

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA *CLEANING SERVICE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. ISS INDONESIA
(Studi Kasus pada Mahasiswa Akademi Kebidanan Sari Mutiara Medan)

Idahwati, S.E., M.Si
Eva Margareth Sarah Nainggolan, S.E,M.Si
Dosen Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia

Dorisma Sari Veronika Gultom
Grace Thamara Situmorang
Devi Arindi
Dosen Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. ISS Indonesia (Studi Kasus pada Mahasiswa Akademi Kebidanan Sari Mutiara Medan)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja *cleaning service* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Kebidanan Sari Mutiara Medan. Untuk mengukur dan menganalisa hubungan ketiga variabel diatas, penulis menyebar kuesioner kepada 84 orang responden dari para mahasiswa Akademi Kebidanan dan menggunakan skala likert. Kemudian hasil pernyataan responden dari kuesioner tersebut diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode statistik dengan menggunakan alat bantu software SPSS 20. Uji statistik yang digunakan adalah uji regresi berganda dengan uji hipotesis t dan f. kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Sari Mutiara Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (uji t) dengan hasil Nilai $t_{hitung} 2,810 > 1,664 t_{tabel}$; Nilai sig $0,007 < 0,05 \alpha$, artinya H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Kinerja *Cleaning Service* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Sari Mutiara Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (uji t) dengan hasil Nilai $t_{hitung} 3,575 > 1,664 t_{tabel}$; Nilai sig $,001 < 0,05 \alpha$, artinya H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Kualitas Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service* secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. ISS Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari hasil $F_{hitung} (23,730) > F_{tabel} (3, 11)$ dan tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$, H_{a3} diterima dan H_{03} di tolak. Koefisien Determinasi (r^2) = $(0,608)^2$; $r^2 = 0,369$. Hal ini berarti 36,9% kepuasan pelanggan ditentukan atau dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kinerja *cleaning service*, sisanya 63,1% di tentukan oleh faktor lain.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kinerja *Cleaning Service*, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. 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 daripada yang dilakukan oleh pesaing (*competitor*). Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas 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 memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan. Tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan agar mereka puas dengan kualitas dan kinerja karyawan. Kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan mendatangkan berbagai manfaat.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa (Suprpto, 2011).

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan akan merasa puas. Oleh karena itu hampir setiap perusahaan saat ini menyadari pentingnya arti pelanggan bagi perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Perusahaan dalam memberikan jasa hendaknya memberikan jasa yang unggul dan berkualitas. Secara garis besar ada 4 (empat) unsur pokok dalam pelayanan jasa yang unggul, yaitu ketepatan, kecepatan, keramahan, dan kenyamanan. Untuk mencapai keunggulan, setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu diantaranya menguasai bidang pekerjaan, berpenampilan menarik, bersikap ramah dan sopan yang membuat konsumen menjadi merasa senang dengan pelayanan yang diberikan.

Selain dipengaruhi oleh kualitas jasa atau pelayanan, kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh pengaruh kinerja individu karyawan. Penilaian kinerja karyawan juga tidak kalah

pentingnya, penilaian kinerja karyawan adalah proses penilaian hasil kerja yang akan digunakan oleh pihak manajemen untuk memberikan informasi kepada para karyawan secara individual, tentang mutu hasil pekerjaannya dipandang dari sudut kepentingan perusahaan. Penilaian yang dilakukan secara teratur bertujuan melindungi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penilaian kinerja karyawan yang dilakukan secara obyektif, tepat, dan didokumentasikan secara baik cenderung menurunkan potensi penyimpangan yang dilakukan karyawan, sehingga kinerjanya diharapkan harus bertambah baik sesuai dengan kinerja yang dibutuhkan perusahaan.

Kinerja menurut Bambang Kusriyanto dalam A.A.Anwar Prabu Mangkunegara, (2005:9) adalah perbandingan hasil yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja per satuan waktu (lazimnya per jam).

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. 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 sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggan, sehingga

berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah atau citra positif bagi perusahaan.

Kelangsungan suatu perusahaan, sangat ditentukan oleh kinerja karyawan yang baik, kinerja karyawan merupakan hasil atau prestasi kerja karyawan yang dinilai dari segi kualitas maupun kuantitas berdasarkan standar kerja yang ditentukan oleh pihak perusahaan. Kinerja yang baik adalah kinerja yang optimal, yaitu kinerja yang sesuai standar perusahaan dan mendukung tercapainya tujuan dari suatu perusahaan. Tinggi rendahnya kinerja karyawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah faktor disiplin kerja. Disiplin kerja merupakan suatu komponen yang menentukan baik buruknya kinerja seseorang. Karyawan yang disiplin dalam bekerja akan cenderung untuk melakukan segala macam aktivitasnya sesuai dengan tata aturan, standar maupun tugas dan tanggung jawab yang menjadi kewajibannya. Kepatuhan terhadap peraturan maupun standar kerja yang telah ditetapkan oleh manajemen merupakan jaminan keberhasilan dalam suatu perusahaan yang bersangkutan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja dari perusahaan tersebut.

PT ISS Indonesia merupakan salah satu perusahaan *outsourcing* terbesar yang ada di Indonesia pada saat ini, yang memiliki visi dan misi untuk menjadi perusahaan *facility service* terbaik di Indonesia, serta yang dapat memberikan dan mengembangkan pelayanan kualitas terbaik untuk kepentingan semua pihak. PT ISS sendiri masuk ke Indonesia pada tahun 1995 dan

merupakan perusahaan *outsourcing* yang bergerak pada bidang *facility service* yang memiliki enam bisnis utama yaitu *cleaning service, access control, property service, cateringservice, support service, dan parking service*. PT ISS Indonesia merupakan perusahaan jasa dimana setiap bisnisnya mengutamakan sumber daya manusia.

Dalam departemen *cleaning service*, ada beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh para *cleaner*, yaitu *dusting, sweeping, mopping, vacumming, scrubbing, glass cleaning, toilet cleaning*, dan pembersihan muntah dan darah, yang semuanya telah tertuang didalam deskripsi pekerjaan yang sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ditetapkan oleh perusahaan.

ISS memberikan layanan yang mempengaruhi gaya hidup orang lain dan membantu kehidupan menjadi lebih baik yaitu di akademi kebidanan Universitas Sari Mutiara Indonesia. Sebagian Mahasiswa yang buang sampah sembarangan, tapi setiap saat Akademi Kebidanan di Universitas Sari Mutiara Indonesia selalu bersih dan rapi. Kami memberikan nilai tambah kepada mahasiswa sehingga mereka nyaman dengan pelayanan PT.ISS Indonesia.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan kinerja karyawan. Kualitas pelayanan dan kinerja karyawan dalam bidang kebersihan dapat berdampak pada kenyamanan proses belajar di Universitas Sari Mutiara Indonesia. Sebagian mahasiswa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan PT. ISS Indonesia disebabkan karena

kurang adanya kualitas pelayanan dalam bidang kebersihan. Pelayanan yang diberikan kurang ramah, ruangan yang kurang bersih, dan etika yang tidak baik membuat mahasiswa Akademi Kebidanan tidak puas akan pelayanan tersebut.

Adapun data mahasiswa yang akan diteliti kepuasannya terhadap pelayanan PT.ISS Indonesia. Mahasiswa tersebut adalah Mahasiswa Akademi Kebidanan yang Masih aktif dan terdaftar di Universitas Sari Mutiara Indonesia.

Tabel 1.1
Daftar Jumlah Keluhan
Mahasiswa Akademi Kebidanan
terhadap Pelayanan PT. ISS
Indonesia

Tahun	Jumlah Mahasiswa	Tingkat Kepuasan	
		Puas	Tidak Puas
2015	54	29	25
2016	26	7	19
2017	26	9	17

Sumber : Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan 2018

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa tingkat kepuasan mahasiswa Akademi Kebidanan di Sari Mutiara Medan mengalami ketidakstabilan atau mengalami fluktuasi (naik-turun). hal tersebut dikaitkan dengan masih rendahnya kualitas pelayanan dan kinerja karyawan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki

kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Sedangkan menurut Danang Sunyoto (2012), “Mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen”.

Menurut Tjiptono (2011:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan beberapa teori-teori diatas maka Penulis menyimpulkan Kualitas pelayanan adalah nilai unggul suatu barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen.

Dimensi Pokok Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2011:198) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Reliabilitas (reliability)
Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (Responsiveness)
Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (Assurance) Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.
4. Empati (Empathy)
Menyatakan bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (Tangible)
Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi.

Berdasarkan kelima dimensi kualitas layanan tersebut, maka kepuasan pelanggan dapat diukur, dipahami dan dijadikan sebagai suatu hasil yang baik untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan yang baru pertama kali maupun pelanggan yang sudah berulang-ulang menggunakan jasa tersebut.

2.1.2 Faktor-faktor dalam Meningkatkan Kualitas Layanan

1. Mendengarkan Suara Pelanggan

Untuk mendengarkan suara pelanggan perusahaan sudah semestinya membangun sistem informasi kualitas pelayanan. Dengan mendengarkan suara pelanggan secara sistematis, akan mengarahkan pembuat keputusan untuk bisa membuat yang berhubungan dengan kualitas pelayanan.

2. Memberikan Pelayanan yang Handal

Jika perusahaan sering membuat kesalahan dan tidak tepat janji, maka pelanggan akan kehilangan kepercayaan terhadap kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan. Jadi sikap keandalan merupakan karakteristik yang paling penting dalam menilai kualitas pelayanan.

3. Memberikan Dasar Pelayanan

Dasar pelayanan sangat erat berkaitan dengan keandalan. Pelanggan menginginkan pelayanan yang baik bukan sekedar janji. Jadi perusahaan dituntut bisa memberikan pelayanan yang fundamental bagi pelanggan.

4. Pemulihan

Seringkali perusahaan membuat keadaan lebih buruk, karena merekakurang mendorong pelanggan mencoba memecahkan masalah yang ada, serta tidak memberikan otoritas pada karyawan untuk memecahkan masalah. Ada 3 kemungkinan yang terjadi dalam masalah pelayanan,yaitu:

- a. Pelanggan mengadu dan memperoleh kepuasan jika mendapatkan respon dari perusahaan.
- b. Pelanggan mengadu dan tetap tidak puas dengan respon perusahaan.
- c. Pelanggan tidak mengadu pada perusahaan dan tetap tidak memperoleh kepuasan.

Indikator Pengukuran Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Fandi Tjiptono (2012 : 174-175) antara lain :

1. Keandalan
2. Kesadaran
3. Perhatian
4. Efisien
5. Kemampuan teknis petugas pelayanan
6. Keramahan petugas pelayanan
7. Kepedulian petugas pelayanan

Kinerja Cleaning Service

Kinerja atau *performance* menurut Abdullah (2014:3) merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang

dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.

Kinerja karyawan menurut Hasibuan (2012 : 94) dapat diartikan sebagai suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan serta waktu.

Cleaning Service adalah : Pelayanan yg diberikan terhadap kebersihan suatu gedung atau bangunan lainnya, yg dilakukan secara seksama dan menyeluruh dengan bantuan alat-alat kebersihan mesin non mesin serta bahan kimia (chemical) yg dilakukan oleh seorang petugas atau perawat kebersihan (cleaner) Tujuan *Cleaning Service* adalah: Menciptakan 5K Kebersihan, kerapian, keindahan, keamanan, dan kenyamanan pada gedung atau bangunan dll, yg dilakukan oleh seorang cleaner. Tugas Pokok Cleaner adalah: Menjaga dan merawat kebersihan masing-masing area, sesuai dengan penempatan,(plotting) dan prosedur yg sudah ditentukan oleh atasan.

Berdasarkan beberapa teori-teori diatas maka Penulis menyimpulkan kinerja *Cleaning Service* adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam pelayanan yang diberikan terhadap kebersihan suatu gedung atau bangunan lainnya, yg dilakukan secara seksama dan menyeluruh.

Tujuan dari dilakukan penilaian kinerja karyawan menurut Abdullah (2014:21) antara lain:

1. Pengembangan, dapat digunakan untuk menentukan

karyawan yang perlu ditraining dan membantu evaluasi hasil *training*. Penilaian kinerja karyawan juga dapat membantu pelaksanaan *conseling* antara atasan dan bawahan, sehingga dapat dicapai usaha pemecahan masalah yang dihadapi karyawan.

2. Pemberian *reward*, dapat digunakan untuk proses penentuan kenaikan gaji, insentif, dan promosi. Beberapa perusahaan juga dapat menggunakannya untuk memberhentikan karyawan.
3. Motivasi, dapat digunakan untuk memotivasi karyawan, mengembangkan inisiatif, dan rasa percaya diri dalam bekerja.
4. Perencanaan SDM, dapat bermanfaat bagi pengembangan keahlian dan keterampilan serta perencanaan SDM.
5. Kompensasi, dapat memberikan informasi yang akan digunakan untuk menentukan apa yang harus diberikan kepada karyawan yang berkinerja tinggi atau rendah dan bagaimana prinsip pemberian kompensasi yang adil.
6. Komunikasi, evaluasi merupakan dasar untuk komunikasi yang berkelanjutan antara atasan dan bawahan yang menyangkut kinerja karyawan.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Kinerja individu maupun kelompok kerja dalam organisasi menggambarkan kinerja organisasi sesungguhnya. Untuk mencapai standar tertentu yang telah ditetapkan organisasi, ada beberapa hal yang mempengaruhi individu maupun organisasi tersebut mencapai standar kinerja atau hasil kerja tertentu.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Menurut Mangkunegara (2013 : 67), ada 2 faktor yang mempengaruhi kinerja antara lain:

1. Faktor kemampuan Secara psikologis, kemampuan karyawan terdiri dari potensi Intelegent Quotient (IQ), serta kemampuan pengetahuan dan keterampilan.
2. Faktor motivasi Motivasi terbentuk dari sikap seorang karyawan dalam menghadapi situasi kerja. Artinya, karyawan harus memiliki sikap mental yang siap, mampu secara fisik, memahami tujuan utama dan target kerja yang akan dicapai, mampu memanfaatkan, dan menciptakan situasi kerja.

Indikator Kinerja *Cleaning Service*

Anwar Prabu Mangkunegara (2009 : 75) mengemukakan bahwa indikator kinerja, yaitu :

1. Kualitas
Kualitas kerja adalah seberapa baik seorang karyawan mengerjakan apa yang seharusnya dikerjakan.
2. Kuantitas

Kuantitas kerja adalah seberapa lama seorang pegawai bekerja dalam harinya. Kuantitas kerja ini dapat dilihat dari kecepatan kerja setiap pegawai itu masing-masing.

3. Pelaksanaan Tugas
Pelaksanaan tugas adalah seberapa jauh karyawan mampu melakukan pekerjaannya dengan akurat atau tidak ada kesalahan.
4. Tanggung Jawab
Tanggung jawab terhadap pekerjaan adalah kesadaran akan kewajiban karyawan untuk melaksanakan pekerjaan yang diberikan perusahaan.

Kepuasan Pelanggan

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013 : 35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan

maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Sementara menurut Kotler & Keller pengertian kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan. *“Satisfaction is the function of the closeness between expectations and the product’s perceived performance. If performance falls short of expectations, the consumer is dissatisfied; if it meets expectations, the consumer is satisfied; if it exceeds expectations, the consumer is delighted”* (Kotler & Keller, 2013:194).

Berdasarkan beberapa teori-teori diatas maka Penulis menyimpulkan kepuasan pelanggan adalah hasil dan kinerja yang dapat memenuhi keinginan pelanggan sehingga terwujudnya kepuasan pelanggan.

Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Menurut Sugiarto (dalam Lupiyoadi, 2010) bahwa pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain. Ikatan emosional tersebut merupakan wujud dari loyalitas yang ditunjukkan konsumen kepada perusahaan sebagai bukti atas kepuasan atas kinerja produk yang diterimanya. Penjual atau produsen jasa perlu menguasai unsur-unsur

1. Kecepatan.

Kecepatan adalah waktu yang digunakan dalam melayani

konsumen atau pelanggan minimal sama dengan batas waktu standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan.

2. Ketepatan

Ketepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kepuasan para 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 yang bergerak pada bidang jasa.

5. Kenyamanan

Rasa nyaman timbul jika seseorang merasa diterima apa adanya. Dengan demikian perusahaan harus dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Dimensi Kepuasan Tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan waktu dan biaya serta

mengoptimalkan dampak yang ditimbulkan terhadap populasi sasaran dari pelayanan yang diberikan. Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2011) ada enam konsep inti yang memiliki kesamaan diantara beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan
Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya.
 - a. Mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan atau jasa perusahaan bersangkutan.
 - b. Menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan konsumen keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan
Berbagai penelitian memilih kepuasan konsumen atau pelanggan kedalam komponen - komponennya. Proses semacam itu terdiri atas empat langkah.
 - a. Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan konsumen atau pelanggan.
 - b. Meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan berdasarkan item-item

spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf layanan pelanggan.

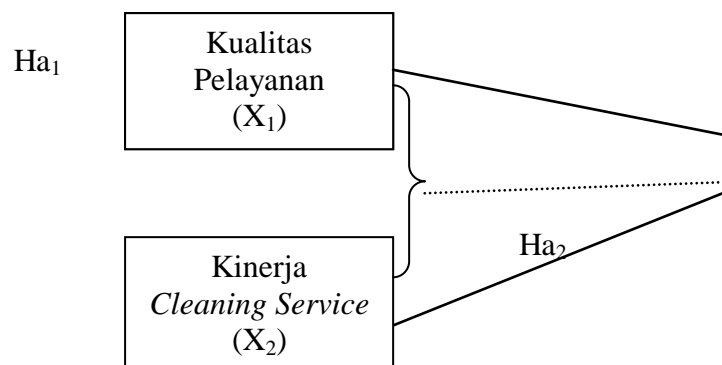
- c. Meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.
 - d. Meminta para konsumen untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.
3. Kesesuaian Harapan
Yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada kualitas pelayanan (*service quality*) yang memiliki komponen berupa harapan pelanggan akan pelayanan yang diberikan (seperti : kebersihan lokasi, kecepatan pelayanan, keramahan/ kesopanan staff, mahasiswa dan karyawan).
 4. Minat Pembelian Ulang
Yaitu kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen dimana mutu pelayanan tersebut akan masuk kebenak konsumen sehingga dipersepsikan baik. Apabila dikemudian hari ketika mengalami gangguan

kesehatan, maka rumah sakit tersebut akan menjadi referensi yang muncul pertama kali dibenak konsumen.

5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi
Yaitu kesedian untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga melalui kepuasan itu konsumen akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain.
6. Ketidakpuasan Pelanggan
Yaitu menelaah aspek-aspek yang digunakan untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi:
 - a. *Komplain*
 - b. *Retur* atau pengembalian produk
 - c. Biaya garansi
 - d. *Recall*
 - e. *Word of mouth negatif*
 - f. *Defections*.

Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual yang dikembangkan dalam model ini adalah sebagai berikut :



Keterangan :

- X_1 : Kualitas Pelayanan
 X_2 : Kinerja Cleaning Service
 Y : Kepuasan Pelanggan
 —————> : Hubungan Parsial
> : Hubungan Simultan

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2012 : 93). Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka konseptual yang dikemukakan di atas, maka hipotesis dari penelitian ini antara lain :

- H_{a1} = Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap

- kepuasan pelanggan.
Ha₂ = Terdapat pengaruh positif antara kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan.
Ha₃ = Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan.

Metodelogi Penelitian

Desain penelitian merupakan sebuah rancangan bagaimana sebuah penelitian akan dilakukan. Rancangan tersebut digunakan untuk mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang dirumuskan (Ali Maksum, 2012 : 95). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif.

Metode asosiatif menurut Sugiyono (2013:55) adalah : “Penelitian asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih”. Dalam menguji hipotesis, penulis melakukan penelitian atas dasar kuesioner dengan menggunakan perhitungan persentase, data yang berupa jawaban – jawaban atas kuesioner itulah dijadikan dasar bagi penulis menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Berganda Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Tabel 4.9
Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Stan Coe
		B	Std. Error	
1	(Constant)	19,004	3,613	
	Kualitas Pelayanan	,172	,095	
	Kinerja Cleaning Service	,424	,119	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 20 (2018)

Berdasarkan tabel 4.9, dengan $\alpha = 0,05$ dan $n = 84$, dan nilai $t_{\text{tabel}} = (df=n-k; df=84-3; df=81)$ 1,664. Maka dapat disimpulkan, sebagai berikut:

$$Y = 19,004 + 0,172X_1 + 0,424X_2 + e$$

1. Konstan: ini berarti setiap variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel terikat sebesar 19,004.
- a. Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap beta Kepuasan Pelanggan (Y). Artinya setiap kenaikan satu satuan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), maka variabel beta Kepuasan Pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,172. Dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
- b. Kinerja *Cleaning Service* (X_2) terhadap beta Kepuasan Pelanggan (Y). Artinya setiap kenaikan satu satuan variabel Kinerja *Cleaning Service* (X_2), maka variabel beta Kepuasan Pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,424. Dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Coefficients^a

c. Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Hal ini dapat terlihat dari:

Nilai $t_{hitung} 1,810 > 1,664 t_{tabel}$; Nilai sig $0,074 > 0,05\alpha$

d. Kinerja *Cleaning Service* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Hal ini dapat terlihat dari:

Nilai $t_{hitung} 3,575 > 1,9896 t_{tabel}$; Nilai sig $,001 < 0,05\alpha$

Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Hasil pengujian Model pada tabel *Coefficients* a gambar di bawah ini:

demikian Kualitas Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service* secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan.

Hasil Analisis Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien Determinasi (r^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkatan ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi antara nol (0) dan (1).

Tabel 4.11
Uji Koefisien Determinasi (r^2)

		Model Summary ^b			
		R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1		,608 ^a	,369	,354	1,689

Tabel 4.10 a. Predictors: (Constant), Kinerja Cleaning Service, Kualitas Pelayanan
Uji Simultan (U b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 20 (2018)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	Partial Eta Squared	
1	Regression	135,332	2	67,666	,369
	Residual	231,239	81	2,855	
	Total	366,571	83		

a. Predictors: (Constant), Kinerja Cleaning Service, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 20 (2018)

Berdasarkan tabel 4.10, dengan $\alpha = 0,05$ dan $n = 84$, $F_{hitung} = 23,730$ dan nilai $F_{tabel} = (df1 = k-1; df1 = 3-1; df1 = 2) (df2 = n-k; df2 = 84-3; df2 = 81)$, maka didapat nilai F_{tabel} adalah 3, 11. Dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} (23,730) > F_{tabel} (3, 11)$ dan tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan hasil penelitian H_{a3} diterima dan H_{03} di tolak. Dengan

Pada tabel 4.11 dapat dilihat data sebagai berikut:

1. Nilai $r_{hitung} = 0,608$, artinya hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service* dengan Kepuasan Pelanggan termasuk kategori hubungan yang kuat, yaitu berada pada interval $0,6 - 0,799$. Jadi semakin besar nilai r_{hitung} , maka semakin kuat pula hubungan antara variabel tersebut.
2. Koefisien Determinasi (r^2) = $(0,608)^2$; $r^2 = 0,369$. Hal ini berarti 36,9% kepuasan pelanggan ditentukan atau dipengaruhi oleh kualitas

pelayanan dan kinerja *cleaning service*, sisanya 63,1% di tentukan oleh faktor lain.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukannya bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (uji t) dengan hasil Nilai t_{hitung} 1,810 < t_{tabel} 1,9896 ; Nilai sig 0,074 > 0,05 α , artinya H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima.

Hal ini sesuai dengan yang peneliti paparkan pada bab i dimana mahasiswa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan PT. ISS Indonesia disebabkan karena kurang adanya kualitas pelayanan dalam bidang kebersihan. Pelayanan yang diberikan kurang ramah, ruangan yang kurang bersih, dan etika yang tidak baik membuat mahasiswa Akademi Kebidanan tidak puas akan pelayanan tersebut.

Pengaruh Kinerja *Cleaning Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukannya bahwa variabel Kinerja *Cleaning Service* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (uji t) dengan hasil Nilai t_{hitung} 3,575 > t_{tabel} 1,9896 ; Nilai sig ,001 < 0,05 α , artinya H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di dapat bahwa Kualitas Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service* secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Universitas Sari Mutiara Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari hasil F_{hitung} (23,730) > F_{tabel} (3, 11) dan tingkat signifikannya 0,000 < 0,05, H_{a3} diterima dan H_{03} di tolak.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Santi Budi Utami (2013) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. TASPEN (persero) Cabang Yogyakarta” Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kinerja karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah pada PT Taspen (Persero) Cabang Yogyakarta. Dari hasil yang diperoleh, pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kinerja karyawan mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah.

Berdasarkan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. ISS Indonesia (Studi Kasus pada Mahasiswa Akademi Kebidanan Sari Mutiara Medan)” diperoleh bahwa kepuasan pelanggan (Mahasiswa Akademi Kebidanan Sari Mutiara Medan) terhadap kinerja *Cleaning Service* PT. ISS Indonesia, dapat diukur dengan dua variabel yaitu Kualitas

Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service*. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan dan kinerja *Cleaning Service* PT. ISS Indonesia, maka semakin tinggi pula kepuasan Mahasiswa Akademi Kebidanan Sari Mutiara Medan terhadap pelayanan *Cleaning Service* PT. ISS Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. ISS Indonesia (Studi Kasus pada Mahasiswa Akademi Kebidanan Universitas Sari Mutiara Indonesia)”, yang telah dilakukan maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Universitas Sari Mutiara Indonesia.
2. Kinerja *Cleaning Service* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan.
3. Kualitas Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service* secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan.

4. Semakin tinggi nilai Kualitas Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan.

Saran

Berdasarkan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja *Cleaning Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. ISS Indonesia (Studi Kasus pada Mahasiswa Akademi Kebidanan Universitas Sari Mutiara Indonesia)”, yang telah dilakukan maka adapun saran yang peneliti dapat sampaikan, sebagai berikut:

1. PT. ISS Indonesia harus meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini di tunjukan dari hasil uji hipotesis parsial, dimana Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Universitas Sari Mutiara Indonesia.
2. PT. ISS Indonesia harus mempertahankan dan meningkatkan kinerja karyawan agar meningkatkan kepuasan Pelanggan pada PT. ISS Indonesia di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan.