



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA CV ADR GRUP TOUR DAN TRAVEL
BATUSANGKAR**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.1)
Pada Jurusan Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar*

Oleh:

Indah Afriza Yanti
NIM :1730404039

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BATUSANGKAR
2022 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Afriza Yanti

NIM : 1730404039

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. ADR GRUP TOUR DAN TRAVEL BATUSANGKAR”** adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 14 februari 2022

Yang membuat pernyataan



Indah Afriza Yanti

NIM. 1730404039


PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulis Skripsi atas nama **Indah Afriza Yanti**, NIM. 1730404039 dengan judul: "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. ADR GROUP TOUR DAN TRAVEL BATUSANGKAR", memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat di setujui untuk di lanjutkan ke sidang *munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 28 Januari 2022

Ketua Jurusan
Manajemen Bisnis Syariah,


Mirawati, MA. Ek
NIP. 198601012015032004

Pembimbing,


Khairul Marlin, SE., M. Kom MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Batusangkar

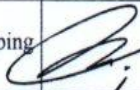
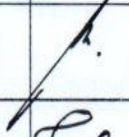
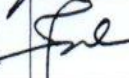


Dr. H. Rizal, M.Ag. CRP
NIP.197310072002121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Indah Afriza Yanti, NIM: 1730404039 judul: **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. ADR GRUP TOUR DAN TRAVEL BATUSANGKAR"** telah diuji dalam Ujian Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar yang dilaksanakan tanggal 10 Februari 2022.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1.	Khairul Marlin, S.E., M. Kom.,MM 201801011027	Ketua / pembimbing		14/02/2022
2.	Dr. H. Rizal, M. Ag., CRP 19731007 200212 1 001	Anggota/ Penguji I		14/2/2022
3.	Dr. Nofrivul, SE., MM 19670624 200312 1 001	Anggota/ Penguji II		14/2/22

Batusangkar, Februari 2022
Mengetahui,
Dekan Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. H. Rizal, M. Ag., CRP
NIP. 19731007 200212 1 001

ABSTRAK

INDAH AFRIZA YANTI, NIM 1730404039 dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV ADR Grup Tour Dan Travel”** Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu adanya keterlambatan penjemputan sewa dari jadwal keberangkatan seharusnya, ketidakramahan karyawan dalam melayani pelanggan, serta keterlambatan pengantaran pelanggan kerumah dari kantor travel membuat pelanggan menjadi tidak nyaman yang pada akhirnya menimbulkan masalah bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV ADR Grup Tour Dan Travel Batusangkar.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu *field research* dengan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 83 orang, dengan metode sampel yakni metode *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 83 orang responden pada CV ADR Grup Tour Dan Travel Batusangkar. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan program SPSS versi 22.00 *for windows*.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini berdasarkan uji t yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV ADR Grup Tour Dan Travel Batusangkar.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	7
G. Defenisi Operasional	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Kepuasan Pelanggan	9
2. Kualitas Pelayanan.....	13
3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	23
B. Penelitian Yang Relevan	25
C. Kerangka Berfikir	28
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	29
C. Populasi Dan Sampel.....	29
D. Instrumen Penelitian.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran Umum CV ADR Grup Tour Dan Travel Batusangkar	37

B. Hasil Penelitian Dan Pembahasan	37
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas	40
3. Uji Asumsi Klasik.....	42
4. Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	43
5. Uji Hipotesis	44
C. Pembahasan	46
BAB V PENUTUP	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran	48
DAFTAR KEPUSTAKAAN	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rancangan Waktu Penelitian	29
Tabel 3. 2 Skor Penilaian Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 3. 3 KISI-KISI KUESIONER	31
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	38
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	39
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	40
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	41
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Linearitas	43
Tabel 4. 7 Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Hipotesis dengan Uji t	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Manfaat Kepuasan Pelanggan	12
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir.....	28

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan akan transportasi saat ini sangat beragam khususnya pada jasa travel. Hal ini tentunya membuat para pengusaha berlomba-lomba untuk memberi yang terbaik untuk pelanggannya, dimana para penyedia jasa transportasi bersaing dalam mendapatkan loyalitas dari pelanggan agar mereka bersedia menggunakan jasa yang telah disediakan secara terus menerus. Kemajuan dunia transportasi pada era globalisasi sekarang ini membuat jarak, batas waktu dan jarak antar kota bukanlah sesuatu hambatan yang begitu besar. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan yang diberikan oleh pesaing.

Perusahaan jasa transportasi berharap agar loyalitas dari pelanggan tinggi karena semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan pada perusahaan maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan pendapatan yang meningkat, dan konsumen yang loyal tersebut akan menggunakan jasa transportasi perusahaan secara berulang. Selain itu, konsumen yang memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan juga akan merekomendasikan jasa transportasi tersebut kepada orang lain tanpa disuruh oleh pihak perusahaan dan mengajak orang lain untuk menjadi konsumen dari perusahaan itu tersebut, dengan kata lain perusahaan tidak perlu melakukan promosi yang berlebihan untuk mendapatkan konsumen karena pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi telah membantu perusahaan untuk mempromosikan jasanya.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan kembali dan lebih memilih produk atau jasa layanan dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku beralih. (Kotler dan Keller, 2016:153)

Kepuasan pelanggan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja dibawah harapan maka konsumen tidak puas, sebaliknya bila kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas dan konsumen akan sangat puas jika kinerjanya melebihi harapan. Kepuasan konsumen berarti bahwa kinerja barang atau jasa sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. (Kotler, 2011).

Kualitas layanan perusahaan sangatlah dibutuhkan untuk menjaga kepuasan pelanggannya, terlebih pada masa sekarang semakin banyaknya persaingan yang ketat membuat perusahaan harus menciptakan pelayanan yang benar-benar berkualitas sehingga tidak kalah dengan pesaing lainnya. Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelanggan tentunya memiliki harapan yang besar terhadap layanan yang akan diberikan oleh perusahaan, jika layanan yang diberikan dapat melebihi harapan maka dapat dikatakan kualitas layanan perusahaan tersebut baik. Dan jika layanan yang diberikan tidak dapat melebihi harapan maka dapat dikatakan kualitas layanan perusahaan tersebut buruk. (Hartono, 2017:178)

Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Adapun kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Lupiyoadi, 2011).

Pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak akan berpaling pada perusahaan yang lain. Adapun faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan harus dimiliki dalam sebuah perusahaan jasa sebagai berikut : kecepatan, ketepatan, keamanan, keramah tamahan, kenyamanan. (Lupiyodi, 2010)

Menurut Kotler dan Keller (2016:52) berdasarkan model kualitas pelayanan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

diantaranya : kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, wujud atau penampilan.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dan dalam jangka panjang ikatan ini akan memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan kurang menyenangkan. Kualitas pelayanan perusahaan sangatlah dibutuhkan untuk menjaga kepuasan pelanggannya, terlebih pada masa sekarang semakin banyaknya persaingan yang ketat membuat perusahaan harus menciptakan pelayanan yang benar-benar berkualitas sehingga tidak kalah dengan pesaing lainnya. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Pelanggan tentunya memiliki harapan yang besar terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan, jika layanan yang diberikan dapat melebihi harapan maka dapat dikatakan kualitas layanan perusahaan tersebut baik. Dan jika sebaliknya layanan yang diberikan perusahaan tidak dapat melebihi harapan maka dapat dikatakan kualitas pelayanan perusahaan tersebut buruk. (Hartono, 2017:178).

Hasil penelitian Agung Kresnamurti Rivai P, (2019) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna gojek online grab, variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna transportasi ojek online grab, variabel citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna transportasi ojek online grab.

Adapun saat ini banyak sekali usaha yang berhubungan dengan kualitas pelayanan seperti dalam bidang jasa transportasi khususnya di Kota Batusangkar. Akan tetapi sangat sedikit yang dapat memberikan standar

kualitas pelayanan yang baik, pelayanan yang buruk seperti ketidak ramahan karyawan dalam melayani. Pelanggan serta mobil yang umur ekonomisnya sudah habis akan tetapi masih tetap dioperasikan, membuat pelanggan menjadi tidak nyaman yang pada akhirnya apabila dibiarkan akan menimbulkan masalah yang besar bagi perusahaan. Selain kualitas pelayanan yang buruk, praktek pencaloan karcis ataupun agen marak terjadi karena biasanya agen atau calo karcis memungut biaya tambahan kepada pelanggan (sumbar.bps.go.id).

Salah satu jasa transportasi antar kota yaitu CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar merupakan salah satu badan usaha yang mengkonsentrasikan salah satu bidang usahanya di sektor industri jasa transportasi. CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar yang berlokasi di jalan raya Batusangkar Simpang Empat Lampu Merah Sigarungguang. Rute yang ditempuh yaitu Batusangkar - Padang, Batusangkar – Pekanbaru, dan Batusangkar – Bandara. Berdasarkan wawancara dengan pemilik CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar Ibu Ria Passelia keberangkatan mobil setiap harinya sebanyak 15 unit/harinya, artinya dalam sehari lebih kurang 105 orang menggunakan armada dari perusahaan tersebut. Mayoritas penumpang adalah mahasiswa dan orang yang hendak ke bandara BIM, karena selain menyediakan jasa travel CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar juga menyediakan pemesanan tiket pesawat dan melayani check in online yang terhubung langsung dengan pihak bandara (wawancara prapenelitian, 13 february 2021).

Sebelumnya peneliti mencoba mewawancarai beberapa orang penumpang yang pernah menaiki travel dari ADR Grup tentang bagaimana kualitas pelayanan pada CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar apakah kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan tersebut atau bahkan bertolak belakang dengan apa yang diharapkan oleh konsumen atau penumpang dari CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar itu sendiri. Dari wawancara dengan beberapa orang diantaranya, Deded Nofrizal (seorang mahasiswa) menyebutkan bahwa “kualitas pelayanan di CV

ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar itu baik hanya saja keterlambatan dalam penjemputan sewa yang membuat kecewa, penjemputan tidak sesuai jadwal keberangkatan yang tertulis, dan respon operator yang kadang kurang mengenakan dalam melakukan transaksi pemesanan” (wawancara prapenelitian, 7 maret 2021). Ibu Alusmawati (guru) mengatakan hal yang sama dengan saudara Deded Nofrizal dan beberapa orang lainnya yang sempat diwawancarai menyebutkan dan mengeluhkan keramahan supir yang mengemudi (Wawancara Prapenelitian, 8 Maret 2021). Dari sini dapat kita lihat adanya keluhan- keluhan yang dapat menimbulkan menurunnya angka penumpang pada CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar.

Setiap pelanggan mempunyai persepsi yang berbeda mengenai kualitas pelayanan yang merupakan terbentuknya sikap dan evaluasi keseluruhan terhadap kinerja dalam jangka panjang, tetapi persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan tidak mengharuskan pelanggan menggunkan produk/jasa dari sebuah perusahaan tersebut terlebih dulu sebelum memberikan penilaian. Maka ada empat alasan mengapa kualitas pelayanan harus bermutu yaitu pelayanan adalah tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan. Persaingan yang semakin tajam, pemahaman yang semakin baik pada pelanggan dan pelayanan menanamkan kepuasan.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitive. Sistem pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, karena sistem pelayanan merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan.

Berdasarkan dari uraian diatas, maka hal ini yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan memilih judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV ADR GRUP TOUR DAN TRAVEL BATUSANGKAR”**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adanya kekecewaan pelanggan terhadap ketepatan waktu keberangkatan dari jadwal.
2. Adanya jawaban operator atau admin yang kurang menyenangkan saat menerima pemesanan melalui telfon.
3. Adanya keterlambatan dalam pengantaran penumpang dari kantor travel.
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar

D. Rumusan Masalah

Dengan melihat hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka penulis ingin mengetahui hal-hal yang berkaitannya dengan pelanggan yang diberlakukan perusahaan terhadap konsumen atau pelanggannya oleh karena itu penulis merumuskan masalah sebagai berikut bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, yang menjadi tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar

F. Manfaat dan Luaran Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoris

- 1) Bagi penulis, merupakan sarana untuk mempraktikan teori-teori yang didapat selama masa perkuliahan, dan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri Batusangkar.
- 2) Bagi pembaca, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan referensi, menambah pengetahuan, menjadi sumber informasi, dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

b. Secara Praktis

- 1) Bagi CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar, Sebagai bahan informasi dan masukan bagi CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar untuk lebih memahami sejauh mana peranan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada perusahaan tersebut.

2. Luaran penelitian

Luaran penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar dapat diterbitkan dalam jurnal ilmiah dan bisa menambah bahan bacaan pada perpustakaan IAIN Batusangkar.

G. Defenisi Operasional

Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian pelanggan tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. (Zainal, Djaelani, Basalamah, Yusran dan Veidhzal, 2017:180). Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana kualitas yang dirasakan pelanggan dalam hal kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik dari pelayanan yang diberikan oleh CV. ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Kotler (2014:150). Kepuasan pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan dan loyalitas yang timbul akibat adanya pelayanan yang baik dan nilai yang benar benar dialami melebihi harapan pelanggan setelah menggunakan jasa dari CV. ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Defenisi kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014:150) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Apabila kinerja produk atau jasa tidak sesuai dengan harapan konsumen dan bila harapan yang diterapkan terlalu rendah maka pelanggan atau konsumen akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika pelayanan sesuai dengan yang diharapkan maka pelanggan atau konsumen akan merasa puas.

Menurut Tjiptono (2014 :353) kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu “*satis*” yang berarti cukup baik atau memadai dan “*facio*” yang berarti melakukan atau membuat. Menurut oliver, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap surprise yang melekat pada pemerolehan produk atau jasa dalam pengalaman transaksi.

Menurut Tse & Wilton mendefenisikan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian dan pelayanan actual produk/jasa yang dipersepsikan setelah pemakaian bersangkutan.

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan atau konsumen adalah penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang di harapkan.

b. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Perusahaan perlu mengukur kepuasan pelanggan guna melihat umpan balik maupun masukan yang dapat diambil oleh perusahaan untuk keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2014) ada enam konsep dalam pengukuran kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*)

Dalam konsep ini, cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu dengan menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa suatu perusahaan. Penilaiannya meliputi mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan bersangkutan serta membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan pesaing.

2) Dimensi kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan diukur dengan empat langkah. Pertama mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, memintak pelanggan menilai produk/jasa perusahaan. Ketiga, memintak pelanggan menilai produk/jasa perusahaan pesaing dengan item yang sama. Dan keempat, memintak para pelanggan untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.

3) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*)

Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian atau harapan pelanggan dengan pelayanan perusahaan.

4) Nilai beli ulang (*repurchase intention*)

Dalam konsep ini, caranya adalah dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk/jasa perusahaan kembali.

5) Kesiediaan untuk merekomendasikan (*willingness to recommend*)

Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada teman-teman atau keluarga menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti dalam kasus pembelian produk/jasa yang pembelian ulangnya relative lama.

6) Ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*)

Ketidakpuasan pelanggan meliputi complaint, return atau pembatalan transaksi.

c. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

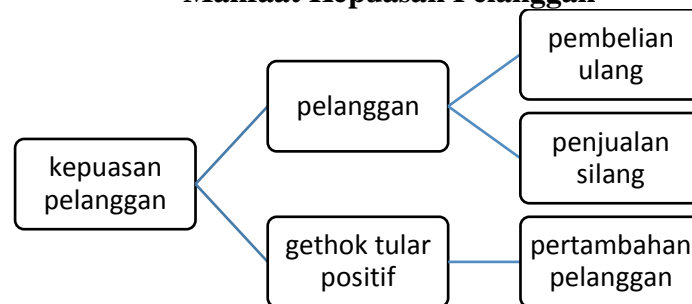
Teknik pengukuran kepuasan pelanggan yang sering digunakan yaitu dengan metode survey. Dengan metode ini perusahaan dapat memperoleh tanggapan dan umpan balik dari pelanggan.

- 1) *Directly reported satisfaction* yaitu pengukuran kepuasan pelanggan secara langsung dengan menanyakan tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk/jasa.
- 2) *Deriver dissatisfaction* yaitu dengan menanyakan langsung kepada responden antara harapan dengan kenyataan terhadap produk/jasa.
- 3) *Problem analysis* yaitu dengan memintak responden untuk menuliskan masalah-masalah yang dihadapi dan menulis saran untuk perbaikan-perbaikan.
- 4) *Importance/performance analysis/performance ratings* yaitu dengan memintak responden untuk merangking elemen-elemen berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan tingkat pelayanan perusahaan dalam masing-masing elemen.

d. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Candra (2012, p, 57) secara garis besar, kepuasan pelanggan memiliki dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan penyebaran dari mulut ke mulut.

Gambar 2. 1
Manfaat Kepuasan Pelanggan



Sumber: Tjiptono dan Candra (2012, p, 57)

e. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut sugiarto (dalam lupiyoadi, 2010) berpendapat bahwa pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak akan berpaling pada perusahaan yang lain. Berikut yang harus ada dan dimiliki oleh perusahaan jasa:

1) Kecepatan

Kecepatan adalah waktu yang digunakan dalam melayani konsumen atau pelanggan minimal sama dengan batas waktu standar pelayanan yang ditentukan perusahaan.

2) Ketepatan

Kecepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak tidak menjamin kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, ketepatan sangatlah penting dalam pelayanan.

3) Keamanan

Dalam melayani para konsumen diharapkan perusahaan dapat memberikan perasaan aman untuk menggunakan produk atau jasa.

4) Keramah tamahan

Dalam melayani pelanggan, karyawan perusahaan dituntut untuk mempunyai sikap sopan dan ramah. Oleh karena itu, keramah tamahan sangat penting apalagi pada perusahaan jasa.

5) Kenyamanan

Rasa nyaman akan timbul jika seorang merasa diterima apa adanya. Dengan demikian perusahaan harus mampu memberikan rasa nyaman pada konsumen.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian kualitas

Kualitas mengandung banyak pengertian, menurut Kamus Bahasa Indonesia, kualitas berarti tingkat baik buruknya sesuatu. Pengertian kualitas menurut Fandy Tjiptono(2014:24) adalah kesesuaian dengan persyaratan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan dan kecatatan, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu dengan benar, sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan. Menurut Kotler definisi kualitas adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan tetap dalam batas memenuhi standar pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan serta harus dilakukan secara terus menerus. (Panjaitan, 2016:266).

b. Pengertian pelayanan

Pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Sedangkan menurut Lovelock, *servis* adalah produk yang tidak berwujud, berlangsung sebentar dan dapat dirasakan atau dialami. Artinya *servis* merupakan produk yang tidak ada wujud atau bentuknya sehingga tidak ada bentuk yang dapat dimiliki, dan berlangsung sesaat atau tidak tahan lama, tetapi dapat dialami dan dapat dirasakan oleh penerima layanan.

Menurut Moenir definisi dari konsep pelayanan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia berusaha, baik aktivitas sendiri maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Aktivitas disini adalah suatu proses penggunaan akal, pikiran, panca indra dan anggota badan dan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang atau jasa. Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain inilah yang dinamakan pelayanan. Proses yang dimaksud dalam pengertian pelayanan adalah pengertian proses terbatas dalam kegiatan manajemen dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu pelayanan yang dimaksud adalah rangkaian organisasi manajemen. Meskipun demikian dalam arti luas proses menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan.

Dalam hal ini, akan dibahas lebih lanjut mengenai pelayanan public atau pelayanan umum. Defenisi pelayanan public berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.81 Tahun 1993 yang kemudian disempurnakan dengan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003 sebagai berikut:

Pelayanan publik adalah segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah pusat, daerah, dan lingkungan Badan Usaha Milik Daerah, atau Badan Usaha Milik Negara dalam bentuk barang dan jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Selanjutnya, berdasarkan keputusan Menpam No. 63/2004, yang dimaksud dengan hakikat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Dalam keputusan tersebut untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pengguna jasa, penyelenggara pelayanan harus memenuhi asas-asas pelayanan sebagai berikut:

- 1) **Transparansi:** bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- 2) **Akuntabilitas:** dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 3) **Kondisional:** sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang teguh pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
- 4) **Partisipatif:** mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan public dengan memberikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
- 5) **Kesamaan Hak:** tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan, suku, ras, agama, golongan, gender, atau status ekonomi.
- 6) **Keseimbangan Hak dan Kewajiban:** pemberi dan penerima pelayanan public harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Pelayanan juga merupakan proses bantuan dan cara pemberian layanan (melayani) yang dilakukan kepada orang lain atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi. Jadi pelayanan adalah merupakan aktivitas yang dilakukan dengan cara tertentu dalam rangka memberikan rasa kepuasan yang memerlukan kepekaan hubungan interpersonal untuk menumbuhkan kepercayaan sehingga penggunaan jasa akan merasa diperhatikan dan dipuaskan kebutuhannya.

c. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2011) kualitas adalah keseluruhan fitur-fitur dan karakteristik-karakteristik suatu produk atau layanan yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhannya.

Jasa/layanan (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik. (Kotler dan Keller, 2016:36)

Defenisi kualitas menurut tjiptono (2011) adalah pengertian kualitas terdiri dari beberapa aspek diantaranya:

- 1) Kesesuaian dengan kecocokan/tuntutan
- 2) Kecocokan untuk pemakaian
- 3) Perbaikan, penyempurnaan berkelanjutan
- 4) Bebas dari kerusakan/kecacatan
- 5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat
- 6) Melakukan segala sesuatu secara benar dengan semenjak awal
- 7) Sesuai dengan yang membahagiakan pelanggan

Menurut Tjiptono (2010) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan ideal. Demikian juga sebaliknya apabila kualitas pelayanan jasa yang dipersepsikan negative atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Tjiptono & Chandra (2012) berpendapat bahwa kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan

Kualitas pelayanan perusahaan diuji pada setiap pelaksanaan layanan. Jika personal membosankan tidak dapat menjawab pertanyaan

sederhana, atau saling berkunjung kepersonal lain sementara pelanggan menunggu, pelanggan akan berfikir dua kali untuk melakukan lagi dengan penjual itu (Kotler dan Keller, 2016:50)

Terdapat lima indikator dalam kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut (Oktariansyah, 2017: 50):

- 1) Kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 2) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kemauan atau respon untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 3) Jaminan (*assurances*) yaitu kepastian, pengetahuan, kemampuan, dan kesopansantunan para pegawai dari suatu perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen yaitu komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- 4) Empati (*emphy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.
- 5) Bukti fisik (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

Menurut lupiyoadi (2013) dalam rangka menghasilkan suatu pelayanan yang berkualitas suatu perusahaan diharapkan dapat mengukur pelayanan yang ditelaah diberikan kepada pelanggannya dengan skala pengukuran yang telah dihasilkan dari penelitian orang sebelumnya.

Adapun Ciri-ciri atau atribut yang menentukan kualitas pelayanan adalah:

- 1) Ketepatan waktu pelayanan, yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses.
- 2) Akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan.
- 3) Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.
- 4) Kemudahan mendapatkan pelayanan.
- 5) Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, dan Atribut pendukung pelayanan lainnya.

Zetham, menyatakan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua factor utama, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Pada dasarnya sebuah pelayanan terhadap konsumen tergantung dari latar belakang karyawan itu sendiri maka supaya pelayanan menjadi sebuah berkualitas dan memiliki keseragaman, kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standar yang diinginkan perusahaan. Goets dan Davis menjelaskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, layanan, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan harapan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan sebaliknya jika jasa yang diterima buruk maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik atau tidaknya jasa tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memnuhi harapan konsumen secara konsisten.

Pelayanan adalah suatu hal yang sangat penting karena dengan pelayanan yang baik akan menciptakan simpati akan menimbulkan

kepercayaan sehingga pemasaran akan lebih lancar. Bahkan bisa menarik konsumen yang lebih loyal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa berpusat pada pemenuhan dan keinginan konsumen untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen itu sendiri.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*.

Kualitas pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh pelanggan. Interaksi strategi pelayanan, system pelayanan dan sumber daya manusia serta pelanggan akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Oleh karena itu perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik, maka Tjiptonomenerangkan strategi kualitas pelayanan sebagai berikut:

- 1) Atribut layanan pelanggan, yaitu bahwa penyampaian jasa harus tepat waktu, akurat dengan perhatian dan keramahan.
- 2) Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu penerapan program dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini merupakan pemahaman dan penerapan suatu system yang responsive terhadap pelanggan dan organisasi guna mencapai kepuasan yang optimum
- 3) System umpan balik dan kualitas layanan pelanggan, yaitu dengan memahami persepsi pelanggan terhadap perusahaan dan para pesaing. Mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan, mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar, menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan pelanggan.

- 4) Implementasi, adalah strategi yang paling penting sebagai bagian dari proses implementasi, pihak manajemen perusahaan harus menentukan cakupan-cakupan jasa dan level pelayanan.

d. Karakteristik Pelayanan

Karakteristik jasa/pelayanan menurut Kotler dan Keller (2016:39) mempunyai empat karakteristik berbeda yang sangat mempengaruhi program pemasaran, sebagai berikut:

1) Tak berwujud

Tak berwujud tidak seperti fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari bukti kualitas dengan mengambil kesimpulan dari tempat, orang, peralatan, bahkan komunikasi, symbol, dan harga. Karena itu, tugas penyedia jasa adalah mengelola bukti, untuk mewujudkan hal tak berwujud. Perusahaan jasa dapat berusaha mendemonstrasikan kualitas jasa mereka melalui bukti fisik dan presentasi.

2) Tak terpisahkan

Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, sementara barang fisik dibuat, dimasukkan dalam persediaan, didistribusikan melalui berbagai perantara, dan kemudian dikonsumsi, jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus. Ada beberapa strategi untuk menghindari keterbatasan tak terpisahkan. Penyedia jasa dapat belajar untuk bekerja dalam kelompok yang lebih besar.

3) Bervariasi

Bervariasi karena kualitas jasa/pelayanan tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan, dimana, dan pada siapa, jasa sangat bervariasi. Berikut ini ada tiga langkah dapat diambil perusahaan jasa untuk meningkatkan kendali kualitas, ialah:

- a) Berinvestasi dalam prosedur ketenagakerjaan dan pelatihan yang baik.
- b) Menstandarisasikan proses kinerja jasa di seluruh organisasi.

c) Mengamati kepuasan pelanggan.

4) Dapat musnah

Jasa tidak dapat disimpan atau mudah musnah, sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Keadaan mudah musnah bukanlah suatu masalah jika permintaannya stabil. Jika permintaan berfluktuasi, maka perusahaan perusahaan akan menghadapi masalah yang sulit dalam melakukan persiapan pelayanannya. Jadi dapat lebih mudah musnahnya bisa menjadi masalah ketika permintaan berfluktuasi. Manajemen permintaan atau manajemen hasil merupakan hal yang penting, pelayanan yang tepat harus disediakan untuk pelanggan yang tepat, pada tempat yang tepat, disaat yang tepat dan harga yang tepat untuk memaksimalkan profitabilitas.

e. Mengelola Kualitas Pelayanan

Suatu cara perusahaan pelayanan untuk dapat unggul bersaing adalah memberikan pelayanan dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan pelayanan, kemudian dibandingkan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:51) membentuk model kualitas pelayanan yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas pelayanan yang tinggi. Model ini mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian pelayanan, sebagai berikut:

- 1) Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu mempunyai anggapan yang benar tentang apa yang diinginkan pelanggan.
- 2) Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin mempunyai anggapan yang benar terhadap keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar kerja.

- 3) Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penghantaran jasa. Personal mungkin tidak terlatih, atau tidak mampu atau tidak bersedia memenuhi standar, atau mungkin terkait dengan standar yang bertentangan, seperti meluangkan waktu untuk mendengarkan pelanggan dan melayani mereka dengan cepat.
- 4) Kesenjangan antara penghantaran jasa dan komunikasi eksternal, harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh iklan dan perwakilan perusahaan
- 5) Kesenjangan antara jasa anggapan dan jasa yang diharapkan. Kesenjangan terjadi ketika konsumen salah menganggap kualitas jasa.

f. Dimensi Dan Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:52) berdasarkan model kualitas pelayanan terdapat lima faktor untuk mempengaruhi kualitas pelayanan, diantaranya sebagai berikut:

1) Keandalan (*reability*)

Keandalan adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijadikan dengan andal dan akurat. Bagian dari keandalan meliputi:

- a) Keandalan dalam penanganan masalah layanan pelanggan
- b) Melaksanakan jasa dengan benar pada saat pertama
- c) Mempertahankan catatan bebas kesalahan
- d) Karyawan yang mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.

2) Ketanggapan (*responsivitas*)

Ketanggapan adalah kesiapan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Bagian dari ketanggapan meliputi:

- a) Selalu memberitahu pelanggan tentang kapan layanan akan dilakukan.
- b) Layanan tepat waktu bagi pelanggan.
- c) Kesiediaan untuk membantu pelanggan.
- d) Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.

3) Jaminan (*assurance*)

Jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.

Bagian dari jaminan meliputi:

- a) Karyawan yang menanamkan keyakinan kepada pelanggan.
- b) Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka.
- c) Karyawan yang selalu sopan.
- d) Karyawan selalu menjaga kebersihan dan kerapian.

4) Empati (*emphaty*)

Empati adalah kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Bagian dari empati meliputi:

- a) Memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
- b) Karyawan yang menghadapi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian.
- c) Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan.
- d) Jam bisnis yang nyaman.

5) Wujud (*tangible*)

Wujud adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi. Bagian dari wujud meliputi:

- a) Peralatan modrn.
- b) Fasilitas yang tampak menarik secara visual.
- c) Karyawan yang memiliki penampilan rapid an professional.
- d) Bahan yang berhubungan dengan jasa memiliki daya Tarik visual.

3. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Dimana kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang

menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan kurang menyenangkan.

Kualitas layanan perusahaan sangatlah dibutuhkan untuk menjaga kepuasan pelanggannya, terlebih pada masa sekarang semakin banyaknya persaingan yang ketat membuat perusahaan harus menciptakan pelayanan yang benar-benar berkualitas sehingga tidak kalah dengan pesaing lainnya. Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelanggan tentunya memiliki harapan yang besar terhadap layanan yang akan diberikan oleh perusahaan, jika layanan yang diberikan dapat melebihi harapan maka dapat dikatakan kualitas layanan perusahaan tersebut baik. Dan jika layanan yang diberikan tidak dapat melebihi harapan maka dapat dikatakan kualitas layanan perusahaan tersebut buruk. (Hartono, 2017:178).

Kepuasan pelayanan adalah tolak ukur dalam menentukan kepuasan konsumen atau tidaknya seorang pengguna jasa. Karena dengan kualitas pelayanan akan dapat menilai kinerja dan merasakan puas atau tidaknya konsumen dengan layanan yang diberikan oleh sipenyedia jasa.

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan diperkuat dalam jurnal penelitian yang telah dilakukan oleh Brian Farizal (Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.2 No.7 2013). Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. serta penelitian yang dilakukan oleh Agung Kresnamurti Rivai P (Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Vol.10 No.1 2019). Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. penelitian yang dilakukan oleh Rainhard K Soromi (Jurnal Administrasi Bisnis Vol.9 No.1 2019). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan yang diberikan driver Grabbike dengan kepuasan pelanggan yang diterima.

B. Penelitian Yang Relevan

Agar penelitian yang penulis lakukan tidak tumpang tindih dengan penelitian terdahulu maka tinjauan kepustakaan merupakan sebuah kepastian yang penulis lakukan. Penelitian relevan tentang Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi adalah sebagai berikut:

1. Agung Kresnamurti Rivai P, (2019) *“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab* “Universitas Negeri Jakarta, Jurusan Manajemen, dengan permasalahan Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ojek online Grab? 2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ojek online Grab? 3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ojek online Grab? Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian kuantitatif, dengan tujuan: 1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ojek online Grab. 2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen ojek online Grab. 3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen ojek online Grab. hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna transportasi ojek online grab, variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna transportasi ojek online grab, variabel citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna transportasi ojek online grab.
2. Kusumasitta, (2014) dengan judul *“relevansi dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bagi pengunjung museum di taman mini indonesia indah”* universitas trisakti, dengan masalah, apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung museum di taman mini indonesia indah? Dengan jenis penelitian menggunakan metode survey, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Museum Taman Mini Indonesia

Indah. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis tulis adalah dari segi judul dan lokasi tempat penelitian. Kusumasitta meneliti berdasarkan analisis kualitas pelayanan dan pengaruhnya tingkat kepuasan pelanggan sedangkan penulis meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dan lokasi yang dipilih Kusumasitta adalah kawasan wisata Museum Taman Mini Indonesia indah sedangkan peneliti melakukan penelitian pada CV. ADR Grup Tour Dan Travel Batusangkar. Adapun metode pendekatan yang digunakan Kusumasitta adalah metode kualitatif dengan pendekatan survey sedangkan yang peneliti gunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survey.

3. Shena Adaby Amin & Ngatno (2016) dengan judul “*pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan terhadap loyalitas pengguna jasa transportasi pada PO. BEJEU JEPARA (studi kasus pada pengguna travel bejeu jurusan semarang-jepara)*” Universitas Diponegoro, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, dengan, masalah: 1. apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada travel PO Bejeu, 2. apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada PO B ejeu, jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa travel Bejeu jepara, terdapat pengaruh negatif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa travel bejeu jepara.
4. Nafisa Choirul Marati (2016) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Pengguna Gojek Surabaya)*” universitas Negeri Surabaya, fakultas ekonomi, dengan masalah: 1. Apakah bukti fisik (tangible) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK? 2. Apakah kehandalan (reliability) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK? 3. Apakah daya tanggap (responsiveness) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK? 4. Apakah jaminan (assurance) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK? 5. Apakah

empati (empathy) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK? 6. Apakah kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan GO-JEK?, jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh *tangible* terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK, bahwa ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK Indonesia, bahwa variabel responsiveness atau daya tanggap memiliki pengaruh negative dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK, bahwa variabel assurance atau jaminan memiliki pengaruh positif akan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK, bahwa variabel empathy memiliki pengaruh positif akan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK.

5. Reinhard K. Soromi, (2019) dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*" Universitas Sam Ratulangi Manado, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, dengan masalah 1. apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi? jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan yang diberikan driver Grabbike dengan kepuasan pelanggan yang diterima Mahasiswa FISIP Unsrat, Sulawesi Utara, hal ini sudah terlaksana dengan baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen khususnya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Driver Grabbike.

C. Kerangka Berfikir

Kualitas jasa pelayanan perlu dikelola secara professional oleh perusahaan, hal ini disebabkan oleh karena kualitas pelayanan dan kepuasan sangat berhubungan erat. Kualitas jasa layanan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dan kinerja perusahaan yang dirasakan pelanggan. Dalam penelitian ini yang dimaksud kualitas jasa layanan adalah tingkat kualitas pelayanan.

Kerangka berfikir yang digunakan pada penelitian ini secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2. 2
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang berupa jawaban dari masalah yang diajukan dan harus dibuktikan kebenarannya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ho: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV ADR Grup Tour Dan Travel Batusangkar.

Ha: kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV ADR Grup Tour Dan Travel Batusangkar.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelien ini bersifat lapangan dengan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di CV ADR Grup Tour Dan Travel Batusangkar, Tanah Datar, Sumbar. Dengan waktu dan jadwal penelitian dari bulan April 2021

Tabel 3. 1
Rancangan Waktu Penelitian

Uraian Kegiatan	Apr	Mei	Juni	Des	Jan	Feb
Melakukan observasi awal	✓					
Membuat proposal	✓					
Bimbingan proposal	✓	✓				
Seminar proposal			✓			
Penelitian skripsi			✓			
Bimbingan skripsi				✓	✓	
Sidang munaqasah						✓

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, 2017) Populasi

dalam penelitian ini adalah penumpang yang menggunakan jasa CV. ADR Grup Armada Ranah Minang Tour & Travel Batusangkar.

2. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian. (Sugiyono, 2011:81) Teknik sampling pada penelitian ini adalah Probability Sampling dan Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak sederhana. Melihat pernyataan diatas maka pengambilan sampel menggunakan rumus slovin untuk tingkat kesalahan 5 %. dengan jumlah penumpang 104 penumpang yang menggunakan jasa CV. ADR Grup Tour & Travel Batusangkar dengan rumus slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{104}{1 + 104(0.05)^2}$$

$$n = \frac{104}{1,25} \quad n = 83 \text{ responden}$$

n=besaran sampel

N=besaran populasi

e= Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel) yaitu sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 95%.

Maka dari perhitungan diatas telah ditentukan jumlah sampel sebanyak 83 responden.

D. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:178) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Bentuk instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrument checklist.

Tabel 3. 2
Skor Penilaian Skala Likert

Pilihan jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2014)

Tabel 3. 3
KISI-KISI KUESIONER

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Kualitas pelayanan (X)	Bukti fisik	Kenyamanan fasilitas fisik armada travel (AC, audio sound system)
		Kebersihan dan kerapian armada serta ruang tunggu yang digunakan
		Banyaknya jumlah armada travel yang tersedia
	Keandalan	Kesesuaian jadwal keberangkatan dan penjemputan dengan kenyataan
		Professional karyawan dalam bekerja
		Keakuratan penanganan atau pengadministrasi dokumen (tiket untuk pelanggan dan alamat lengkap tujuan pelanggan untuk sopir)
	Daya tanggap	Kesediaan sopir dalam memberikan

		elayanan yang cepat kepada pelanggan
		Kecepatan sopir dalam menanggapi kesulitan pelanggan
		Kesigapan sopir untuk melayani permintaan pelanggan
	Jaminan	Kompetensi (kemampuan) karyawan dalam bidang pelayanan yang diberikan
		Keramahan atau kesopanan sopir dalam memberikan pelayanan.
		Jaminan untuk armada travel yang dijalankan dalam kondisi prima (sudah diservis atau dicek sebelumnya sebelum dioperasikan)
	Empati	Memperhatikan penumpang secara sungguh-sungguh tanpa pilih-pilih
		Kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Kepuasan pelanggan (Y)	Kesesuaian harapan pelanggan terpenuhi	ADR travel telah memenuhi harapan
		Kesesuaian pelayanan dengan harapan pelanggan
		Kesesuaian pelayanan dengan tariff yang dibayarkan
	Minat membeli dan menggunakan	Melakukan pemesanan ulang pada ADR travel

	Kembali	Pelanggan akan merasa puas dan senang jika menggunakan jasa transportasi ADR travel dalam melakukan perjalanan
		Pelanggan percaya bahwa menggunakan jasa transportasi ADR travel merupakan pengalaman yang memuaskan dan mampu meyakinkan pelanggan untuk menggunakan jasa ADR travel kembali
	Berkata positif tentang perusahaan kepada orang lain	Pelanggan senantiasa memberikan informasi yang berdampak positif pada ADR travel seperti melakukan promosi secara tidak langsung
		Pelanggan merasa puas akan memberikan respon positif kepada perusahaan
		Pelanggan senantiasa membagikan pengalamannya selama menggunakan jasa transportasi ADR kepada orang lain

sumber: (Rahma, 2018)

1. Uji Instrumen

instrumen pengembangan pada penelitian ini terdapat instrumen yang akurat dan andal, antara lain sebagai berikut:

a. Uji Validitas

uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu angket. jika valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (sugiyono, 2014:203).

Adapun kriteria penilaian uji validitas, yaitu (Asnawi dan Masyhuri 2011:169):

- 1) Apabila korelasi r hitung di atas 0,3, maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.
- 2) Apabila korelasi r hitung dibawah 0,3, maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari variable. Suatu angket dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Selain itu di uji reliabilitas merupakan bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik (Asnawi Dan Masyhuri, 2011:170).

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *alpha cronbach* yaitu (Asnawi Dan Masyhuri, 2011:171)

- 1) Apabila hasil koefisien *alpha* (α) > taraf signifikansi 60% atau 0.6 maka kuesioner tersebut reliable.
- 2) Apabila hasil koefisien *alpha* (α) < taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah (Asnawi Dan Masyhuri, 2011:162-163) yaitu kuesioner, merupakan teknik *pengumpulan* data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

F. Teknik Analisis Data

SPSS adalah sebuah program aplikasi yang memiliki kemampuan analisis statistic cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kontak-kontak dialog yang sederhana sehingga mudah untk dipahami cara pengoperasiannya. beberapa aktifitas dapat dilakukan dengan mudah dengan menggunakan pointing dan clicking mouse. (Rakhman, 2018:49)

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan untuk menilai ada tidaknya bias atas hasil analisis regresi yang telah dilakukan, dengan menggunakan uji asumsi klasik dapat diketahui sejauh mana hasil analisis regresi dapat diandalkan tingkat keakuratannya.

a. Uji Normalitas

Uji yang dilakukan untuk menguji data variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistic. Pengujian normalitas data menggunakan *test normality kolmogorov-smirnov* dalam program spss.

Menurut imam ghozali (2011:160) bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki residual normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui *test of linearity*. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada linearity $\geq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel

bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.
(Sugiyono, 2015: 323)

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen. dalam analisis regresi sederhana hubungan antara variabel bersifat linear, dimana perubahan pada variabel X variabel akan diikuti pada perubahan pada variabel Y secara tetap. berikut gambaran sistematis model analisis regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX + e$$

keterangan:

Y= variabel dependen atau respon

a = Intercept atau slope

b= koefisien regresi

e= residual atau error

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t ini nantinya akan menunjukkan berapa banyak pengaruh variabel independen secara parsial. Uji t digunakan jika nilai parameter sudah diketahui (ditentukan) dan data terdistribusi normal.

b. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (r^2) menunjukkan kemampuan model untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai (r^2) akan selalu berada diantara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 berarti semakin besar kemampuan variabel independen untuk menjelaskan pengaruhnya kepada variabel dependen. (Asnawi dan masyhuri, 2011:180-181)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum CV ADR Grup Tour Dan Travel Batusangkar

ADR Group Tour & Travel Batusangkar adalah sebuah biro perjalanan berbentuk CV yang berdiri pada tahun 2012 di Batusangkar. CV ADR Group Tour & Travel Batusangkar terletak di Jl. Ahmad Yani No.37, Baringin, Lima Kaum, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat 21272, Indonesia. ADR Group Tour & Travel Batusangkar menyediakan berbagai macam layanan yaitu travel dengan rute Batusangkarbandara-Padang-Pekanbaru, agen resmi penjualan tiket pesawat dan juga rental mobil, baik dengan supir dan juga tanpa supir atau yang biasa disebut dengan sewa mobil lepas kunci.

Adapun visi dari CV ADR Group Tour & Travel Batusangkar adalah menjadi salah satu perusahaan jasa travel terbaik serta terpercaya dan perusahaan yang mempunyai pelayanan lengkap khususnya bidang paket travel, tiket pesawat dan penyewaan kendaraan. Untuk mewujudkan visi tersebut, CV ADR Group Tour & Travel Batusangkar memiliki misi:

1. Menjadi perusahaan penyedia layanan jasa wisata dengan kualitas layanan prima.
2. Memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan kepada semua pelanggan
3. Memberikan kesejahteraan kepada setiap anggota perusahaan.

B. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penyebaran angket kuesioner yang telah dilakukan pada karyawan CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar dapat memengaruhi kepuasan pelanggan CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar. Untuk menjawab dan membuktikan hipotesis

penelitian, terlebih dahulu penulis menyiapkan dan mengumpulkan beberapa data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Lalu menyebarkan angket penelitian sebanyak 83 rangkap ke responden CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar.

Hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

a. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Perbandingan yang dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , nilai hitung merupakan hasil jawaban responden pada masing-masing pernyataan disetiap variabel yang di analisis oleh penulis dengan program SPSS 22 dengan menggunakan bantuan r_{tabel} dengan taraf kesalahan signifikan 5%. Melalui konstruk $Df=N-2$, dengan jumlah responden sebanyak 83 orang maka:

$$\begin{aligned} Df &= N - 2 \\ &= 83 - 2 \\ &= 81 \end{aligned}$$

R_{tabel} dengan signifikansi 5% dari 81 adalah 0.219 sebagai perbandingan r_{hitung} yang didapat dari hasil SPSS sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Hasil Uji Validitas Variabel X

No	Variabel	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	X.1	0.339	0.219	Valid
2	X.2	0.580	0.219	Valid
3	X.3	0.352	0.219	Valid
4	X.4	0.302	0.219	Valid
5	X.5	0.444	0.219	Valid
6	X.6	0.385	0.219	Valid
7	X.7	0.503	0.219	Valid
8	X.8	0.418	0.219	Valid
9	X.9	0.444	0.219	Valid

10	X.10	0.455	0.219	Valid
11	X.11	0.395	0.219	Valid
12	X.12	0.470	0.219	Valid
13	X.13	0.442	0.219	Valid
14	X.14	0.576	0.219	Valid
15	X.15	0.593	0.219	Valid
16	X.16	0.425	0.219	Valid
17	X.17	0.509	0.219	Valid
18	X.18	0.297	0.219	Valid
19	X.19	0.509	0.219	Valid
20	X.20	0.526	0.219	Valid
21	X.21	0.411	0.219	Valid
22	X.22	0.417	0.219	Valid
23	X.23	0.253	0.219	Valid
24	X.24	0.328	0.219	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 22

Dari tabel di atas maka data yang diolah di SPSS 22 melalui hasil uji validitas tentang variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari 24 pernyataan dalam kuesioner diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X) dalam penelitian adalah valid.

b. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan melalui program SPSS 22 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Y

No	Variabel	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	Y.1	0.377	0.219	Valid
2	Y.2	0.494	0.219	Valid
3	Y.3	0.303	0.219	Valid
4	Y.4	0.355	0.219	Valid

5	Y.5	0.342	0.219	Valid
6	Y.6	0.410	0.219	Valid
7	Y.7	0.497	0.219	Valid
8	Y.8	0.608	0.219	Valid
9	Y.9	0.491	0.219	Valid
10	Y.10	0.382	0.219	Valid
11	Y.11	0.502	0.219	Valid
12	Y.12	0.330	0.219	Valid
13	Y.13	0.617	0.219	Valid
14	Y.14	0.276	0.219	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 22

Dari tabel di atas maka data yang diolah di SPSS 22 melalui hasil uji validitas tentang variabel kepuasan pelanggan (Y) yang terdiri dari 14 pernyataan dalam kuesioner diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) dalam penelitian adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan skala *cronbach's alpha*.

Hasil dari pengujian reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut:

a. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	83	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	83	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	24

Sumber: Hasil Output SPSS 22

Dalam mengukur reabilitas penelitian ini menggunakan koefisien alpha atau Cronbach's *Alpha* atau konsistensi internal diantara item-item pertanyaan dalam sebuah instrumen. Menurut Sugiono (2017) dalam suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 dan apabila hasil tersebut sebaliknya, maka dinyatakan tidak reliabel. Berdasarkan data hasil olahan di atas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.810 dan > 0.60 sehingga dinyatakan variabel kualitas pelayanan reliabel.

b. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4. 4
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	83	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	83	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.652	14

Sumber: Hasil Output SPSS 22

Berdasarkan hasil olahan di atas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.652 dan > 0.60 sehingga variabel kepuasan pelanggan berdasarkan uji reliabilitas dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi semua variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan *kolmogrov-smirnov* dan untuk perhitungannya menggunakan SPSS 22. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil uji normalitas untuk masing-masing variabel dan variabel penelitian disajikan berikut ini:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.13997265
Most Extreme Differences	Absolute	.152
	Positive	.117
	Negative	-.152
Test Statistic		.152
Asymp. Sig. (2-tailed)		.127 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Output SPSS 22

Dari hasil uji normalitas di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan (*Asymp. Sig. 2-tailed*) mempunyai nilai sebesar 0.127 karena signifikansi lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear (garis lurus) antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Hasil dari uji linearitas yang diolah dengan SPSS 22 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined) Linearity	663.305	26	25.512	1.781	.036
		Deviation from Linearity	289.171	1	289.171	20.186	.000
			374.135	25	14.965	1.045	.432
Within Groups			802.213	56	14.325		
Total			1465.518	82			

Sumber: Hasil Output SPSS 22

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai signifikansi *deviation from linearity* sebesar $0.432 \geq 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variable kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

4. Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana

Persamaan regresi dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adanya pengaruh antara dua variabel tersebut dapat menggunakan persamaan regresi linear sederhana, sebelum melakukan pengujian regresi linear perlu diketahui bahwa ada syarat mutlak yang harus dipenuhi di antaranya adalah skala pengukurannya berskala interval, untuk data yang digunakan telah valid dan reliabel, dan sampel yang digunakan berdistribusi normal. Untuk syarat kenormalitas sampel telah dilakukan penulis melalui hasil SPSS 22 dengan nilai signifikansi yang menunjukkan besar dari 0.05 dan itu artinya data yang digunakan adalah normal. Berikut hasil dari uji regresi linear sederhana:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.945	6.123		4.074	.000
Kualitas Pelayanan	.283	.063	.444	4.462	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Output SPSS 22

Pada tabel di atas menggambarkan persamaan regresi untuk mengetahui angka konstanta dan uji hipotesis signifikansi koefisien regresi persamaan regresinya adalah $Y = a + bx$.

Persamaan dari hasil regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 24.945 + 0.283x$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

X = Kualitas Pelayanan

a = Jika variabel X atau kualitas pelayanan bernilai 0 maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 24.945.

b = Angka koefisien regresi sebesar 0.283. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1 satuan kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.283 .

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel dependen. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Hipotesis dengan Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.945	6.123		4.074	.000
Kualitas Pelayanan	.283	.063	.444	4.462	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Output SPSS 22

dari tabel 4.8 terlihat nilai t_{hitung} sebesar 4.462 untuk mengetahui tingkat signifikasinya maka dibandingkan dengan t_{tabel} sehingga $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} atau nilai signifikannya $<$ dari 0.05 sehingga $4.462 >$ dari 1.989, dan nilai signifikannya $0.000 <$ dari 0.05 artinya H_0 ditolak dan H_a diterima Dengan demikian dapat diartikan bahwa berdasarkan uji hipotesis dengan uji t maka kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk suatu alat untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai 1, jika besarnya koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut di bawah ini tabel hasil koefisien determinasi:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.444 ^a	.197	.187	3.811

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Output SPSS 22

Tabel di atas menunjukkan bahwa angka *R Square* sebesar 0,197 atau 19.7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 19.7%, sedangkan sisanya yaitu 80.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

C. Pembahasan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dari hasil pengujian t diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4.462 > 1.989$ sehingga hasil pengujian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar. Berdasarkan hasil perhitungan statistik di atas dengan yang penulis temukan berdasarkan fakta di lapangan menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar sehingga terdapat konsumen yang berulang kali menggunakan jasa CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar.

Hal ini sejalan dengan penelitian dari Agung Kresnamurti Rivai P, (2019) yang mana hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna transportasi ojek online grab, variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna transportasi ojek online grab, variabel citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna transportasi ojek online grab. Penelitian Kusumasitta, (2014) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Museum Taman Mini Indonesia Indah. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang penulis tulis adalah dari segi judul dan lokasi tempat penelitian. Kusumasitta meneliti berdasarkan analisis kualitas pelayanan dan pengaruhnya tingkat kepuasan pelanggan sedangkan penulis meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Shena Adaby Amin & Ngatno (2016) hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan

terhadap kepuasan pengguna jasa travel Bejeu jepara, terdapat pengaruh negatif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa travel bejeu jepara. Nafisa Choirul Marati (2016) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh *tangible* terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK, bahwa ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK Indonesia, bahwa variabel *responsiveness* atau daya tanggap memiliki pengaruh *negative* dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK, bahwa variabel *assurance* atau jaminan memiliki pengaruh positif akan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK, bahwa variabel *emphaty* memiliki pengaruh positif akan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK. Dan Reinhard K. Soromi (2019) dengan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan yang diberikan driver Grabbike dengan kepuasan pelanggan yang diterima Mahasiswa FISIP Unsrat, Sulawesi Utara, hal ini sudah terlaksana dengan baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen khususnya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Driver Grabbike.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar maka diperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka penulis ingin menyampaikan saran kepada Kepala CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar harus bisa meningkatkan, mengembangkan dan mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah baik agar segala target dan tujuan CV mampu tercapai secara maksimal terutama mengenai kepuasan pelanggan pada CV ADR Grup Tour dan Travel Batusangkar.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya dan dapat menambah variabelnya agar penelitian ini dapat berkembang ke arah yang lebih baik.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agung, P. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Manajemen Sains Indonesia*.
- Agus Susanto, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- amin, N. d. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga, dan Kepuasan Terhadap loyalitas penggunaan Jasa Transportasi pada PO. BEJEU JEPARA. *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- Chandra, F. T. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV> Andi Offset.
- Desmita, K. D. (2017). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*. Batusangkar: IAIN Batusangkar.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Hartono, A. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Di Restoran The Naked Crab Surabaya . *Jurnal Manajemen*.
- Ibrahim, A. (2008). *Teori Dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. bandung: Mandar Maju.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Kusumasitta. (2014). Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Jemputan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum Di Taman Mini. *Manajemen Dan Pemasaran Jasa*.
- Lupyoadi, R. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mansyuri, N. A. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press.
- Moenir. (2006). *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nafisa, M. C. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bisnis Jasa Transportasi Gojek. *Skripsi UIN Sumatera Utara Medan*.
- Oktariansyah, D. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Anakan Umum Transmisi Melalui Kinerja Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kota Palembang. *Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*.

- P, J. y. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen Vol.11 No.2*.
- P. Kotler, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rahma, B. z. (2018). pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi travel. *jurnal manajemen*, 36.
- Soromi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike. *Administrasi Bisnis Vol.9 No. 1*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfa Beta.