
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PLANET BAN KARAWANG

Oleh

Ikbal Anggara

Program Studi Rekayasa Industri, Universitas Sehati Indonesia

Email: ikbal_anggara@usindo.ac.id

Article History:

Received: 28-06-2024

Revised: 25-06-2024

Accepted: 31-07-2024

Keywords:

Service Quality, House

Of Quality, Quality

Function Deployment

Abstract: *In the era of free market at the moment the consumer is a person or a group of individuals who have an urgent role for the company. Then the auto companies should be able to provide the degree of stratification that meet customer expectations. Based on the research results in partial service quality and customer satisfaction significantly influence customer loyalty that was equal to 39.2% for the variable quality of service and the amount of 27.0% to variable customer satisfaction. In multiple regression test variable quality of service and customer satisfaction together (simultaneous) could be explained by 25.0% variable customer loyalty. While the remaining 75.0% of customer loyalty was influenced by other variables that were not known and were examined in this research. Recommendations for improvement based on QFD is the "process of handling customer complaints were handled directly and immediately "as well as the interrelated relationship existing on the dimensions of reliability attributes "Application of reliable work culture", had a relationship with the three attributes of the column Technical Requirements. So that the researcher suggested to PLANET BAN to do periodical evaluation so the attributes appeared analysis of Customer Requirement Score (CRS) and the Technical Response Score to be managed and supervised in order to become a management priority service to be equipped, repaired, and enhanced continuously*

PENDAHULUAN

Dalam era pasar bebas pada saat ini, konsumen merupakan sosok individu atau kelompok yang mempunyai peran urgent bagi perusahaan. Hal ini disebabkan keberadaan konsumen mempunyai akses terhadap eksistensi produk di pasaran sehingga semua kegiatan perusahaan akan diupayakan untuk bisa memposisikan produk agar dapat diterima oleh konsumen. Menghadapi hal tersebut serta selera yang semakin beragam dan variatif dari konsumen, perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan inovasi dan peka terhadap perubahan dan keinginan pasar.

PT. Surganya Motor dalam hal ini PLANET BAN adalah salah satu group dari kepemilikan perusahaan Indo Prima Gemilang. Planet ban telah berdiri sejak tahun 2010 dengan kantor yang berpusat di daerah Depok. Secara perkembangan PLANET BAN telah membuka 60 toko PLANET BAN di Jabodetabek, 10 toko di Surabaya, 3 toko di Malang, 3 toko di Semarang, 5 toko di Yogyakarta, 2 toko di Solo dan 3 toko di Bali dan untuk dicabang karawang sendiri sebanyak 10 toko. Persaingan tiap perusahaan retail dan atau sejenisnya untuk memuaskan pelanggannya dari sisi *service* semakin ketat, dan tidak dapat dipungkiri bahwa *service* atau pelayanan memegang peranan penting didalam total kepuasan konsumen terhadap penyedia jasa. jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas.

Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

METODE PENELITIAN

Di dalam kerangka berfikir ini penulis merumuskan bahwa penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey yang menggunakan dimensi dari SERVQUAL yang terdiri dari *Reability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsivness*.

Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2009:8) merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sebelum hubungan antar variabel diadakan pengujian, setiap variabel akan diukur dan dijabarkan melalui operasional variabel. Operasional variabel konsep diperlukan untuk menentukan indikator, ukuran serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian. Variabel-variabel dalam penelitian ini bersumber pada kerangka teoritik yang dijadikan dasar penyusunan konsep berfikir yang menggambarkan secara abstrak suatu gejala sosial, variasi nilai dari konsep disebut variabel dalam setiap penelitian selalu didefinisikan atau dibatasi pengertiannya secara operasional.

Data yang digunakan penulis dalam penelitian ini dikumpulkan melalui pengumpulan data primer dan data sekunder.

1. Data Primer adalah data yang diperoleh seara langsung oleh dari objek penelitian yang berupa tanggapan, saran, kritik, pertanyaan serta penilaian.
2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku, majalah ilmiah dan literature lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2009:115) menyatakan bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *customer*/pelanggan dari PLANET BAN.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti subjeknya kurang dari 100

maka diambil semua sehingga penelitiannya merupakan populasi. Jika subjeknya besar, maka 10% - 15% atau 20 - 25 % atau lebih tergantung kemampuan penelitian. Yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari keseluruhan pelanggan pengguna jasa di PLANET BAN.

Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *non probability sampling*, karena populasi yang diteliti infinite (populasi yang jumlah identitas anggota dari populasi tidak diketahui) selain itu penulis juga menggunakan pengambilan secara *Accidental Sampling (Convenience sampling)*. Alasan penulis menggunakan teknik sampling tersebut adalah peneliti hanya akan meneliti dan mengambil data berdasarkan responden yang datang pada saat dilakukan kegiatan penelitian secara langsung, sehingga apabila mempergunakan teknik sampling yang lain dikhawatirkan tidak akan pas dan sesuai karena berdasarkan keterangan yang penulis himpun sementara dari kepala toko PLANET BAN tidak diketahui jumlah yang pasti berapa *customer* yang menggunakan jasa dan berkunjung ke PLANET BAN.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan adalah kegiatan yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang akan digunakan dalam penelitiannya, data-data yang diambil oleh peneliti adalah data Studi Kepustakaan (*Library Research*), Wawancara (*Interview*), Observasi dan Angket (Kuisisioner).

Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dengan menggunakan metode kuantitatif, diharapkan akan didapatkan hasil pengukuran yang lebih akurat tentang respon yang diberikan oleh responden, sehingga data yang berbentuk angka tersebut dapat diolah dengan menggunakan metode statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan seluruh variabel dengan kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidak-nya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05
2. Derajat kebebasan ($df = n - 2 = 100 - 2 = 98$, didapat r tabel = 0,197 (nilai r tabel untuk $n=100$).
3. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pernyataan atau pertanyaan atau indikator tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2006).

Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian seluruh instrument pernyataan yang diwakili 1-12 pernyataan pada tabel 4.37 maka didapat hasil r

hitung sebagai berikut, dari $P1 = 0.604$, $P2 = 0.529$, $P3 = 0.559$, $P4 = 0.625$, $P5 = 0.392$, $P6 = 0.522$, $P7 = 0.500$, $P8 = 0.523$, $P9 = 0.367$, $P10 = 0.502$, $P11 = 0.373$, $P12 = 0.512$.

Variabel Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian seluruh instrument pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan yang diwakili 1-5 pernyataan pada

tabel 4.38 maka didapat hasil r hitung sebagai berikut, dari $P1 = 0.642$, $P2 = 0.649$, $P3 = 0.628$,

$P4 = 0.590$, $P5 = 0.678$.

Variabel Loyalitas Pelanggan

Dari hasil pengujian variabel loyalitas pelanggan, maka ditemukan hasil pengujian validitas variabel loyalitas pelanggan yang diwakili pernyataan nomor 1 – 5 pada tabel 4.39 sebagai berikut, dari $P1 = 0.586$, $P2 = 0.608$, $P3$

$= 0.749$, $P4 = 0.575$, $P5 = 0.562$.

Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas mengacu pada pendapat Sugiyono (2012:62) di mana apabila nilai *cronbach's alpha* > 0.600 , maka data pengujian memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Variabel Kualitas Pelayanan

Dari hasil pengolahan data maka ditemukan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $0.704 > 0.600$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel kualitas pelayanan telah reliabel dan dapat digunakan pada tahap selanjutnya.

Variabel Kepuasan Pelanggan

Dari hasil pengolahan data maka ditemukan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai $0.628 > 0.600$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan telah reliabel dan dapat digunakan pada tahap selanjutnya.

Variabel Loyalitas Pelanggan

Dari hasil pengolahan data maka ditemukan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel loyalitas pelanggan memiliki nilai $0.869 > 0.600$.

Uji Linieritas

Dari dua pengujian pada *Output* Uji linieritas dengan melihat bentuk pengaruh variabel bebas dan variabel terikat menghasilkan output nilai signifikansi $0,696$ nilai variabel loyalitas pelanggan (Y) dan kualitas pelayanan ($X1$) serta $0,559$ untuk nilai loyalitas pelanggan (Y) dan kepuasan pelanggan ($X2$). sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk masing masing pengaruh tersebut lebih besar dari alpha 5% atau $0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa linearitas terpenuhi.

Uji Multikolieritas

Hasil pengujian *Output* Uji Multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF di bawah 10 dan tolerance di atas 0,1. Hal ini berarti disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti variabel bebas dapat digunakan sebagai variabel independen sebagai prediktor yang independen.

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan perhitungan SPSS pada *Coefficients(a)* memperlihatkan bahwa

nilai *Constant* 4.000, kualitas pelayanan (X1) 0.255 dan kepuasan pelanggan (X2) 0.240, maka analisis regresi berganda dapat dirumuskan seperti berikut ini :

$$Y = 4.000 + 0.255 X1 + 0.240 (X2) + e$$

Variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kecenderungan kesetiaan pelanggan atau loyalitas pelanggan (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0.255, yang artinya jika faktor kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0.225 atau 22.5 %.

Pada variabel kepuasan pelanggan (X2) juga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kecenderungan kesetiaan pelanggan atau loyalitas pelanggan (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0.240, yang artinya jika faktor kepuasan pelanggan meningkat sebesar 1 satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0.240 atau 24.0 %.

Uji t

Berdasarkan hasil analisis pada *Output* SPSS Uji t dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki tingkat signifikan sebesar 0.000. Ini berarti nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari nilai alpha

0.05 atau ($0.000 < 0.05$). Maka disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0.392 atau sebesar 39.2 %. Dan berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.44 *Output* SPSS Uji t dapat diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan (X2) memiliki tingkat signifikan sebesar 0.003. Ini berarti nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari nilai alpha 0.05 atau ($0.003 < 0.05$). Maka disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0.270 atau 27.0 %.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Pada *Output* SPSS Koefisien Determinasi (R²) *Model Summary* menunjukkan nilai R square yang diperoleh sebesar 0.250. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama dapat menjelaskan sebesar 25.0 % variabel loyalitas. Sedangkan sisanya yaitu 75.0 % loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diketahui dan tidak diteliti pada penelitian ini.

Analisis Quality Function Deployment Dengan House Of Quality Customers Requirements

Dari hasil penyabaran dapat dilihat bahwa tingkat kepentingan pelanggan terhadap kualitas jasa pelayanan Planet Ban dari jawaban responden yang sering muncul yaitu 4 (baik) dengan distribusi 12 atribut bernilai 4. 'Berarti semua atribut dalam kuesioner tingkat kualitas pelayanan dianggap penting bagi peningkatan kualitas jasa pelayanan Planet Ban.

Sales Point (Titik Penjualan)

Berdasarkan hasil wawancara bahwa ada 10 atribut bernilai 1,5 dan 2 atribut yang mempunyai nilai 1,2. Sehingga bisa diartikan bahwa keseluruhan atribut memberikan pengaruh baik besar maupun kecil terhadap kualitas pelayanan Planet Ban.

Analisis Customers Requirements Score

Dari hasil perhitungan dapat diurutkan atribut dari nilai tertinggi ke nilai terendah. Semakin tinggi nilai *Customer Requirement Score* berarti semakin penting dan semakin butuh perhatian untuk perbaikan kualitas jasa dan fasilitas untuk pelanggan. Dari data di atas didapatkan nilai 6,90% dan 8,62% Dari 12 atribut yang ada terdapat 10 atribut yang

memiliki prosentase tertinggi yaitu bernilai 8,62%, diantaranya adalah: nyaman dengan fasilitas ruang tunggu, pemberian proses pelayanan yang cepat, kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan dan seterusnya. Serta Terdapat 2 atribut yang memiliki prosentase 6,90% yaitu, ketelitian karyawan (mekanik) ketika mengganti ban dan karyawan selalu dengan cepat melayani pelanggan.

Respon Teknis (*Technical Response*)

Tujuan dari *Technical Response* ini adalah memenuhi persyaratan pelanggan, untuk itu pihak Planet Ban harus mengusahakan spesifikasi kinerja tertentu. *Technical Response* diperoleh dengan melakukan wawancara dengan pihak manajemen Planet Ban yang diwakili oleh kepala toko, terdapat 25 respon teknis.

Hubungan *Customer Requirements* dan *Technical Response* (*Relationship*)

Dari analisis hubungan *Customer Requirements* dan *Technical Response* yang diperlihatkan pada gambar 1 HOQ, diperoleh hasil bahwa terdapat 36 hubungan antara *Customer Requirements* dengan *Technical Response*. Dari 36 hubungan yang ada, terdapat 21 hubungan yang bersimbol lingkaran atau bernilai 9, yang berarti bahwa ada 21 item

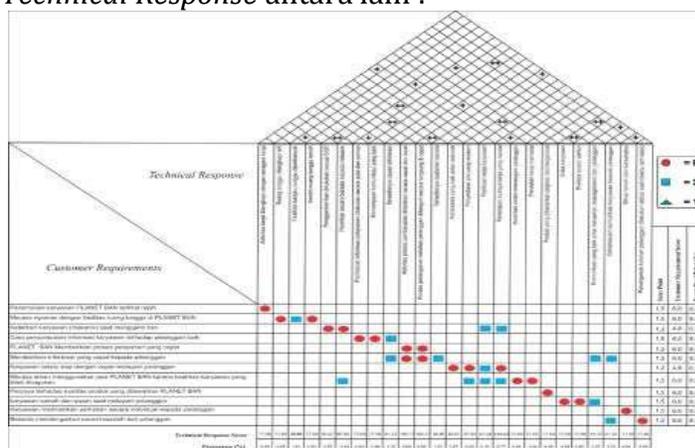
Technical Response yang dilakukan Planet Ban telah menjawab *Customer Requirements* dari pelanggan. Terdapat 15 hubungan medium (saling mendukung) antara *Customer Requirements* dengan *Technical Response* yang dilakukan pihak Planet Ban yang bersimbol persegi/kotak atau bernilai 3.

Technical Response Score

Dan dari perhitungan bahwa atribut “Proses penanganan keluhan pelanggan ditangani secara langsung & cepat” dengan nilai 9,68% dan atribut “Aktivitas proses pembayaran dilakukan secara cepat dan tepat” merupakan nilai terbesar yang berarti atribut ini dianggap paling penting untuk mendapat perhatian lebih dan untuk ditindaklanjuti kemudian. Selanjutnya atribut “Penerapan budaya kerja yang handal” yang mempunyai prosentase 6,77%, kemudian atribut “Pelatihan secara berkala kepada mekanik” yang mempunyai prosentase 5,48% dan seterusnya seperti dapat dilihat pada gambar

Korelasi Teknis (*Technical Correlation*)

Berdasarkan gambar yang disajikan pada Gambar di bawah menjelaskan hubungan antara respon teknis satu dengan respon teknis lainnya, hubungan teknis kuat atau positif dalam *Technical Response* antara lain :



Gambar 1. House of Quality

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 39,2% untuk variabel kualitas pelayanan dan sebesar 27,0% untuk variabel kepuasan pelanggan. Pada uji regresi berganda variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama (simultan) dapat menjelaskan sebesar 25.0% variabel loyalitas pelanggan. Sedangkan sisanya yaitu 75.0% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diketahui dan tidak diteliti pada penelitian ini.

Rekomendasi perbaikan berdasarkan metode QFD adalah “proses penanganan keluhan pelanggan ditangani secara langsung dan cepat” serta hubungan saling berkaitan ada pada dimensi Reliability pada atribut “Penerapan budaya kerja yang handal”, mempunyai hubungan dengan 3 atribut yang ada pada kolom Technical Requirements. Maka penulis menyarankan pada PLANET BAN untuk melakukan evaluasi secara berkala sehingga atribut-atribut yang muncul pada analisis customer requirement score (CRS) dan Technical Response Score agar dapat terkelola dan terawasi guna menjadi prioritas manajemen layanan untuk dilengkapi, diperbaiki, dan ditingkatkan kualitasnya secara terus menerus.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta Bandung 2012.
- [2] Wahyu, Dorothea, *Manajemen Kualitas*, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 1999.
- [3] Wignjosubroto, Sritomo, *Pengantar Teknik & Manajemen Industri*, Guna Widya, 2006.
- [4] Gaspers, Vincent. (2001). *Total Quality Management*, Edisi Ke-1. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- [5] Triyono, Suryo, “*Analisis Pengaruh Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali*”, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta. 2009.
- [7] Pratama Sari, Vita, “*Analisis TOTAL QUALITY SERVICE Dengan Penerapan QUALITY FUNGTION DEPLOYMENT (Studi Pada PDAM Kota Surakarta)*”, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010
- [8] Dea Puspita, Arinta, “*Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Dengan metode Servqual (Service Quality) Dan Qfd (Quality Function Deployment) (Studi Kasus Di Prime Chicken)*”, Jurusan Teknologi Industri Pertanian - Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya, 2009.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN