jasa.

(4) Faktor empati (empathy), dinyatakan dengan X4

Yaitu diketahuinya tanggapan pelanggan terhadap pihak perusahaan kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan dapat memecahkan suatu masalah secara tuntas, atributnya adalah :

(4.1) Atribut perhatian (X4.1), yaitu perhatian dan pehaman karyawan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

(4.2) Atribut perhatian khusus (X4.2), yaitu kemampuan karyawan dalam menanggapi permintaan pelanggan

(4.3) Atribut kepedulian (X4.3), yaitu karyawan mau dan berusaha memberikan perhatian kepada pelanggan.

(5) Faktor bukti langsung (tangibles), dinyatakn dengan X5

Yaitu diketahui tanggapan pelanggan terhadap fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana pendukung lainnya, atributnya adalah :

(5.1) Atribut penampilan karyawan yang rapi (X5.1), yaitu kesan pelanggan terhadap penampilan karyawan perusahaan dalam melakukan tugasnya, seperti cara berpakaian yang rapid an bersih.

(5.2) Atribut kebersihan ruang tunggu pelayanan (X5.2), yaitu kebersihan ruang pelayanan ketika karyawan melakukan aktivitas desain grafis / editing maupun customer service.

(5.3) Atribut kenyamanan sarana penunjang (X5.3). yaitu tersedianya sarana penunjang tersebut sehingga memberikan kenyamanan kepada pelanggan ketika melakukan pengaduan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

1) Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisa terhadap data hasil kuesioner yang diperoleh dari responden, merupakan suatu yang penting untuk mengetahui karakteristik yang cenderung tidak sama, ini tentu berpengaruh pada penilaian responden atas atribut-atribut yang dinyatakan dalam kuisioner yang diberikan.

(1) Jenis Kelamin

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
1	Laki-laki	14	46,7%
2	Perempuan	16	53,3%
Total Responden		30	100 %

Sumber : Kuisioner

Dari tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin pelanggan yang menjadi responden pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin adalah 14 responden atau 46,7% laki-laki dan responden perempuan sebanyak 16 responden atau 53,3 %.

(2) Usia Responden

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persen
1	.<20	2	6,7%
2	21-30	11	36,7%
3	31-40	5	16,7%
4	>40	12	40%
Total Responden		30	100 %

Sumber : Kuesioner

Dari table 4 diatas dapat diketahui bahwa pelanggan yang menjadi responden pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin kelompok usia <20 tahun yaitu sebanyak 2 responden atau 6,7 % dari. Usia 21-30 tahun ada 11 responden atau 36,7%. Usia 31-40 tahun ada 5 responden atau 16,7% sedangkan sisanya adalah kelompok usia >40 tahun sebanyak 12 responden atau 40 %.

(3) Tingkat Pendiddikan

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persen

1	SLTP	3	10 %
2	SLTA	16	53,3 %
3	Akademi/Diploma	4	13,3 %
4	S1(Sarjana)	6	20 %
5	Pasca Sarjana	1	3,3%
Total Responden		48	100 %

Sumber : Kuisioner

Dari table 5 di atas diketahui bahwa pelanggan yang menjadi responden pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin adalah pelanggan yang latar belakang pendidikannya SLTP yaitu sebanyak 3 responden atau 10 %, SLTA sebanyak 16 responden atau 53,3 % , akademi / diploma sebanyak 4 responden atau 13,3 %, S1 (Sarjana) sebanyak 6 responden atau 20 % sisanya 1 responden atau 3,3% adalah Pasca Sarjana.

(4) Pekerjaan

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persen
1	Pelajar/Mahasiswa	5	16,7%
2	Ibu Rumah Tangga	2	6,7%
3	Pegawai Swasta	13	43,3
4	Wiraswasta	9	30%
5	Pensiunan	1	3,3%
Total Responden		30	100 %

Sumber : Kuesioner

Dari table 6 di atas diketahui bahwa pelanggan yang menjadi responden pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin adalah pelanggan yang pekerjaannya Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 5 responden atau 16,7 %, Ibu Rumah Tangga sebanyak 2 responden atau 6,7 % , Pegawai Swasta sebanyak 13 responden atau 43,3 %, Wiraswasta sebanyak 9 responden atau 30 % sisanya 1 responden atau 3,3% adalah Pensiunan.

Berdasarkan dari hasil penelitian diperleh deskripsi variabel-variabel yang diteliti yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung adalah sebagai berikut :

(1) Variabel / Faktor Keandalan dalam Menentukan Kepuasan Pelanggan

Variabel keandalan ini terdiri dari tiga atribut yaitu keandalan karyawan, profesionalisme pelayanan dan kemudahan untuk menerima permintaan pelanggan.

Berikut hasil tanggapan responden terhadap atribut keandalan karyawan dalam menangani permintaan pelanggan apakah sudah cukup baik.

Tabel 5
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Keandalan Karyawan Dalam Menangani Permintaan Pelanggan Apakah Sudah Cukup Baik (X1.1)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	3	10%
4	Setuju	16	53,3%

5	Sangat Setuju	11	36,7%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel 7 di atas diketahui bahwa untuk atribut keandalan karyawan dalam menangani permintaan pelanggan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin apakah sudah cukup baik (X1.1) menunjukan 3 responden atau 10% menyatakan netral, 16 responden atau 53,3% menyatakan setuju, 11 responden atau 36,7% menyatakan sangat setuju.

Berikut hasil tanggapan responden atas dasar atribut Profesionalisme Pelayanan yang diberiksn karyawan apakah sudah cukup baik

Tabel 6
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Profesionalisme Pelayanan yang Diberikan Karyawan Apakah Sudah Cukup Baik (X1.2)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	2	6,7%
4	Setuju	15	50%
5	Sangat Setuju	13	43,3%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel 8 di atas diketahui bahwa untuk atribut professional pelayanan yang diberikan karyawan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin (X1.2) apakah sudah cukup baik, menunjukan 2 reponden atau 6,7% menyatakan netral, 15 responden atau 50% menyatakan setuju, 13 responden atau 43,3% menyatakn sangat setuju.

Berikut hasil tanggapan responden atas atribut kemudahan dalam menerima permintaan pelanggan apakah sudah cukup baik

Tabel 7
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kemudahan Dalam Menerima Permintaan Apakah Sudah Cukup Baik (X1.3)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	4	13,3%
4	Setuju	12	40%
5	Sangat Setuju	14	46,7%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuisioner

Berdasarkan tabel 9 di atas diketahui bahwa untuk atribut kemudahan dalam menerima permintaan pelanggan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin (X1.3) apakah sudah cukup baik menunjukan 4 responden atau 13,3% menyatakan netral, 12 responden atau 40% menyatakan setuju, 14 responden atau 46,7% menyatakan sanagat setuju.

(2) Variabel / Faktor Daya Tanggap dalam Menetukan Kepuasan Pelanggan

Variabel daya tanggap ini terdiri dari 3 atribut yaitu kecepatan dan kesigapan karyawan melakukan pelayanan, kesediaan karyawan menanggapi permintaan pelanggan dan kejelasan informasi atas pesanan pelanggan.

Berikut tanggapan responden terhadap atribut apakah kecepatan dan kesigapan melakukan pelayanan di CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin sudah cukup baik

Tabel 8
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kecepatan dan Kesigapan Penanganan Pelanggan Apakah Sudah Cukup Baik (X2.1)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	3	10%
4	Setuju	14	46,7%
5	Sangat Setuju	13	43,3%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner (diolah kembali)

Berdasarkan tabel 10 di atas diketahui bahwa untuk atribut kecepatan dan kesigapan penanganan untuk pelanggan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin (X2.1) apakah sudah cukup baik adalah 3 responden atau 10% menyatakan netral, 14 responden atau 46,7% menyatakan setuju sedangkan sisanya 13 responden atau 43,3% menyatakan sangat setuju.

Berikut tanggapan responden atas atribut kesediaan karyawan dalam menanggapi permintaan-permintaan pelanggan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin apakah sudah cukup baik.

Tabel 9
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kesediaan Karyawan Dalam Menangani Permintaan Pelanggan Apakah Sudah Cukup Baik (X2.2)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	2	6,7%
4	Setuju	17	56,7%
5	Sangat Setuju	11	36,7%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel 11 di atas diketahui bahwa atribut kesediaan karyawan dalam menangani permintaan pelanggan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin (X2.2) apakah sudah cukup baik adalah sebanyak 2 responden atau 6,7% menyatakan netral, sebanyak 17 responden 56,7% menyatakan setuju, sebanyak 11 responden atau 36,7% menyatakan sangat setuju.

Berikut hasil tanggapan responden atas atribut apakah kejelasan informasi pesanan yang diberikan kepada pelanggan sudah cukup baik

Tabel 10
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kejelasan Informasi Pesanan yang diberikan kepada Pelanggan Apakah Sudah Cukup Baik (X2.3)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	2	6,7%
4	Setuju	16	53,4%
5	Sangat Setuju	12	40%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel 12 di atas diketahui bahwa atribut kejelasan informasi pesanan yang diberikan kepada pelanggan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin terhadap apakah sudah cukup baik (X2.3) adalah 2 responden atau 6,7% menyatakan netral, sebanyak 16 responden atau 53,4% menyatakan setuju, sedangkan sisanya 12 responden atau 40% menyatakan sangat setuju.

(3) Variabel / Faktor Jaminan dalam Menetukan Kepuasan Pelanggan

Variabel jaminan ini terdiri dari tiga atribut yaitu keterampilan karyawan menjelaskan produk, keramahan dan kesopanan karyawan, kesabaran karyawan dalam melayani permintaan pelanggan.

Berikut hasil tanggapan responden terhadap atribut keterampilan kaeyawan dalam menjelaskan produk apakah sudah cukup baik

Tabel 11
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Keterampilan Karyawan dalam Menjelaskan Produk Apakah Sudah Cukup Baik (X3.1)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	1	3,3%
4	Setuju	15	50%
5	Sangat Setuju	14	46,7%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel 13 di atas diketahui bahwa untuk atribut keterampilan karyawan dalam menjelaskan produk sudah cukup baik (X3.1) adalah 1 responden atau 3,3% menyatakan netral, sebanyak 15 responden atau 50% menyatakan setuju, sisanya sebanyan 14 responden menyatakan sangat setuju.

Berikut hasil tanggapan responden atas atribut keramahan dan kesopanan karyawan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin sudah cukup baik.

Tabel 12
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Keramahan dan Kesopanan Karyawan Apakah Sudah Cukup Baik (X3.2)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	4	13,3%
4	Setuju	13	43,3%

5	Sangat Setuju	13	43,3%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel 14 di atas diketahui bahwa untuk atribut keramahan dan kesopanan karyawan apakah sudah cukup baik (X3.2) adalah 4 responden atau 13,3% menyatakan netral, 13 responden atau 43,3% menyatakan setuju, sisanya sebanyak 13 responden atau 43,3% menyatakan sangat setuju.

Berdasarkan hasil tanggapan atas atribut kesabaran karyawan melayani permintaan pelanggan apakah sudah cukup baik.

Tabel 13
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kesabaran Karyawan Melayani Permintaan Pelanggan Apakah Sudah Cukup Baik (X3.3)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	2	6,7%
4	Setuju	12	40%
5	Sangat Setuju	16	53,3%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel 15 di atas diketahui bahwa untuk atribut kesabaran karyawan melayani permintaan pelanggan (X3.3) adalah 2 responden atau 6,7% menyatakan netral, sebanyak 12 responden atau 40% menyatakan setuju, sisanya sebanyak 16 responden atau 53,3% menyatakan sangat setuju.

(4) Variabel / Faktor Empati dalam Menentukan Kepuasan Pelanggan

Variabel empati ini terdiri dari tiga atribut yaitu perhatian dan pemahaman karyawan dalam kebutuhan dan keinginan pelanggan, kemampuan karyawan menanggapi permintaan pelanggan, dan kepedulian karyawan pada saat melayani pelanggan apakah sudah cukup baik.

Berikut ini adalah hasil tanggapan responden terhadap atribut perhatian dan pemahaman karyawan dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan apakah sudah cukup baik.

Tabel 14
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Perhatian dan Pemahaman Karyawan dalam Memahami Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Apakah Sudah Cukup Baik (X4.1)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	1	3,3%
4	Setuju	10	33,3%
5	Sangat Setuju	19	63,3%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui bahwa untuk atribut komunikasi yang baik kepada pelanggan (X4.1) adalah 1 responden atau 3,3% menyatakan netral, sebanyak 10 responden atau 33,3% menyatakan setuju, sisanya sebanyak 19 responden atau 63,3% menyatakn sangat setuju.

Berikut hasil tanggapan responden untuk atribut kemampuan karyawan dalam menanggapi permintaan pelanggan apakah sudah cukup baik.

Tabel 15
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kemampuan Karyawan dalam Menanggapi Permintaan Pelanggan (X4.2)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	1	3,3%
4	Setuju	15	50%
5	Sangat Setuju	14	46,7%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdsarkan tabel 17 di atas diketahui bahwa untuk atribut kepedulian karyawan pada saat melayani pelanggan (X4.2) adalah 1 responden atau 3,3% menyatakan netral, sebanyak 15 responden atau 50% menyatakan setuju, sisanya sebanyak 14 responden atau 46,7% menyatakan sangat setuju.

Berikut hasil tanggapan responden atas atribut kepedulian karyawan pada saat melayani karyawan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin apakah sudah cukup baik.

Tabel 16
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kepedulian Karyawan pada saat Melayani Pelanggan Apakah Sudah Cukup Baik (X4.3)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	12	40%
4	Setuju	18	60%
5	Sangat Setuju	30	100%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel 18 di atas diketahui bahwa untuk atribut kepedulian karyawan pada saat melayani pelanggan apakah sudah cukup baik (X4.3) adalah 12 reponden atau 40% menyatakan netral, sebanyak 18 responden atau 60% menyatakan setuju, sisanya sebanyak 18 responden atau 60% menyatakan sangat setuju.

(5) Variabel Bukti Langsung dalam Menetukan Kepuasan Pelanggan

Variabel bukti langsung ini terdiri dari tiga atribut yaitu penampilan kerapian penampilan para personil karyawan, kebersihan ruang pelayanan, kenyamanan fasilitas penunjang.

Berikut hasil tanggapan responden atas atribut kerapian penampilan karyawan perusahaan.

Tabel 17
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kerapian Penampilan Para Personil Karyawan Apakah Sudah Cukup Baik (X5.1)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %

2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	4	13,3%
4	Setuju	11	36,7%
5	Sangat Setuju	15	50%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel 19 di atas diketahui bahwa untuk atribut kerapian penampilan para personil karyawan perusahaan yang melayani pelanggan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin cabang Banjarmasin (X5.1) adalah 4 responden atau 13,3% menyatakan netral, sebanyak 11 responden atau 36,7% menyatakan setuju, sisanya sebanyak 15 responden atau 50% menyatakan sangat setuju.

Berikut hasil tanggapan responden atas atribut kebersihan ruang pelayananan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin apakah sudah cukup baik.

Tabel 18
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kebersihan Ruang Tunggu Pelayanan Apakah Sudah Cukup Baik (X5.2)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	4	13,3%
4	Setuju	12	40%
5	Sangat Setuju	14	46,7%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel 20 di atas diketahui bahwa untuk atribut kebersihan ruang tunggu pelayananan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin apakah sudah cukup baik (X5.2) adalah 4 responden atau 13,3% menyatakan netral, sebanyak 12 responden atau 40% menyatakan setuju, sisanya sebanyak 14 responden atau 46,7 menyatakan sangat setuju

Berikut hasil tanggapan responden atas atribut yang ketiga yaitu telah memberikan kenyamanan pada ruang tunggu dengan fasilitasnya apakah sudah cukup nyaman.

Tabel 19
Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kenyamanan Fasilitas Penunjang Ruang Tunggu Apakah Sudah Cukup Nyaman (X5.3)

No	Tanggapan	Frekuensi	Persen
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	3	10%
4	Setuju	15	50%
5	Sangat Setuju	12	40%
Jumlah		30	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkn tabel 21 di atas diketahui bahwa untuk atribut kenyamanan pada ruang tunggu dengan fasilitasnya apakah sudah cukup nyaman (X5.3) adalah 3 responden atau 10% menyatakan netral, sebanyak 15 reponden atau 50% menyatakan setuju, sisanya 12 responden atau 40% menyatakan sangat setuju.

Setelah semua tabel dari seluruh variabel diketahui langkah berikutnya adalah merekap hasil jawaban responden dalam bentuk tabel rekapitulasi mulai dari variabel faktor keandalan sampai dengan bukti langsung.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa rekapitulasi ini juga akan mempermudah dalam analisa selanjutnya. Karena tanpa adanya rekapitulasi hasil secara keseluruhan akan menghambat proses perhitungan.

Disamping ini juga dapat dibandingkan antara hasil variabel yang satu dengan variabel yang lainnya.

Tabel 20
Rekapitulasi Nilai Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Dalam Membetuk Kepuasan Pelanggan

Kualitas Pelayanan (Y)	Jumlah Jawaban					Total
	5	4	3	2	1	
Keandalan (X1)	38	43	9	0	0	90
Daya Tanggap (X2)	36	47	7	0	0	90
Jaminan (X3)	43	40	7	0	0	90
Empati (X4)	51	37	2	0	0	90
Bukti Langsung (X5)	41	38	11	0	0	90

Sumber data : Diolah oleh Penulis
Keterangan :
4 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Netral
2 = Tidak Setuju
1 = Sangat Tidak Setuju

Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh deskripsi variabel faktor-faktor kualitas yang diteliti yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung adalah sebagai berikut :

1) Keandalan

Tabel 21
Analisis Kepuasan Pelanggan untuk Faktor Keandalan

No	Jawaban	Nilai	Jumlah	Total	Persentase
1	Sangat Setuju	5	38	180	42,2%
2	Setuju	4	43	188	47,8%
3	Netral	3	9	21	10%
4	Tidak setuju	2	0	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		-	90	389	100%
Rata-Rata		-	-	4,32	-

Sumber Data : Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 23 diatas diketahui bahwa nilai bobot total yang diperoleh dari 30 responden yang dijadikan sampel yang dikalikan 3 atribut (X1.1, X1.2, X1.3) adalah 4,32 dengan demikian dapat diketahui rata-rata nilai bobotnya yaitu :

= 389 : 90
= 4,32

2) Daya Tanggap

Tabel 22
Analisis Kepuasan Pelanggan untuk Faktor Daya Tanggap

No	Jawaban	Nilai	Jumlah	Total	Persentase
1	Sangat Setuju	5	36	190	40%
2	Setuju	4	47	172	52,2%
3	Netral	3	7	21	7,8%
4	Tidak setuju	2	0	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		-	90	389	100%
Rata-Rata		-	-	4,32	-

Sumber Data : Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 23 diatas diketahui bahwa nilai bobot total yang diperoleh dari 30 responden adalah 4,32 dengan demikian dapat diketahui rata-rata nilai bobotnya yaitu :

= 389 : 90
= 4,32

3) Jaminan

Tabel 23
Analisis Kepuasan Pelanggan untuk Faktor Jaminan

No	Jawaban	Nilai	Jumlah	Total	Persentase
1	Sangat Setuju	5	43	215	47,8%
2	Setuju	4	40	160	44,4%
3	Netral	3	7	21	7,8
4	Tidak setuju	2	0	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		-	90	396	100%
Rata-Rata		-	-	4,4	-

Sumber Data : Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 23 diatas diketahui bahwa nilai bobot total yang diperoleh dari 30 responden yang dijadikan sampel adalah 4,4 dengan demikian dapat diketahui rata-rata nilai bobotnya yaitu :

= 396 : 90
= 4,4

4) Empati

Tabel 24
Analisis Kepuasan Pelanggan untuk Faktor Empati

No	Jawaban	Nilai	Jumlah	Total	Persentase
1	Sangat Setuju	5	51	255	56,7%
2	Setuju	4	37	148	41,1%
3	Netral	3	2	6	2,2%
4	Tidak setuju	2	0	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%

Jumlah	-	90	409	100%
Rata-Rata	-	-	4,54	-

Sumber Data : Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 23 diatas diketahui bahwa nilai bobot total yang diperoleh dari 30 responden yang dijadikan sampel adalah 4,54 dengan demikian dapat diketahui rata-rata nilai bobotnya yaitu :

= 409 : 90

= 4,54

5) Bukti Langsung

Tabel 25

Analisis Kepuasan Pelanggan untuk variabel Bukti Langsung

No	Jawaban	Nilai	Jumlah	Total	Persentase
1	Sangat Setuju	5	41	205	45,6
2	Setuju	4	38	152	42,2
3	Netral	3	11	33	12,2
4	Tidak setuju	2	0	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		-	90	390	100%
Rata-Rata		-	-	4,3	-

Sumber Data : Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel 27 diatas diketahui bahwa nilai bobot total yang diperoleh dari 30 responden yang dijadikan sampel adalah 4,3 dengan demikian dapat diketahui rata-rata nilai bobotnya yaitu :

= 390 : 90

= 4,3

2. Pembahasan

1) Nilai Faktor-faktor Kualitas Pelayan Membentuk Kepuasan Pelanggan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin

Faktor kualitas terdiri dari faktor keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung. Untuk menguji penelitian, maka diperlukan penilaian sebagai berikut :

(3) Apabila $\bar{x}$>3, maka secara umum pelayanan sudah memuaskan

(4) Apabila $\bar{x}$<3, maka secara umum pelayanan belum memuaskan

Berdasarkan hasil penelitian dan setelah dilakukan perhitungan dari data yang dikumpulkan diketahui bahwa :

(1) Untuk faktor keandalan secara umum responden merasa puas. Hal ini didukung dari jawaban responden setelah dilakukan pembagian koesioner dimana dalam setiap variabel-variabelnya responden rata-rata memberikan jawaban setuju atas keandalan karyawan, dan diketahui dari nilai bobot pada variabel ini adalah sebesar 4,32. Hasil ini merupakan perkalian antara jumlah jawaban responden dikalikan nilai jawaban kemudian dibagikan dengan jumlah total responden. Faktor ini dapat ditingkatkan dengan tetap memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin dengan waktu pelayanan yang seefisien mungkin, menerima permintaa dengan mudah, melakukan pelayanan secara professional sehingga pelanggan merasa puas pada saat melakukan kunjungan,

(2) Untuk faktor daya tanggap secara umum responden merasa puas. Hal ini didukung dari jawaban responden setelah dilakukan pembagian koesioner dimana dalam setiap variabel-variabelnya responden rata-rata memberikan jawaban setuju atas keandalan karyawan dan diketahui dari nilai bobot pada variabel ini adalah sebesar 4,32. Hasil ini merupakan perkalian antara jumlah jawaban responden dikalikan nilai jawaban kemudian dibagikan dengan jumlah total responden. Variabel ini dapat ditingkatkan dengan cara memberikan

pelatihan kepada karyawan tentang jasa dan produk yeng mereka tawarkan dan bagaimana cara melayani pelangan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin dengan baik. Ini ditujukan agar karyawan lebih cakap dan menguasai lebih baik atas pengetahuan jasa dan produk yang mereka tawarkan untuk dapat membantu karyawan dalam menghendel permintaan permintaan maupun keluhan-keluhan yang muncul.

(3) Untuk faktor Jaminan secara umum responden merasa puas. Hal ini didukung dari jawaban responden setelah dilakukan pembagian koesioner dimana dalam setiap variabel-variabelnya responden rata-rata memberikan jawaban setuju atas keandalan karyawan dan diketahui dari nilai bobot pada variabel ini adalah sebesar 4,4. Hasil ini merupakan perkalian antara jumlah jawaban responden dikalikan nilai jawaban kemudian dibagikan dengan jumlah total responden. Variabel ini dapat ditingkatkan dengan memberikan pelatihan bagi karyawannya untuk meningkatkan profesionalisme dalam memberikan pelayanan. Peningkatan kesopanan dan kecakapan atau keterampilan karyawan juga sangat diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

(4) Untuk faktor empati responden secara umum merasa sangat puas Hal ini didukung dari jawaban responden setelah dilakukan pembagian koesioner dimana dalam setiap variabel-variabelnya responden rata-rata memberikan jawaban sangat setuju atas keandalan karyawan dan diketahui dari nilai bobot pada variabel ini adalah sebesar 4,54. Hasil ini merupakan perkalian antara jumlah jawaban responden dikalikan nilai jawaban kemudian dibagikan dengan jumlah total responden. Komunikasi yang baik, kepedulian terhadap saran-saran dari pelanggan, dan perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan akan menciptakan kepuasan yang lebih jika terus ditingkatkan. Dengan terus melakukan komunikasi yang efektif dan konsisten maka perusahaan dapat mengetahui lebih banyak atas keluhan dan permasalahan pelanggan. Selain itu, suatu image bahwa pelanggan adalah partner dari perusahaan merupakan suatu perhatian khusus dapat diberikan kepada pelanggan.

(5) Untuk variabel bukti langsung secara umum merasa puas. Hal ini didukung dari jawaban responden setelah dilakukan pembagian koesioner dimana dalam setiap variabel-variabelnya responden rata-rata memberikan jawaban setuju atas keandalan karyawan dan diketahui dari nilai bobot pada variabel ini adalah sebesar 4,32. Hasil ini merupakan perkalian antara jumlah jawaban responden dikalikan nilai jawaban kemudian dibagikan dengan jumlah total responden. Variabel yang juga tidak boleh diabaikan adalah bukti langsung, yang meliputi fasilitas dan perlengkapan fisik yang digunakan dalam pelayanan jasa, maupun produk yang dihasilkan. Untuk variabel CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin harus lebih meningkatkan kenyamanan ruang pelayanan untuk menambah rasa nyaman dan aman bagi pelanggan yang berkunjung

2) Faktor yang paling Dominan Membentuk Kepuasan Pelanggan

Berikut rangkuman hasil penelitian yang menyatakan bahwa hasil nilai dari faktor-faktor kualitas pelayanan yang membentuk kepuasan pelanggan dimana faktor empati lebih dominan dengan nilai sebesar 409 dari total keseluruhan hasil responden 1.973.

Tabel 26
Rangkuman Hasil Penelitian Beberapa Faktor yang Membentuk Kepuasan Pelanggan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin

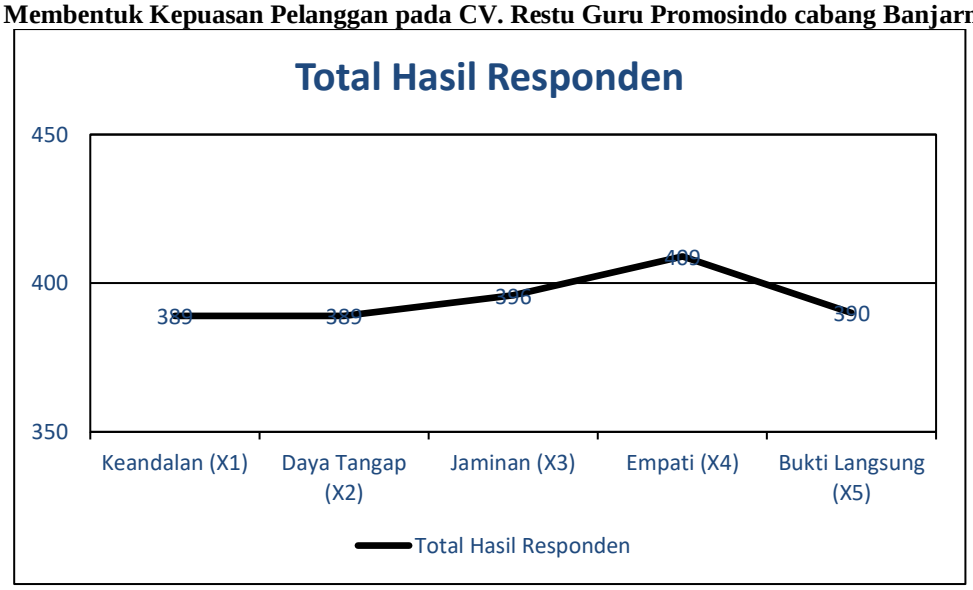
Variabel Terikat	Variabel Bebas	Total Hasil Responden
Kepuasan Pelanggan (Y)	Keandalan (X1)	389
	Daya Tanggap (X2)	389
	Jaminan (X3)	396
	Empati (X4)	409
	Bukti Langsung (X5)	390
Total		1.973

Sumber Data : Diolah oleh penulis

Tabel diatas yang menyatakan faktor keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin ternyata memeang terbukti benar. Hal ini bisa dilihat dari tabel

28 di atas, dengan total hasil responden keandalan (X1) sebesar 389, daya tanggap (X2) sebesar 389, jaminan (X3) sebesar 396, empati (X4) sebesar 409, dan bukti langsung(X5) sebesar 390.

Grafik 1
Grafik Hasil Penelitian Faktor Yang Menyatakan Faktor Empati paling Dominan Membentuk Kepuasan Pelanggan pada CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin



Sumber Data : Diolah oleh penulis

Grafik 1 menyatakan bahwa variable empati merupakan variabel yang paling dominan dalam menciptakan / membentuk kepuasan pelanggan. Ini dapat dilihat dari grafik 1 di atas yang menyatakan jumlah responden sebesar 409 paling besar dibandingkan variable keandalan, daya tanggap, jaminan dan bukti nyata.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Dari pembahasan pada Bab IV dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Sesuai Analisa yaitu faktor-faktor keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung memiliki peran dalam membentuk / menciptakan kepuasan pelanggan CV. Restu Guru Prmosindo cabang Banjarmasin. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan RG Promosindo yang menunjukan keseluruhan nilai hasil resonden yang menyatakan total hasil responden keandalah (X1) sebesar 389 dengan nilai rata-rata bobot 4,32 , daya tanggap (X2) sebesar 389 dengan nilai rata-rata bobot 4,32, jaminan (X3) sebesar 396 dengan nilai bobot 4,4, empati (X4) sebesar 409 dengan nilai rata-rata bobot 4,54, dan bukti langsung (X5) sebesar 390 dengan nilai rata-rata bobot 4,3.
2. Analisa kedua yaitu faktor empati merupakan faktor yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan CV. Restu Guru Promosindo cabang Banjarmasin. Kesimpulan ini berdasarkan atas hasil penelitian yang menyatakan jumlah respon sebesar 409 yang merupakan jumlah hasil respon paling besar dibandingkan variabel lainnya seperti daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung.

2. Saran – saran

Dari hasi penelitian yang dilakukan maka dapat dikemukakan beberapa saran, antara lain :

1 Pihak CV. Restu Guru promosindo hendaknya masih memberikan perhatian yang lebih untuk faktor-faktor keandalan (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy) dan bukti langsung (tangibles) dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan image perusahaan, karena kelima faktor tersebut terbukti memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

2 Faktor empati merupakan faktor yang paling dominan dari keempat faktor lainnya terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu sangatlah penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan imaje jasa yang ditawarkan dan produk yang dihasilka perusahaan nmelalui sikap ramah yang ditampilkan karyawan pada saat melayani pelanggan, melakukan komunikasi yang efefktif

sehingga dapat menyelesaikan permintaan dan permasalahan yang dihada[ipelanggan secara tuntas.

3 Faktor keandalan (reability) juga perlu diperhatikan oleh perusahaan. faktor ini dapat ditingkatkan melalui kemudahan prosedur-prosedur yang harus dipenuhi dalam memperoleh pelayanan, kesesuaian pelayanan berdasarkan antrian, serta terus meningkatkan profesionalisme karyawan mengenai efisien waktu dalam memberikan pelayanan.

4 Faktor daya tanggap (responsiveness). Faktor ini dapat terus ditingkatkan melalui kesiapan karyawan dalam melayani dan menanggapi permintaan pelanggan serta memberikan produk dengan hasil yang baik bagi para pelangan CV. Restu Guru Promosindo.

5 Faktor jaminan (assurance), dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, faktor jaminan juga memberikan kontribusi yang besar. Untuk meningkatkan kepuasasn dari sisi jaminan ini perusahaan dapat melakukan berbagai upaya seperti profesionalisme karyawan, kesopanan maupun kecakapan / keterampilan karyawan dalam memberikan pelayanan juga perlu lebih ditingkatkan.

6 Faktor lainnya yaitu bukti langsung (tangibles). Untuk faktor ini yang perlu diperhatikan adalah penataan ruang pelayanan yang nyaman bagi pelanggan dalam berkunjung, kerapian penampilan para karyawan dalam melayani pelanggan. Selain itu, dituntut juga untuk mempersiapkan perlengkapan pelayanan dengan baik untuk kelancaran kegiatan pelayanan.

REFERENSI

Hadijah, 2014., Analisa Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada GraPARIKios Telkomsel Sei Danau, Skripsi, Universitas Islam Kalimantan, Banjarmasin.

Sugiyono, 2003., Metode Penelitian Bisnis, Edisi ke 5, Alfabeta, Bandung.

Teguh Muhammad, 2001., Metode Penelitian Ekonomi, Edisi ke 2, Rajawali Pers, Jakarta.

Kotler Philip, 2001., Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Selemba Empat, Jakarta.

Umar Husein, 2005,. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, p78.

Tjiptono Fandy, 2001. Strategi Pemasaran, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.

Lukman Samparu, 2002,. Manajemen Kualitas Pelayanan, STIA LAN Pres, Jakarta.

Moenir H. AS, 2002,. Manajemen Pelayanan Umum Indonesia, Edisi ke 6, Bumi Aksara, Jakarta.

Tjiptono Fandy, 2000,. Manajemen Jasa, Andi, Yogyakarta.

Tjiptono Fandy, 2005,. Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Bayu Media Publishing, Malang.

Wahyuni Hana Catur, Sulistiyowati, Khamin Muhammad, 2015,. Pengendalian Kualitas, Graha Ilmu, Siduarjo.