

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan PT. Matahari *Department Store* Tbk, Mega Mall Pontianak

Abstrak

Penelitian ini untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan PT. Matahari *Department Store* Tbk Mega Mall Pontianak. Penelitian ini menggunakan metode *survey*, yaitu menggunakan observasi, wawancara, dan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan yang pernah membeli atau berbelanja di Matahari *Department Store* dan dipilih sebanyak 100 orang sebagai sampel dengan teknik *accidental sampling*. Variabel penelitian menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*) dan bukti fisik (*Tangible*) yang diukur dengan menggunakan skala Likert. Pernyataan dalam skala Likert tersebut berhubungan dengan tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen. Teknik analisis data menggunakan diagram kartesius. Hasil analisis tingkat kepentingan dan kualitas pelayanan memperlihatkan bahwa konsumen tidak puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan PT. Matahari *Department Store* Tbk Mega Mall Pontianak. Ketidakpuasan ini tercermin dari nilai peringkat kepentingan (\bar{Y}) rata-rata sebesar 4,52% dan peringkat kepuasan (\bar{X}) rata-rata sebesar 4,39%. Artinya, bahwa kinerja pelayanan yang diberikan lebih rendah dibandingkan dengan tingkat kepentingan (harapan) responden, sehingga konsumen tidak puas dengan pelayanan PT. Matahari *Department Store* Tbk Mega Mall Pontianak.

Kata kunci :bukti fisik, keandalan, daya tanggap,jaminan, dan empati

Pendahuluan

Department Store adalah suatu toko eceran yang berskala besar pengelolaannya dipisah dan dibagi menjadi bagian departemen-departemen yang menjual macam barang yang berbeda-beda. Menurut Hendri Ma'ruf (2005:84), untuk memenuhi kepuasan konsumen, *Department Store* melakukan strategi, melalui cara: (1) memberikan produk yang berkualitas, serta bebas dari kerusakan saat sampai di tangan konsumen; (2) memberikan kualitas pelayanan yang ramah, ketepatan waktu penyampaian, serta menggunakan sistem yang mudah dipahami para konsumen; (3) fokus pada kepentingan atau pencapaian kepuasan konsumen; (4) memberikan jaminan keamanan dari

Sinhan, Paduka Citany

Universitas Muhammadiyah Pontianak

produk maupun pelayanan yang diberikan.

Jenis produk yang dijual di Matahari *Department Store* diantaranya: (1) Pakaian dewasa pria dan wanita; (2) Pakaian anak-anak laki-laki dan perempuan; (3) Pakaian dalam dewasa dan anak-anak; (4) Sepatu dan sandal dewasa pria dan wanita; (5) Sepatu dan sandal anak-anak laki-laki dan perempuan; (6) Aksesoris untuk dewasa dan anak-anak; (7) Tas dewasa dan anak-anak; (8) Perlengkapan rumah tangga; (9) Kosmetik dan lain-lain dalam berbagai merk.

Strategi dalam meningkatkan kepuasan konsumen dapat dibentuk melalui hubungan baik dengan konsumen dalam jangka panjang, pelayanan yang unggul pada konsumen, garansi yang mutlak, serta penanganan keluhan konsumen secara efektif.

Bahan dan Metode

Metode penelitian yang dipergunakan adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui Wawancara (*Interview*), Pengamatan (*Observasi*), Daftar Pertanyaan (*Kuesioner*). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan yang pernah membeli atau berbelanja di PT. Matahari *Department Store*, Tbk Mega Mall Pontianak. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96,04 dengan pembulatan 100 responden. Kriteria yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja minimal 2 kali dalam sebulan. Analisis yang digunakan adalah diagram Kartesius.

Hasil dan Pembahasan

Untuk menentukan skor antara kepuasan dan kepentingan responden terhadap pelayanan Matahari *Department Store*, maka dapat dilihat pada table-tabel berikut.

Rekapitulasi Skor Antara Kepuasan Dan Kepentingan Konsumen

No.	Variabel-Variabel Kualitas Jasa	Nilai Kepuasan	Nilai Kepentingan	\bar{X}	\bar{Y}
1.	Berwujud				
a.	Tata letak produk di Matahari <i>Department Store</i> tertata dengan rapi	445	455	4,45	4,55
b.	Gedung Matahari <i>Department Store</i> bersih dan nyaman.	450	455	4,5	4,55
c.	Para karyawan memiliki penampilan yang rapi.	443	450	4,33	4,5
d.	Meja kasir bersih dan rapi.	441	445	4,41	4,45
e.	Jarak antara rak untuk menempatkan produk, memudahkan konsumen berjalan.	436	451	4,36	4,51
Total Rata-rata				22,16	22,56
Rata-rata (\bar{X}; \bar{Y})				4,43	4,51
2.	Keandalan				
a.	Kualitas produk yang dijual adalah produk yang berkualitas baik.	432	445	4,32	4,45
b.	Matahari sebagai <i>Department Store</i> yang pertama yang membuat saya percaya terhadap barang yang dijualnya.	436	500	4,36	5
c.	Ketepatan jam operasional, misal jam buka toko, istirahat karyawan dan jam tutup toko sesuai.	447	456	4,47	4,56
d.	Karyawan selalu memberikan informasi promo atau diskon yang sedang berlangsung.	452	456	4,52	4,56
e.	Dalam berbelanja Matahari <i>Department Store</i> ini selalu memanjakan konsumen dalam berbelanja dengan musik yang enak didengar.	443	451	4,43	4,51
f.	Jumlah produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan.	438	447	4,38	4,47
g.	Jumlah produk yang dijual memenuhi keinginan.	436	446	4,36	4,46
Total Rata-rata				30,84	32,01
Rata-rata (\bar{X}; \bar{Y})				4,41	4,57
3.	Daya Tanggap				
a.	Karyawan mengambil barang tidak terlalu lama.	443	452	4,43	4,52
b.	Karyawan selalu sigap dalam menangani keluhan konsumen.	438	445	4,38	4,45
c.	Karyawan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.	437	448	4,37	4,48
d.	Kasir melayani transaksi dengan cepat.	432	450	4,32	4,5
e.	Kasir melayani transaksi dengan tepat.	437	439	4,37	4,39
f.	Kasir melayani transaksi dengan ramah.	438	449	4,38	4,49
Total Rata-rata				26,25	26,83
Rata-rata (\bar{X}; \bar{Y})				4,38	4,47

4.	Jaminan				
a.	Karyawan memiliki kemampuan yang baik untuk menanggapi masalah yang timbul.	427	441	4,27	4,41
b.	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik akan letak produk.	435	447	4,35	4,47
c.	Karyawan memiliki pengetahuan yang benar tentang harga produk.	433	459	4,33	4,59
d.	<i>Beauty Advisor</i> memiliki pengetahuan yang lebih spesifik mengenai perawatan kecantikan sesuai dengan produk yang dijualnya.	442	455	4,22	4,55
e.	Kasir memiliki kemampuan melakukan transaksi pada mesin <i>register</i> baik secara tunai dan kartu (debit ataupun kredit).	438	447	4,38	4,47
Total Rata-rata				21,75	22,49
Rata-rata (\bar{X}; \bar{Y})				4,35	4,49
5.	Empati				
a.	Karyawan memberikan saran secara individual kepada konsumen untuk membeli barang.	440	447	4,4	4,47
b.	Karyawan memperlakukan setiap konsumen tanpa memandang status sosial.	450	455	4,5	4,55
c.	Karyawan memberikan sambutan selamat datang di pintu utama secara bergantian.	440	447	4,4	4,47
d.	Karyawan menyapa <i>customer</i> yang datang dengan anggukan kepala dan senyuman sehingga membuat saya bersimpati.	443	450	4,43	4,5
Total Rata-rata				17,73	17,99
Rata-rata (\bar{X}; \bar{Y})				4,43	4,49
Total Rata-rata Keseluruhan				118,72	121,88
Rata-rata Keseluruhan(\bar{X} ; \bar{Y})				4,39	4,52

Sumber: Data Olahan, 2015

Dari Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai $\bar{X}=4,39$ dan $\bar{Y} = 4,52$, berarti nilai kepentingan (harapan) lebih besar dari nilai kepuasan. Artinya kepuasan konsumen masih di bawah harapan. Berdasarkan nilai-nilai tersebut dapat dibuat diagram kartesius untuk nilai faktor-faktor kepuasan konsumen.

Hasil analisis dari kuadran 4 (empat) terdiri dari:

Bukti Fisik/Berwujud

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh rata-rata $\bar{X} = 4,43$ dan $\bar{Y} = 4,51$, oleh karena itu dimensi kualitas pada bukti fisik terdapat pada kuadran B, artinya variabel ini dianggap sangat

penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* sangat memuaskan.

a. Tata letak produk di Matahari *Department Store* tertata dengan rapi. Variabel ini berada pada kuadran B, artinya variabel ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* sangat memuaskan.

b. Gedung Matahari *Department Store* bersih dan nyaman. Variabel ini berada pada kuadran B, artinya variabel ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* sangat memuaskan.

c. Para karyawan memiliki penampilan yang rapi. Variabel ini berada pada kuadran D, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* sangat memuaskan.

d. Meja kasir bersih dan rapi. Variabel ini berada pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* kurang memuaskan.

e. Jarak antara rak untuk menempatkan produk, memudahkan konsumen berjalan. Variabel ini berada pada kuadran C, artinya variabel ini

dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak kurang memuaskan.

Keandalan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata $\bar{X} = 4,41$ dan $\bar{Y} = 4,57$, oleh karena itu dimensi kualitas pada keandalan terdapat pada kuadran B, artinya variabel ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak sangat memuaskan.

- a. Kualitas produk yang dijual adalah produk yang berkualitas baik. Variabel ini berada pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak kurang memuaskan.
- b. Matahari sebagai *Department Store* yang pertama yang membuat saya percaya terhadap barang yang dijualnya. Variabel ini berada pada kuadran A, artinya variabel ini dianggap penting oleh konsumen dan pelaksanaannya dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak masih kurang memuaskan.
- c. Ketepatan jam operasional, misal jam buka toko, istirahat karyawan dan jam tutup toko sesuai. Variabel ini berada pada kuadran D, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store*

Tbk Mega *Mall* Pontianak sangat memuaskan.

- d. Karyawan selalu memberikan informasi promo atau diskon yang sedang berlangsung. Variabel ini berada pada kuadran D, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak sangat memuaskan.
- e. Dalam berbelanja Matahari *Department Store* ini selalu memanjakan konsumen dengan musik yang enak didengar. Variabel ini berada pada kuadran D, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak sangat memuaskan.
- f. Jumlah produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan. Variabel ini berada pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak kurang memuaskan.
- g. Jumlah produk yang dijual memenuhi keinginan. Variabel ini berada pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak kurang memuaskan.

Daya Tanggap

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata $\bar{X} = 4,38$ dan $\bar{Y} = 4,47$, oleh karena itu dimensi kualitas pada daya tanggap terdapat pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak kurang memuaskan.

- a. Karyawan mengambil barang tidak terlalu lama. Variabel ini berada pada kuadran B, artinya variabel ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak sangat memuaskan.
- b. Karyawan selalu sigap dalam menangani keluhan konsumen. Variabel ini berada pada kuadran D, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak sangat memuaskan.
- c. Karyawan selalutidak mengutamakan kepentingan pelanggan. Variabel ini berada pada kuadran A, artinya variabel ini dianggap penting oleh konsumen dan pelaksanaannya dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak masih kurang memuaskan.
- d. Kasir melayani transaksi dengan cepat. Variabel ini berada pada kuadran A, artinya variabel ini dianggap penting oleh konsumen dan pelaksanaannya dilakukan Matahari

Department Store Tbk Mega *Mall* Pontianak masih kurang memuaskan.

- e. Kasir melayani transaksi dengan tepat. Variabel ini berada pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak kurang memuaskan.
- f. Kasir melayani transaksi dengan ramah. Variabel ini berada pada kuadran B, artinya variabel ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak sangat memuaskan.

Jaminan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata $\bar{X} = 4,35$ dan $\bar{Y} = 4,47$, oleh karena itu dimensi kualitas pada jaminan terdapat pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak kurang memuaskan.

- a. Karyawan memiliki kemampuan yang baik untuk menanggapi masalah yang timbul. Variabel ini berada pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak kurang memuaskan.
- b. Karyawan memiliki pengetahuan yang baik akan letak produk. Variabel ini

- berada pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak kurang memuaskan.
- c. Karyawan memiliki pengetahuan yang benar tentang harga produk. Variabel ini berada pada kuadran A, artinya variabel ini dianggap penting oleh konsumen dan pelaksanaannya dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak masih kurang memuaskan.
 - d. *Beauty Advisor* memiliki pengetahuan yang lebih spesifik mengenai perawatan kecantikan sesuai dengan produk yang dijualnya. Variabel ini berada pada kuadran B, artinya variabel ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak sangat memuaskan.
 - e. Kasir memiliki kemampuan melakukan transaksi pada mesin *register* baik secara tunai dan kartu (*debit* ataupun *credit*). Variabel ini berada pada kuadran D, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak sangat memuaskan.
- variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak sangat memuaskan.
- a. Karyawan memberikan saran secara individual kepada konsumen untuk membeli barang. Variabel ini berada pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak kurang memuaskan.
 - b. Karyawan memperlakukan setiap konsumen tanpa memandang status sosial. Variabel ini berada pada kuadran B, artinya variabel ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak sangat memuaskan.
 - c. Karyawan memberikan sambutan selamat datang di pintu utama secara bergantian. Variabel ini berada pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store* Tbk Mega *Mall* Pontianak kurang memuaskan.
 - d. Karyawan menyapa *customer* yang datang dengan anggukan kepala dan senyuman sehingga membuat saya bersimpati. Variabel ini berada pada kuadran A, artinya variabel ini dianggap penting oleh konsumen dan pelaksanaannya dilakukan Matahari

Empati

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata $\bar{X} = 4,43$ dan $\bar{Y} = 4,49$, oleh karena itu dimensi kualitas pada empati terdapat pada kuadran D, artinya

Department Store Tbk Mega Mall Pontianak masih kurang memuaskan.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian pada di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai $\bar{X} = 4,39$ dan $\bar{Y} = 4,52$ secara keseluruhan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan telah diberikan oleh Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* masih di bawah standar yang diharapkan karena jumlah nilai kepentingan lebih besar dari jumlah nilai kepuasan.

Hasil dari diagram kartesius kualitas pelayanan Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* kedalam 5 dimensi kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah:

- **Bukti Fisik/Berwujud.** Berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata $\bar{X} = 4,43$ dan $\bar{Y} = 4,51$, oleh karena itu dimensi kualitas pada bukti fisik terdapat pada kuadran B, artinya variabel ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* sangat memuaskan.
- **Keandalan.** Berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata $\bar{X} = 4,41$ dan $\bar{Y} = 4,57$, oleh karena itu dimensi kualitas pada keandalan terdapat pada kuadran B, artinya variabel ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* sangat memuaskan.

- **Daya Tanggap.** Berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata $\bar{X} = 4,38$ dan $\bar{Y} = 4,47$, oleh karena itu dimensi kualitas pada daya tanggap terdapat pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* kurang memuaskan.
- **Jaminan.** Berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata $\bar{X} = 4,35$ dan $\bar{Y} = 4,47$, oleh karena itu dimensi kualitas pada jaminan terdapat pada kuadran C, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* kurang memuaskan.
- **Empati.** Berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata $\bar{X} = 4,43$ dan $\bar{Y} = 4,49$, oleh karena itu dimensi kualitas pada empati terdapat pada kuadran D, artinya variabel ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya yang dilakukan Matahari *Department Store Tbk Mega Mall Pontianak* sangat memuaskan.

Daftar Pustaka

- Dessler, Sumber Daya Manusia. Jakarta: Erlangga 1998. Hal: 85
- Djajendra, "Karyawan Adalah Modal Terpenting Perusahaan Untuk Menghasilkan Nilai Tambah Perusahaan.". Artikel manajemen SDM. Hal: 3
- Fandy Tjiptono (2005), Pemasaran Jasa, Kepuasan Konsumen, Malang, Bayu Media Publisng.

- Hadari Nawawi dan Mimi Maurtini, pengertian penerapan, Jakarta: Gajah Mada University Press, 1996, hal. 73
- Hariwijaya, M. Dan Djaelani, M. Bisri. Teknik Menulis Skripsi dan Thesis, Yogyakarta. Hanggar Kreator. 2004.
- Kotler. P, 2002, *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Lexy j. Moleong, Metodologi penelitian kualitatif, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002, hal. 86
- Mangkuprawira, Sjafri. 2003. Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik. Cetakan Kedua. Ghalia Indonesia. Jakarta. Hal: 33-34
- Martoyo, 2000. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Edisi 4, BPFE. Hal: 125
- Masri Singurimbun, sopfyan Efendi, Metode Penelitian Survei, Jakarta: LP3Es, 1989, hal. 2603
- Nazir. 2004. Metode Penelitian. Bandung: Galia Indonesia
- Simamora, 1995. Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: STIE YKPN. Hal: 66-68
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: AFABETA, CV.
- Suharsimi Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Gregorius, 2005, *Service, Quality dan Satisfaction*, Andi Yogyakarta.

Analisis Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Unit Pemeliharaan Jalan Dan Jembatan Pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat

Abstrak

Kemajuan suatu Daerah dapat dilihat dan diukur dari ketersediaan dan kemajuan infrastrukturnya seperti Prasarana Jalan, Jembatan, Gedung dan Perumahan, Pelabuhan Laut, Bandar Udara, Pasar sebagai Pusat Ekonomi, Prasarana Kesehatan, Irigasi dan Air Bersih, Prasarana Kesehatan dan Prasarana Dasar lainnya. Ketersediaan dan Penggunaan Infrastruktur tersebut diatas sangat erat kaitannya dengan Sumber Daya Manusia (SDM) baik sebagai Pembuat maupun sebagai Penggunaannya. Di Indonesia, salah satu Kementrian yang bertanggung jawab terhadap Pembangunan dan Ketersediaan salah satu Prasarana diatas khususnya dibidang Jalan, Jembatan, Gedung dan Perumahan serta Irigasi dan Air Bersih adalah Kementrian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. Dan khusus untuk Daerah Provinsi Kalimantan Barat kewenangannya ada di Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Unit Pemeliharaan Jalan dan Jembatan pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat yang berjumlah 68 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Sederhana. Berdasarkan Analisis Regresi Linear Sederhana diperoleh persamaan regresi $\hat{Y} = 78,693 + 0,053X$ yang artinya jika tidak ada peningkatan nilai motivasi kerja, maka nilai kinerja pegawai adalah 78,693. Nilai koefisien regresi sebesar 0,053 menyatakan bahwa jika nilai motivasi kerja di tingkat 1 satuan, maka nilai kinerja pegawai sebesar 0,053. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan Uji-F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 0,205. sedangkan F_{tabel} diperoleh nilai sebesar 3,99. Jadi diperoleh hasil bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $0,205 < 3,99$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi tidak ada pengaruh yang signifikan antara Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai Unit Pemeliharaan Jalan dan Jembatan pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat. Berdasarkan hasil Uji Koefisien Diterminasi diperoleh nilai $R = 0,056$ dan nilai (R_{square}) sebesar 0,003. Hal ini menunjukkan pengertian bahwa Kinerja Pegawai (Y) dipengaruhi sebesar 0,3% ($0,003 \times 100\%$) oleh Motivasi Pegawai (X), sedangkan sisanya sebesar 99,7% ($100\% - 0,3\%$) dipengaruhi oleh faktor lain dan karena kecilnya angka tersebut berarti mempunyai hubungan lemah antara kedua variabel. Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi diperoleh nilai korelasi sebesar 0,056 artinya terdapat hubungan antara motivasi kerja terhadap kinerja pegawai sebesar 0,056 dengan kekuatan hubungannya lemah.

Kata kunci : Motivasi Kerja, Kinerja Pegawai, Analisis Regresi Sederhana.

Pendahuluan

Kemajuan suatu Daerah dapat dilihat dan diukur dari ketersediaan dan kemajuan infrastrukturnya seperti Prasarana Jalan, Jembatan, Gedung dan Perumahan, Pelabuhan Laut, Bandar Udara, ketersediaan dan Penggunaan Infrastruktur sangat erat kaitannya dengan Sumber Daya Manusia (SDM) baik sebagai Pembuat maupun sebagai Penggunaannya.

Dedi Hariyanto, Rita Kesumawati

Universitas Muhammadiyah Pontianak

Salah satu program pembangunan dan ketersediaan prasarana dibidang infrastruktur Jalan dan Jembatan didaerah Provinsi Kalimantan Barat yang pelaksanaan tugas Pemeliharaannya baik secara Rutin dan Fungsional berada dibawah Unit Pemeliharaan Jalan dan jembatan (UPJJ) Dinas Pekerjaan Umum. Provinsi Kalimantan Barat sebagai Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) yang berjumlah 5 (lima) UPJJ yang wilayah kerjanya tersebar dalam Provinsi Kalimantan Barat yang terdiri dari 14 Kabupaten/Kota memiliki Pegawai berstatus Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Tugas pokok dan fungsi Unit Pelaksana Teknis meliputi Pembangunan/Peningkatan kualitas jalan, Pemeliharaan Berkala dan Pemeliharaan Rutin. Dalam pelaksanaan tugas inilah perkembangan pelaksanaan dari ketiga tugas pokok tersebut dapat dilihat dari sisi pembiayaan yang disediakan dalam dua jenis pembiayaan yaitu katagori jalan provinsi dan katagori jalan Nasional.

Penilaian terhadap kinerja pegawai sebagaimana ketentuan yang diterapkan oleh pemerintah secara nasional yang dahulunya disebutkan sebagai DP3 sekarang disebutkan dengan istilah SKP (Sasaran Kinerja Pegawai). Sesuai dengan sebutan itu maka pada awal tahun setiap Pegawai Negeri Sipil diwajibkan untuk menyusun Sasaran Kinerja yang harus dicapainya.

Sasaran kinerja Pegawai (SKP) sebagaimana pada implementasinya berupa target atau sasaran kerja yang

disusun oleh masing-masing pegawai sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya kemudian dilakukan pengukuran berdasarkan hasil capaian kerja selama 1 (satu) tahun dan pada tanggal 31 Desember setiap tahunnya dilakukan penilaian capaian sasaran kinerja yang jumlah nilai capaiannya dikalikan dengan 60 % untuk memperoleh nilai Sasaran Kerja Pegawai (SKP). Kemudian pimpinan memberikan penilaian Perilaku Kerja dimana total penilaian dikalikan dengan 40 %, hasil penilaian Indikator Utama tersebut menghasilkan Nilai Prestasi Kerja pegawai yang bersangkutan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul : "Analisis Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Unit Pemeliharaan Jalan dan Jembatan pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat."

Bahan dan Metode

Penelitian ini menggunakan metode survey. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer yang terdiri dari observasi, wawancara, dan kuesioner dan Data sekunder dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen dan mempelajari catatan-catatan dan literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Unit Pemeliharaan Jalan dan Jembatan pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat yang berjumlah 68 orang. Dalam penelitian ini, teknik

pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh atau sensus. Alat analisis yang digunakan adalah Uji Regresi Sederhana.

Hasil dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Unit Pemeliharaan Jalan dan Jembatan pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat yang berjumlah 68 orang. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari penyebaran kuesioner didapat identitas responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, golongan jabatan, masa kerja dan gaji per bulan. Berikut akan dibahas satu per satu mengenai identitas responden.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa sebagian besar responden atau sebanyak 88,24% berjenis kelamin laki-laki, sebagian besar responden atau sebanyak 54,41% berusia antara 38 – 49 tahun, sebagian besar responden atau sebanyak 47,06% memiliki pendidikan terakhir SMU/SMK, sebagian responden atau sebanyak 45,59% memiliki golongan jabatan yaitu Golongan II, sebagian responden atau sebanyak 42,65% memiliki masa kerja antara 21 - 30 tahun, sebagian responden atau sebanyak 58,82% memiliki gaji per bulan antara Rp. 1.600.000,00 - Rp. 3.399.999,00.

Uji Validitas

Hasil uji validitas variabel Motivasi Kerja (X) menunjukkan bahwa korelasi antara semua item (pertanyaan) dengan skor totalnya (r_{xy}) menunjukkan hasil

yang lebih besar dari r tabel baik dengan tingkat signifikansi 5% maupun 1%. Item yang memiliki validitas tertinggi dengan skor totalnya adalah pertanyaan ke-7 (Q7) dengan nilai korelasi sebesar 0,734 dan valid pada tingkat signifikansi 5% dan 1% dan item yang memiliki validitas terendah dengan skor totalnya adalah pertanyaan ke-2 (Q2) yaitu sebesar 0,244.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas instrumen variabel Motivasi Kerja (X) seperti yang terlihat pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* untuk keseluruhan skala pengukuran sebesar 0,764, dimana nilai *Alpha Cronbach* berada diatas minimal (0,60) sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut dapat dikatakan reliabel.

Analisis Regresi Sederhana

Hasil dari pengujian regresi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	78.693	6.899		11.406	.000
Motivasi Kerja	.053	.118	.056	.453	.652

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Hasil dari Uji Coefficients diperoleh hasil nilai konstanta = 4,034 dan nilai koefisien regresi = -0,001. Jadi diperoleh hasil persamaan perhitungan regresi linier sederhana adalah : $\hat{Y} = a + bX = 78,693 + 0,053X$ yang artinya jika tidak ada peningkatan nilai motivasi kerja, maka nilai kinerja pegawai adalah 78,693. Nilai koefisien regresi sebesar

0,053 menyatakan bahwa jika nilai motivasi kerja di tingkat 1 satuan, maka nilai kinerja pegawai sebesar 0,053.

Pengujian Hipotesis (Uji-F)

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai Unit Pemeliharaan Jalan dan Jembatan pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat.

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai Unit Pemeliharaan Jalan dan Jembatan pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat.

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2.632	1	2.632	.205	.652 ^a
Residual	847.537	66	12.841		
Total	850.169	67			

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja

b. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 0,205, sedangkan F_{tabel} diperoleh nilai sebesar 3,99 ($df_1 = k - 1$ atau $2 - 1 = 1$ dan $df_2 = n - k$ atau $68 - 2 = 66$). Jadi diperoleh hasil bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau ($0,205 < 3,99$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi tidak ada pengaruh yang signifikan antara Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai Unit Pemeliharaan Jalan dan Jembatan pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat.

Koefisien Diterminasi (Uji R²)

Hasil dari uji koefisien diterminasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.056 ^a	.003	-.012	3.58350	.003	.205	1	66	.652

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja

b. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Berdasarkan hasil dari tampilan tabel di atas menerangkan bahwa nilai $R = 0,056$ dan koefisien diterminasi (R_{square}) sebesar 0,003 Hal ini menunjukkan pengertian bahwa Kinerja Pegawai (Y) dipengaruhi sebesar 0,3% ($0,003 \times 100\%$) oleh Motivasi Pegawai (X), sedangkan sisanya sebesar 99,7% ($100\% - 0,3\%$) dipengaruhi oleh faktor lain dan karena kecilnya angka tersebut berarti mempunyai hubungan lemah antara kedua variabel.

Koefisien Korelasi

Adapun hasil koefisien korelasi yaitu :

Correlations

		Motivasi Kerja	Kinerja Pegawai
Motivasi Kerja	Pearson Correlation	1	.056
	Sig. (2-tailed)		.652
	N	68	68
Kinerja Pegawai	Pearson Correlation	.056	1
	Sig. (2-tailed)	.652	
	N	68	68

Dari hasil tabel di atas diperoleh nilai korelasi sebesar 0,056 artinya terdapat hubungan antara motivasi kerja terhadap kinerja pegawai sebesar 0,056 dengan kekuatan hubungannya lemah.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan dari pembahasan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan yaitu:

- Responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, dimana sebagian besar berusia 38-49 tahun, dimana sebagian besar responden berpendidikan terakhir SMU/SMK, sebagian besar golongan jabatan responden golongan II, dengan masa kerja antara 21-30 tahun dan sebagian besar gaji perbulan responden antara Rp. 1.600.000,00 sampai dengan Rp. 3.399.999,00.
- Berdasarkan Analisis Regresi Linear Sederhana diperoleh persamaan regresi $\hat{Y} = 78,693 + 0,053X$ yang artinya jika tidak ada peningkatan nilai motivasi kerja, maka nilai kinerja pegawai adalah 78,693. Nilai koefisien regresi sebesar 0,053 menyatakan bahwa jika nilai motivasi kerja di tingkat 1 satuan, maka nilai kinerja pegawai sebesar 0,053.
- Berdasarkan pengujian hipotesis dengan Uji-F diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,205. sedangkan F_{tabel} diperoleh nilai sebesar 3,99 ($df_1 = k - 1$ atau $2 - 1 = 1$ dan $df_2 = n - k$ atau $68 - 2 = 66$). Jadi diperoleh hasil bahwa $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau ($0,205 < 3,99$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi tidak ada pengaruh yang signifikan antara Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai Unit Pemeliharaan Jalan dan Jembatan pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat.

- Berdasarkan hasil dari tampilan tabel di atas menerangkan bahwa nilai $R = 0,056$ dan koefisien determinasi (R_{square}) sebesar 0,003. Hal ini menunjukkan pengertian bahwa Kinerja Pegawai (Y) dipengaruhi sebesar 0,3% ($0,003 \times 100\%$) oleh Motivasi Pegawai (X), sedangkan sisanya sebesar 99,7% ($100\% - 0,3\%$) dipengaruhi oleh faktor lain dan karena kecilnya angka tersebut berarti mempunyai hubungan lemah antara kedua variabel.
- Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi diperoleh nilai korelasi sebesar 0,056 artinya terdapat hubungan antara motivasi kerja terhadap kinerja pegawai sebesar 0,056 dengan kekuatan hubungannya lemah.

Berdasarkan apa yang telah diuraikan di atas penulis mencoba merumuskan saran-saran yang diharapkan dapat direalisasikan oleh pihak instansi dalam rangka meningkatkan kinerja pegawai yaitu :

- Dilakukannya suatu analisis menyeluruh untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kinerja pegawai pada Unit Pemeliharaan Jalan dan Jembatan pada Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Barat.
- Harus ditingkatkan lagi usaha motivasi karyawan agar hasil kinerja pegawai semakin meningkat guna tercapainya target pekerjaan yang baik dan sesuai dengan yang ditetapkan sebelumnya.

Daftar Pustaka

- Bangun Wilson, 2012, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hasibuan Malayu, S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi revisi, Bumi Aksara, Jakarta: Grasindo.
- Hasibuan Malayu, S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cetakan kesembilan, Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Husein Umar. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mangkunegara A.A Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. 2008. *Perilaku Organisasi*, Edisi ke-12, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kedua belas 2008. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharto dan Cahyono. 2005. *Pengaruh Budaya Organisasi, Kemimpinan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Sumber Daya Manusia di Sekretariat DPRD Propinsi Jawa Tengah*. Jurnal Riset & Bisnis Indonesia, Vol.1, No.1.
- Sulistiyani Ambar Teguh dan Rosidah, 2003, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Suwarni, Murti, dan Wahyuni Salamh. 2006. *Metode penelitian bisnis*, Yogyakarta: penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Jasa*. Eisi ke-2 Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2008 *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Tingkat Kepuasan Anggota Simpanan Syariah Terhadap Pelayanan Koperasi Simpan Pinjam Baitul Maal Wattamwil (KSP BMT) Barokah Abdussalam Sungai Ambawang Kabupaten Kubu Raya

Abstrak

Kepuasan anggota merupakan aspek yang sangat penting dalam bisnis jasa dalam memuaskan pelanggan dan bertahan dalam persaingan adalah memberikan pelayanan terbaik dan berkualitas. Oleh karena itu, pertumbuhan waktu ke waktu perlu selalu di tingkatkan. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan terhadap anggota simpanan syariah pada KSP BMT Barokah Abdussalam Sungai Ambawang. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif – kuantitatif yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok, data yang di kumpulkan di sebarakan kepada 85 simpanan syariah pada KSP BMT Barokah Abdussalam Sungai Ambawang sebagai sampel penelitian yang di ambil menggunakan teknik random sampling yang terdiri dari *Probability Sampling*. Penelitian ini menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan sebagai variabel, yaitu keandalan (*Reability*), daya tanggap (*Resvonsiveness*), kepastian (*Assurance*), Empaty (*Empathy*), Berwujud (*Tangible*). Yang di dalamnya memuat sebanyak 21 atribut pelayanan dan diukur menggunakan uji kartesius. Kelima dimensi ini di gunakan buntuk mengukur kepuasan anggota simpanan syariah pada KSP BMT Barokah Abdussalam Sungai Ambawang. Hasil dari kuesioner kemudian di tabulasi dan di analisis menggunakan analisis uji kartesius untuk mengukur kepentingan dan kepuasan anggota simpanan syariah pada KSP BMT Barokah Abdussalam Sungai Ambawang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa anggota simpanan syariah tidak puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh karyawan KSP BMT Barokah Abdussalam karena dari hasil rekapitulasi data nilai kepuasan lebih rendah yaitu : 4,29, sedangkan nilai kepentingan kepentingan yaitu : 4, 41. Hal ini berarti harapan anggota simpanan syariah terhadap kinerja pelayanan jasa tidak tercapai, sehingga anggota simpanan syariah tidak puas dengan pelayanan koperasi yang ada.

Kata Kunci: Kepuasan, dimensi kualitas jasa

Pendahuluan

Gerakan koperasi di Indonesia sudah dimulai sejak Tahun 1896 yang diprakarsai oleh seorang pamong praja bernama Patih R. Aria Wiria Atmaja di Purwokerto yang mendirikan sebuah Bank untuk para pegawai negeri (priyayi). Terdorong oleh keinginan untuk menolong para pegawai yang makin menderita karena terjerat oleh lintah darat yang memberikan pinjaman dengan bunga yang sangat tinggi.

Perkembangan koperasi juga dipengaruhi oleh adanya perkumpulan orang-orang yang bekerja sama dalam

Samsuddin dan Salman

Universitas Muhammadiyah Pontianak

menjalankan aktivitas usaha, sebut saja seperti berdirinya Syarikat Dagang Islam (SDI) pada Tahun 1905 yang dirintis oleh Haji Samanhudi di Surakarta. Organisasi Syarikat Dagang Islam pada awalnya merupakan perkumpulan pedagang-pedagang Islam. Tujuan awal organisasi ini untuk menghimpun para pedagang pribumi muslim. Organisasi Syarikat Dagang Islam merupakan organisasi ekonomi yang berdasarkan pada agama Islam dan perekonomian rakyat sebagai dasar pergerakannya.

Undang-undang Dasar 1945 menempatkan koperasi sebagai soko guru perekonomian Indonesia. Atas dasar itu koperasi sebagai suatu perusahaan yang permanen dan memungkinkan koperasi untuk berkembang secara ekonomis. Dengan demikian akan mampu memberikan pelayanan secara terus menerus dan meningkat kepada anggota serta masyarakat sekitarnya.

Meski sebelumnya gerakan ekonomi Islam gaungnya sudah ada sejak Tahun 1905 pada masa Syarikat Dagang Islam namun keberadaannya tidak dapat diwariskan sehingga terjadi kevakuman cukup lama hingga di era tahun delapan puluhan kembali gerakan ekonomi Islam tersebut diangkat kembali dengan munculnya Baituttamwil Teknosa di Bandung, kemudian disusul dengan munculnya Baituttamwil Ridho Gusti di Jakarta akan tetapi keduanya tidak bertahan lama hingga muncullah gerakan ekonomi Islam kembali pada Tahun 1992 dengan sebutan (BMT) Baitul Maal Wattamwil yang sampai saat ini masih tetap berkembang pesat

diberbagai daerah di Indonesia salah satunya koperasi yang ada di Kabupaten Kubu Raya dipilah dari berbagai kecamatan yang ada di Kabupaten tersebut mulai dari Kecamatan Sungai Ambawang, Kuala Mandor, Kubu, Sungai Raya, Kakap, Rasau Jaya, Teluk Pakkedai, dan Kecamatan Terentang yang jumlah seluruh koperasi yaitu sekitar 450 koperasi sedangkan yang masih aktif sekitar 374 dan yang tidak aktif mencapai 76 koperasi. Salah satunya koperasi yang masih aktif adalah Koperasi Simpan Pinjam BMT Barokah Abdussalam tepatnya berada di Desa Pasak Kecamatan Sungai Ambawang Kabupaten Kubu Raya.

Bahan dan Metode

Bentuk penelitian ini adalah survei yang mengambil sampel melalui pengamatan, wawancara, dan questioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota simpanan syariah pada KSP BMT Barokah Abdussalam yang berjumlah 578 orang dan 85 orang di antaranya dijadikan sampel. Alat analisis dalam penelitian ini adalah diagram Kartesius.

Hasil dan Pembahasan

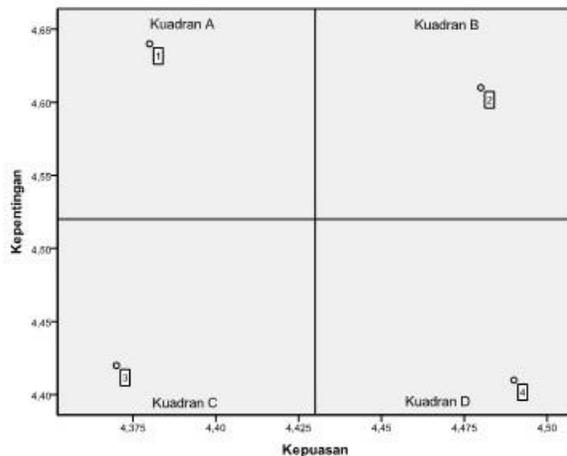
Penilaian Responden Terhadap Dimensi Keandalan (*Realibility*)KSP BMT Barokah Abdussalam,2015.

Atribut	Kepuasan						Kepentingan							
	5	4	3	2	1	Total	X	5	4	3	2	1	Total	Y
Prosedur untuk menjadi anggota simpanan syariah tidak berbelit-belit	36	47	1	1	0	373	4,38	48	36	3	1	0	395	4,46
Kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan	43	40	2	0	0	381	4,48	55	27	3	0	0	392	4,61
Jadwal pelayanan yang sesuai dengan yang ditentukan	32	51	2	1	0	372	4,37	40	42	2	1	0	375	4,42
Kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan	47	35	1	2	0	382	4,49	38	44	3	0	0	375	4,41
	Rata-rata						4,43	Rata-rata						4,47

Sumber : Data Olahan Kuesioner, 2015

Berdasarkan Tabel 4.28 di atas dapat diketahui rata-rata kepuasan dimensi keandalan sebesar 4,43 sedangkan rata-rata kepentingan dimensi keandalan sebesar 4,47. Diagram Kartesius hasil kepuasan dan kepentingan dimensi keandalan dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar Dimensi Keandalan (*Realibility*)



Gambar di atas menunjukkan letak atribut-atribut keandalan pelayanan KSP BMT Barokah Abdussalam Sungai

Ambawang. Interpretasi Diagram Kartesius tersebut sebagai berikut:

Kuadran A

Atribut keandalan (*realibility*) yang masuk kuadran A adalah prosedur untuk menjadi anggota simpanan syariah tidak berbelit-belit.

Kuadran B

Atribut keandalan (*realibility*) yang masuk kuadran B adalah alam mkecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan.

Kuadran C

Atribut keandalan (*realibility*) yang masuk kuadran C adalah jadwal pelayanan yang sesuai dengan yang ditentukan

Kuadran D

Atribut keandalan (*realibility*) yang masuk kuadran D adalah kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan.

Penilaian Responden Terhadap Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)KSP BMT Barokah Abdussalam, 2015

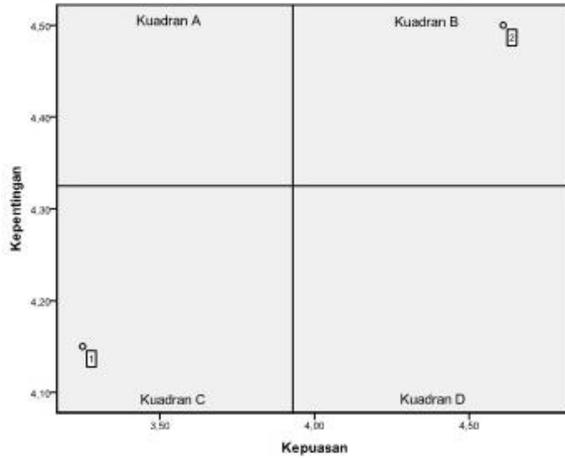
Atribut	Kepuasan						Kepentingan							
	5	4	3	2	1	Total	X	5	4	3	2	1	Total	Y
Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti	21	41	2	1	0	277	3,25	30	48	3	1	0	353	4,15
Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi keluhan anggota	59	20	5	1	0	392	4,61	44	40	1	0	0	384	4,5
	Rata-rata						3,93	Rata-rata						4,32

Sumber : Data Olahan Kuesioner, 2015

Berdasarkan Tabel 4.29 di atas dapat diketahui rata-rata kepuasan dimensi daya tanggap sebesar 3,93 sedangkan rata-rata kepentingan dimensi daya tanggap sebesar 4,32. Diagram Kartesius hasil kepuasan dan kepentingan

dimensi daya tanggap dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar Daya Tanggap (*Responsiveness*)



Gambar di atas menunjukkan letak atribut-atribut daya tanggap pelayanan pada KSP BMT Baokah Abdussalam. Interpretasi Diagram Kartesius tersebut sebagai berikut:

Kuadran A

Tidak ada atribut daya tanggap (*responsiveness*) yang masuk kuadran A.

Kuadran B

Atribut daya tanggap (*responsiveness*) yang masuk kuadran B adalah Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti

Kuadran C

Atribut daya tanggap (*responsiveness*) yang masuk kuadran C adalah Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi keluhan anggota

Kuadran D

Tidak ada atribut daya tanggap (*responsiveness*) yang masuk kuadran D.

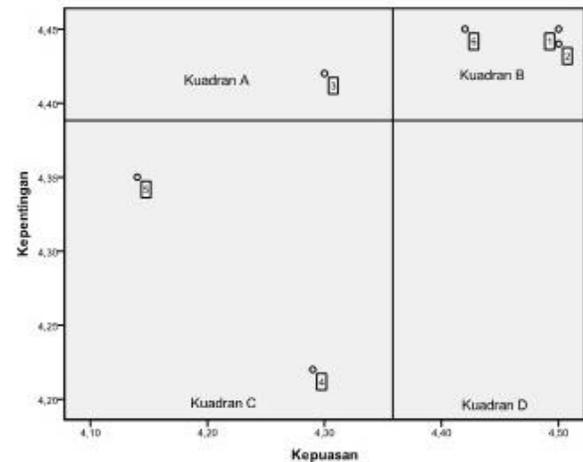
Penilaian Responden Terhadap Dimensi Jaminan (*Assurance*), KSP BMT Barokah Abdussalam, 2015

Atribut	Kepuasan						Kepentingan								
	5	4	3	2	1	Total	X	5	4	3	2	1	Total	Y	
Kesopanan karyawan ketika melayani anggota	45	38	2	0	0	383	4,5	41	42	2	0	0	379	4,45	
Pengetahuan karyawan mengenai simpanan syariah	50	30	3	2	0	383	4,5	40	43	2	0	0	378	4,44	
Jaminan keamanan dalam pelayanan	34	44	6	1	0	366	4,3	37	35	1	6	0	376	4,42	
Kejujuran karyawan dalam memberikan pelayanan	39	36	7	2	1	365	4,29	27	51	4	4	0	359	4,22	
Karyawan dapat menjawab pertanyaan mengenai simpanan syariah dengan baik	24	56	2	1	0	352	4,14	34	50	1	0	0	373	4,35	
Nama baik BMT Barokah Abdussalam	38	45	2	0	0	376	4,42	48	30	5	2	0	379	4,45	
	Rata-rata							4,36	Rata-rata						4,39

Sumber : Data Olahan Kuesioner, 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui rata-rata kepuasan dimensi jaminan sebesar 4,36 sedangkan rata-rata kepentingan dimensi jaminan sebesar 4,39. Diagram Kartesius hasil kepuasan dan kepentingan dimensi jaminan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar Dimensi Jaminan (*Assurance*)



Gambar di atas menunjukkan letak atribut-atribut jaminan (*assurance*) pada KSP BMT Barokah Abdussalam. Interpretasi Diagram Kartesius tersebut sebagai berikut:

Kuadran A

Atribut jaminan (*assurance*) yang masuk kuadran A adalah jaminan keamanan dalam pelayanan.

Kuadran B

Atribut jaminan (*assurance*) yang masuk kuadran B adalah Pengetahuan karyawan mengenai simpanan syariah, kesopanan karyawan ketika melayani anggota, nama baik BMT Barokah Abdussalam.

Kuadran C

Atribut jaminan (*assurance*) yang masuk kuadran C adalah Kejujuran karyawan dalam memberikan pelayanan dan karyawan dapat menjawab pertanyaan mengenai simpanan syariah dengan baik.

Kuadran D

Atribut Jaminan (*assurance*) tidak ada atribut yang masuk kuadran D.

Penilaian Responden Terhadap Dimensi Empati (*Emphaty*), KSP BMT Barokah Abdussalam, 2015

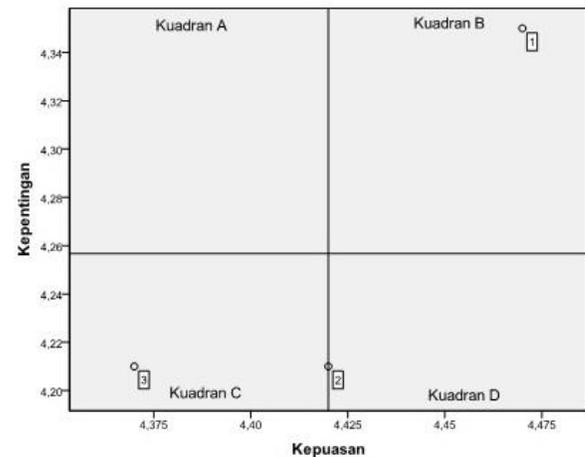
Atribut	Kepuasan						Total	X	Kepentingan						Total	Y
	5	4	3	2	1	0			5	4	3	2	1	0		
Karyawan memberikan perhatian khusus terhadap masalah tertentu	41	43	1	0	0	0	380	4,47	39	40	3	3	0	0	370	4,35
Kemudahan dalam menghubungi BMT	28	48	8	1	0	0	358	4,21	34	39	8	4	0	0	358	4,21
Karyawan memberikan pelayanan kepada semua anggota tidak memandang status sosial	35	42	9	1	0	0	372	4,37	29	47	7	2	0	0	358	4,21
	Rata-rata							4,35	Rata-rata							4,25

Sumber : Data Olahan Kuesioner, 2015

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui rata-rata kepuasan dimensi empati sebesar 4,35 sedangkan rata-rata kepentingan dimensi empati sebesar 4,25. Diagram Kartesius hasil kepuasan dan kepentingan dimensi jaminan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.4

Dimensi Empati (*Emphaty*)



Gambar di atas menunjukkan letak atribut-atribut empati (*emphaty*) pada KSP BMT Barokah Abdussalam. Interpretasi Diagram Kartesius tersebut sebagai berikut:

Kuadran A

Atribut Empati (*emphaty*) tidak ada atribut yang masuk pada kuadran A

Kuadran B

Atribut Empati (*emphaty*) yang masuk kuadran B adalah Karyawan memberikan perhatian khusus terhadap masalah tertentu.

Kuadran C

Atribut Empati (*emphaty*) yang masuk kuadran C adalah Karyawan memberikan pelayanan kepada semua anggota tidak memandang status sosial

Kuadran D

Atribut Empati (*emphaty*) atribut yang masuk kuadran D adalah Kemudahan dalam menghubungi BMT.

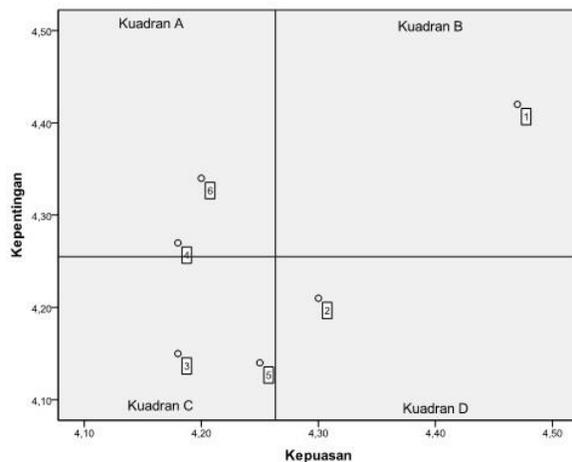
Penilaian Responden Terhadap Dimensi Berwujud (*Tangible*), KSP BMT Barokah Abdussalam, 2015

Atribut	Kepuasan						Kepentingan							
	5	4	3	2	1	Total	X	5	4	3	2	1	Total	Y
Tersedianya tempat parkir yang luas	27	50	4	4	0	355	4,17	40	42	2	1	0	376	4,42
Kebersihan ruang pelayanan	34	44	6	1	0	366	4,3	37	35	7	6	0	358	4,21
Kerapian ruang pelayanan	29	46	7	3	0	356	4,18	17	65	2	1	0	353	4,15
Kenyamanan ruang pelayanan kerja	24	53	8	0	0	356	4,18	25	58	2	0	0	363	4,27
Kelengkapan fasilitas kerja	34	42	7	1	1	362	4,25	30	37	18	0	0	352	4,14
Karyawan berpakaian rapi	32	45	1	7	0	357	4,2	40	34	11	0	0	369	4,34
	Rata-rata						4,21	Rata-rata						4,25

Sumber : Data Olahan Kuesioner, 2015

Berdasarkan Tabel 4.32 di atas dapat diketahui rata-rata kepuasan dimensi berwujud sebesar 4,21 sedangkan rata-rata kepentingan dimensi berwujud sebesar 4,25. Diagram Kartesius hasil kepuasan dan kepentingan dimensi jaminan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar Dimensi Berwujud (*Tangible*)



Gambar di atas menunjukkan letak atribut-atribut berwujud (*tangible*) pada

KSP BMT Barokah Abdussalam. Interpretasi Diagram Kartesius tersebut sebagai berikut:

Kuadran A

Atribut berwujud (*tangible*) yang masuk pada kuadran A adalah Karyawan berpakaian rapi, Kenyamanan ruang pelayanan kerja.

Kuadran B

Atribut berwujud (*tangible*) yang masuk kuadran B adalah Tersedianya tempat parkir yang luas.

Kuadran C

Atribut berwujud (*tangible*) yang masuk kuadran C adalah Kerapian ruang pelayanan, Kelengkapan fasilitas kerja.

Kuadran D

Atribut berwujud (*tangible*) atribut yang masuk kuadran D adalah Kebersihan ruang pelayanan.

Berdasarkan analisis Diagram Kartesius kelima dimensi kualitas jasa di atas, maka didapatkan disimpulkan:

Variabel	Atribut	Kuadran
Keandalan (<i>Reliability</i>)	1. Prosedur untuk menjadi anggota simpanan syariah tidak berbelit-belit	Kuadran A
	2. Kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan	Kuadran B
	3. Jadwal pelayanan sesuai dengan yang ditentukan	Kuadran C
	4. Kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan	Kuadran D
Daya Tanggap (<i>Responsibility</i>)	5. Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti	Kuadran C
	6. Karyawan cepat tanggap menanggapi keluhan anggota	Kuadran B
Jaminan (<i>Assurance</i>)	7. Kesopanan karyawan ketika melayani anggota	Kuadran B
	8. Pengetahuan karyawan mengenai simpanan syariah	Kuadran B
	9. Jaminan keamanan dalam pelayanan	Kuadran A
	10. Kejujuran karyawan dalam memberikan pelayanan	Kuadran C
	11. Karyawan dapat menjawab pertanyaan mengenai simpanan syariah dengan baik	Kuadran C
	12. Nama baik BMT Barokah Abdussalam	Kuadran B
Empati (<i>Emphaty</i>)	13. Karyawan memberikan perhatian khusus terhadap masalah tertentu	Kuadran B
	14. Kemudahan dalam menghubungi BMT	Kuadran D
	15. Karyawan memberikan pelayanan kepada semua anggota tidak memandang status sosial	Kuadran C
Berwujud (<i>Tangible</i>)	16. Tersedianya tempat yang luas	Kuadran B
	17. Kebersihan ruang pelayanan	Kuadran D
	18. Kerapian ruang pelayanan	Kuadran C
	19. Kenyamanan ruang pelayanan	Kuadran C
	20. Kelengkapan fasilitas kerja	Kuadran C
21. Karyawan berpakaian rapi	Kuadran A	

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Dimensi Keandalan (*Reliability*) kepuasan terhadap pelayanan jasa KSP BMT Barokah Abdussalam yang perlu dipertahankan adalah: Kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan, yang perlu dipertimbangkan kembali peningkatannya adalah: Jadwal pelayanan sesuai dengan yang ditentukan, yang dapat dikurangi peningkatannya adalah: Kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan, yang perlu diperbaiki adalah: Prosedur untuk menjadi anggota simpanan syariah tidak berbelit-belit.
- Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) kepuasan terhadap pelayanan jasa KSP BMT Barokah Abdussalam yang perlu dipertahankan adalah: Karyawan cepat tanggap menanggapi keluhan anggota, yang perlu dipertimbangkan kembali peningkatan adalah: Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti.
- Dimensi Empati (*Empathy*) kepuasan terhadap pelayanan jasa KSP BMT Barokah Abdussalam yang perlu dipertahankan adalah: Karyawan memberikan perhatian khusus terhadap masalah tertentu, yang perlu dipertimbangkan kembali peningkatan adalah: Karyawan memberikan pelayanan kepada semua anggota tidak memandang status sosial, yang dapat

dikurangi peningkatannya adalah: Kemudahan dalam menghubungi BMT

- Dimensi Kepastian (*Assurance*) kepuasan terhadap pelayanan jasa KSP BMT Barokah Abdussalam yang perlu harus diperbaiki adalah: Jaminan keamanan dalam pelayanan, yang perlu dipertahankan adalah: Kesopanan karyawan ketika melayani anggota, Nama baik BMT Barokah Abdussalam, Pengetahuan karyawan mengenai simpanan syariah, yang dapat dipertimbangkan kembali peningkatannya: Kejujuran karyawan dalam memberikan pelayanan, Karyawan dapat menjawab pertanyaan mengenai simpanan syariah dengan baik.
- Dimensi Berwujud (*Tangible*) kepuasan terhadap pelayanan jasa KSP BMT Barokah Abdussalam, yang perlu harus diperbaiki adalah: Kenyamanan ruang pelayanan, karyawan berpakaian rapi yang perlu dipertahankan adalah: Tersedianya tempat yang luas, yang perlu dipertimbangkan kembali peningkatan adalah: Kerapian ruang pelayanan, kelengkapan fasilitas kerja, yang dapat dikurangi peningkatannya: Kebersihan ruang pelayanan.

Daftar Pustaka

- Andrian Payne. 2000. **Services Marketing Pemasaran Jasa**. Penerbit Andi Yogyakarta. Jilid II.
- Danang Sunyoto, 2012, **Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**, CAPS (Center for

- Academic Publishing Service),
Yogyakarta
- Danang Sunyoto, 2014, **Dasar-dasar Manajemen Pemasaran.**(Konsep, Strategi, dan Kasus) Cet. 1- Yogyakarta
- Fendy Tjiptono, 2012, **Service Manajemen** (Mewujudkan Layanan Prima), Edisi 2, Andi, Yogyakarta.
- Giofany Rondonuwu, 2014. “ **Tingkat Kepuasan Konsumen di Restoran Mcdonald’s Manado**” Jurnal Ekonomi. Hal. 1-18. Universitas Sam Ratulangi. Manado
- J. Supranto, M. A, 2001, **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan**, Cetakan Keempat, Rineka Cipta, Jakarta.
- Nur S. Buchori. 2003. **Koperasi Syariah Teori dan Praktik.** Penerbit Pustaka. AuFa Media (PAM Press) Tangerang Selatan
- Nurul Huda dan Muhammad Heykal, 2010, **Lembaga Keuangan Islam.** Cetakan kedua, Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Raudhah Maria Ulfah, 2008. “ **Analisis Variabel Pembentuk Kepuasan Konsumen Pada Ritel Hipermarket di Depok**” Jurnal Ekonomi. Hal. 1-7. Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Siregar, Syofian. 2014. **Statistik Parametrik.** Jakarta: Bumi Aksara.
- Philip Kotler. 1992. **Manajemen Pemasaran.** Jilid II. Penerbit Penerbit. Jakarta
- Philip Kotler. 2002. **Manajemen Pemasaran.** Edisi Melenium. Jilid II. Penerbit Prenhallindo. Jakarta
- Prof. Dr. Drs. H. Abdul Manan, S.H, S.IP, M. Hum. 2012. **Hukum Ekonomi Islam Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama.** Cetakan ke 1. Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Prof. Dr. Sugiono. 2011. **Metode Penelitian Pendidikan.** Cetakan ke 13. Alfabeta, cv
- Sugiono. 2011. **Metode Penelitian Bisnis.** Lembaga Penerbit CV. Alvabit. Bandung
- Tjiptono. 2003. **Manajemen Jasa.** Penerbit Andi. Yogyakarta.

Analisis Kualitas Pelayanan Taksi CV. Dhafin Transport Jurusan Pontianak-Pemangkat

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan CV. Dhafin Transport Jurusan Pontianak-Pemangkat. Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen CV. Dhafin Transport. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang menjadi pelanggan tetap pada CV. Dhafin Transport. Hasil penelitian dari kualitas pelayanan pada CV. Dhafin Transport jurusan Pontianak-Pemangkat dapat dilihat bahwa responden merasa puas, dengan nilai harapan sebesar $Y = 4,32$ dan nilai kepuasan lebih tinggi yaitu sebesar $X = 4,51$. Berdasarkan hasil analisis menggunakan diagram kartesius bahwa variabel *Assurance* dan *Tangible* berada pada kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap, mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan responden sehingga mengecewakan/tidak puas. Variabel *Emphaty* berada pada kuadran B menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Unsur ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Variabel *Reliability* dan *Responsiveness* berada pada kuadran C menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja tapi dianggap kurang memuaskan.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

Pendahuluan

Sejalan dengan kemajuan dalam pendidikan, perekonomian yang lebih makmur, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka kesadaran masyarakat terhadap unsur – unsur pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan semakin meningkat. Pada saat ini kesadaran konsumen akan pentingnya nilai kualitas pelayanan (*Service Quality*) yang diberikan oleh perusahaan, baik dalam bentuk jasa maupun dalam bentuk barang semakin meningkat. Dari beberapa pengalaman menunjukkan bahwa atas pemberian suatu kualitas jasa/pelayanan tertentu akan menimbulkan penilaian yang berbeda dari setiap konsumen, karena tergantung dari bagaimana konsumen

Devi Yasmin, Sartika Arni

Universitas Muhammadiyah Pontianak

mengharapkan kualitas jasa/pelayanan tersebut.

Salah satu sektor jasa yang memiliki peranan yang cukup vital dalam menunjang kegiatan sehari-hari adalah sektor jasa transportasi. Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting bagi kehidupan. Pentingnya transportasi tersebut tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa angkutan bagi mobilitas orang serta barang sebagai akibat meningkatnya perkembangan penduduk dan pengembangan pemukiman di kota-kota besar. Salah satu jenis transportasi yang dapat dijadikan alternatif untuk mengatasi permasalahan kebutuhan transportasi masyarakat di atas adalah taxi.

Taksi merupakan alat transportasi dengan banyak keunggulan seperti rendah polusi, bebas macet, bersifat massal, biaya lebih murah, dan juga waktu relatif lebih cepat. Dengan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh taksi di atas, diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan guna menjadi solusi permasalahan transportasi perkotaan yang semakin kompleks.

Saat ini banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah untuk memuaskan pelanggan atau konsumen. Cara pengungkapannya mungkin beragam, ada yang merumuskannya “memberikan segala sesuatu yang diharapkan setiap pelanggan”, “pelanggan adalah raja”, “kepuasan pelanggan adalah kepuasan kami”, dan sebagainya. Situasi ini tidak hanya terjadi pada sektor swasta, tetapi juga

pada perusahaan atau instansi pemerintah. Kini semakin disadari bahwa pelanggan merupakan aspek utama dalam rangka memenangkan persaingan.

Menurut Umar, (2005:6): “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya”. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran (2007:177): “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”.

Kebutuhan pelanggan sangat menentukan kualitas yang akan diberikan oleh perusahaan sehingga kualitas yang tinggi bukan berdasar pada persepsi pelanggan. Seperti yang dikemukakan oleh Zeithaml dan Berry (2007:17): “bahwa perusahaan harus menetapkan *customer defined standards* yang merupakan pelaksanaan standar pelayanan berdasarkan kebutuhan pelanggan

Bahan dan Metode

Dalam penelitian ini digunakan metode survei. Teknik pengumpulan data, yaitu Data Primer melalui wawancara, kuisioner, observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari

CV. Dhafin Transport Jurusan Pontianak-Pemangkat. Data tersebut berupa catatan, dokumen dan arsip sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini. Populasi adalah semua pelanggan yang pernah dan masih menjadi pelanggan tetap pada CV. Dhafin Transport Jurusan Pontianak-Pemangkat. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang melalui *accidental sampling*.

Hasil Dan Pembahasan

Rekapitulasi Nilai Harapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Variabel <i>Reliability</i>	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
	Harapan						
Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
Sopir menjemput penumpang tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan	73	10	12	15	0	471	4,71
Perusahaan menyediakan jadwal keberangkatan taksi sesuai dengan kebutuhan penumpang	45	15	20	5	10	365	3,65
Perusahaan memberikan pelayanan ekstra di luar jadwal untuk memenuhi kebutuhan penumpang	45	20	15	0	10	360	3,60
Sopir mengantar penumpang sampai ke tempat tujuan	70	18	12	0	0	458	4,58
Jumlah						413	4,13

Variabel <i>Assurance</i>	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
	Harapan						
Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
Sopir selalu jujur sehingga penumpang tidak merasa khawatir dengan barang bawaannya yang tertinggal	80	10	10	0	0	470	4,70
Sopir membuat penumpang merasa aman dari tindak kejahatan	65	20	5	10	0	440	4,40
Tarif yang ditetapkan sesuai dengan tempat tujuan	40	20	15	25	0	375	3,75
Karyawan selalu bersikap ramah dan sopan	78	22	0	0	0	478	4,78
Sopir selalu bersikap ramah dan sopan	78	12	10	0	0	468	4,68
Sopir sangat terampil dalam mengendarai kendaraan	67	33	0	0	0	467	4,67
Sopir mengetahui rute perjalanan dan lokasi tujuan penumpang	80	5	15	0	0	465	4,65

Variabel <i>Responsiveness</i>	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
	Harapan						
Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat jika penumpang melakukan pemesanan taksi	45	25	10	0	0	305	3,05
Sopir selalu menanggapi keluhan penumpang	73	15	0	12	0	449	4,49
Karyawan selalu sabar dan memberikan pelayanan terbaik dalam menanggapi keluhan penumpang	50	20	30	0	0	420	4,20

Variabel <i>Empathy</i>	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
	Harapan						
Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
Sopir sangat memperhatikan kepentingan penumpang	78	22	0	0	0	478	4,78
Karyawan memperhatikan kebutuhan dan keinginan penumpang	87	13	0	0	0	487	4,87
Sopir bersedia menolong penumpang yang bermasalah saat dalam perjalanan	70	30	0	0	0	470	4,70
Sopir membuat penumpang merasa spesial	50	30	20	0	0	430	4,30
Sopir bersedia memenuhi permintaan penumpang untuk singgah karena keadaan terdesak (misalnya buang air)	56	25	19	0	0	425	2,25
Jumlah						458	4,58

Variabel <i>Tangible</i>	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
	Harapan						
Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
Mobil yang digunakan memiliki tempat duduk yang nyaman bagi penumpang	80	20	0	0	0	480	4,80
Kondisi di dalam mobil bersih dan rapi	75	15	10	0	0	465	4,65
Penampilan sopir bersih dan rapi	55	25	20	0	0	435	4,35
Pengaturan suhu udara (<i>air conditioner</i>) sesuai dengan kebutuhan penumpang	80	20	0	0	0	480	4,80
Penumpang disediakan air mineral	56	20	24	0	0	432	4,32
Mobil yang digunakan diberi pengharum ruangan	70	20	10	0	0	460	4,60
Di dalam mobil disediakan kantong plastik untuk penumpang yang mabuk (muntah)	23	25	18	12	20	313	3,13
Jumlah						43,7	4,37
Y						337	3,37

Berdasarkan tabel di atas tersebut menunjukkan bahwa responden sangat puas terhadap kualitas pelayanan Taksi CV. Dhafin Transport Jurusan Pontianak-Pemangkat dengan nilai rata-rata keseluruhan pertanyaan adalah $Y = 3,37$.

Rekapitulasi Nilai Kepuasan Terhadap Kualitas Pelayanan

Supaya lebih mudah dalam menganalisis, maka peneliti membuat penilaian terhadap kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil di atas disajikan dalam bentuk tabel secara keseluruhan dapat dilihat sebagai berikut:

Rekapitulasi Nilai Kepuasan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Variabel <i>Reliability</i>	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
	Kepuasan						
Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
Sopir menjemput penumpang tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan	56	24	0	10	10	350	3,50
Perusahaan menyediakan jadwal keberangkatan taksi sesuai dengan kebutuhan penumpang	65	15	10	10	0	432	4,32
Perusahaan memberikan pelayanan ekstra di luar jadwal untuk memenuhi kebutuhan penumpang	43	37	20	0	0	423	4,23
Sopir mengantar penumpang sampai ke tempat tujuan	90	10	0	0	0	460	4,60
Jumlah						41,6	4,16

Variabel <i>Responsiveness</i>	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
	Kepuasan						
Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat jika penumpang melakukan pemesanan taksi	54	20	26	0	0	428	4,28
Sopir selalu menanggapi keluhan penumpang	50	30	10	10	0	420	4,20
Karyawan selalu sabar dan memberikan pelayanan terbaik dalam menanggapi keluhan penumpang	67	10	13	10	0	434	4,34
Jumlah						42,7	4,27

Variabel <i>Assurance</i>	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
	Kepuasan						
Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
Sopir selalu jujur sehingga penumpang tidak merasa khawatir dengan barang bawaannya yang tertinggal	70	15	15	0	0	455	4,55
Sopir membuat penumpang merasa aman dari tindak kejahatan	80	20	0	0	0	480	4,80
Tarif yang ditetapkan sesuai dengan tempat tujuan	65	14	21	0	0	444	4,44
Karyawan selalu bersikap ramah dan sopan	90	10	0	0	0	490	4,90
Sopir selalu bersikap ramah dan sopan	80	20	0	0	0	480	4,80
Sopir sangat terampil dalam mengendarai kendaraan	56	25	19	0	0	437	4,37
Sopir mengetahui rute perjalanan dan lokasi tujuan penumpang	80	20	0	0	0	480	4,80
Jumlah						46,6	4,66

Variabel <i>Empathy</i>	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
	Kepuasan						
Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
Sopir sangat memperhatikan kepentingan penumpang	80	10	10	0	0	470	4,70
Karyawan memperhatikan kebutuhan dan keinginan penumpang	90	10	0	0	0	490	4,90
Sopir bersedia menolong penumpang yang bermasalah saat dalam perjalanan	50	25	25	0	0	425	4,25
Sopir membuat penumpang merasa spesial	70	15	10	5	0	440	4,40
Sopir bersedia memenuhi permintaan penumpang untuk singgah karena keadaan terdesak (misalnya buang air)	70	30	0	0	0	470	4,70
Jumlah						459	4,59

Variabel <i>Tangible</i>	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
	Kepuasan						
Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
Mobil yang digunakan memiliki tempat duduk yang nyaman bagi penumpang	90	10	0	0	0	490	4,90
Kondisi di dalam mobil bersih dan rapi	80	20	0	0	0	480	4,80
Penampilan sopir bersih dan rapi	60	30	10	0	0	450	4,50
Pengaturan suhu udara (<i>air conditioner</i>) sesuai dengan kebutuhan penumpang	90	10	0	0	0	490	4,90
Penumpang disediakan air mineral	56	20	24	0	0	432	4,32
Mobil yang digunakan diberi pengharum ruangan	81	19	0	0	0	481	4,81
Di dalam mobil disediakan kantong plastik untuk penumpang yang mabuk (muntah)	20	23	25	18	10	313	3,13
Jumlah						448	4,48
						X	451

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kepuasan responden pada kualitas pelayanan pada taksi CV. Dhafin Transport Jurusan Pontianak-Pemangkat sangat puas, dengan nilai rata-rata keseluruhan pernyataan responden yaitu **X= 4,51**.

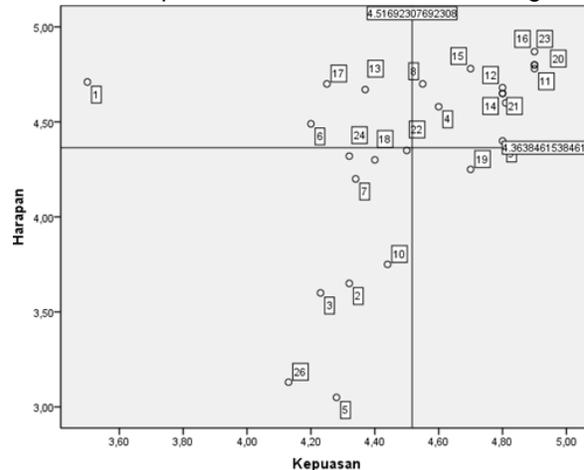
Dari nilai rekapitulasi tersebut dapat dilihat nilai harapan $Y= 4,32$ lebih kecil dari nilai kepuasan ($X= 4,51$) dan dapat disimpulkan bahwa responden puas atas pelayanan taksi CV. Dhafin Transport.

Analisis Data Diagram Kartesius

Untuk dapat mengetahui berbagai variabel apa saja yang dianggap penting

dan berpengaruh langsung pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka dilakukan analisis lanjutan menggunakan diagram kartesius. Hasil analisis menggunakan diagram kartesius diketahui sebagai berikut:

Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan Taksi CV. Dhafin Transport Jurusan Pontianak-Pemangkat



Keterangan :

- Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan responden sehingga mengecewakan/tidak puas.
- Kuadran B menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Unsur ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- Kuadran C menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan

biasa-biasa saja tapi dianggap kurang memuaskan.

- Kuadran D menunjukkan faktor yang kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor ini dianggap kurang penting, tapi sangat memuaskan.

Setelah dilakukan analisis menggunakan diagram kartesius, dapat diketahui poin pada variabel mana saja yang sebaiknya dilakukan perbaikan dan peningkatan agar indikator kualitas pelayanan CV. Dhafin Transport jurusan Pontianak-Pemangkat semakin meningkat.

Rekapitulasi Nilai Kualitas Pelayanan Terhadap Responden CV. Dhafin Transport Jurusan Pontianak-Pemangkat

No	Harapan	Kepuasan	Kuadran
1	4,71	3,50	A
2	3,65	4,32	C
3	3,60	4,23	C
4	4,58	4,60	B
5	3,05	4,28	C
6	4,49	4,20	A
7	4,20	4,34	C
8	4,70	4,55	B
9	4,40	4,80	B
10	3,75	4,44	C
11	4,78	4,90	B
12	4,68	4,80	B
13	4,67	4,37	A
14	4,65	4,80	B
15	4,78	4,70	B
16	4,87	4,90	B
17	4,70	4,25	A
18	4,30	4,40	C
19	4,25	4,70	D
20	4,80	4,90	B
21	4,65	4,80	B
22	4,35	4,50	C
23	4,80	4,90	B
24	4,32	4,32	C
25	4,60	4,81	B
26	3,13	4,13	C

Sumber Data Olahan 2015

Analisis :

- Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap ,mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan responden sehingga mengecewakan/tidak puas. Faktor – faktor tersebut adalah:
 - Sopir menjemput penumpang tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan
 - Sopir selalu menanggapi keluhan penumpang
 - Sopir sangat terampil dalam mengendarai kendaraan
 - Sopir bersedia menolong penumpang yang bermasalah saat dalam perjalanan
- Kuadran B menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Unsur ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Faktor-faktor tersebut adalah :
 - Sopir mengantar penumpang sampai ke tempat tujuan
 - Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat jika penumpang melakukan pemesanan taksi
 - Sopir selalu jujur sehingga penumpang tidak merasa khawatir dengan barang bawannya yang tertinggal
 - Karyawan selalu bersikap ramah dan sopan
 - Sopir selalu bersikap ramah dan sopan
 - Sopir mengetahui rute perjalanan dan lokasi tujuan penumpang
 - Sopir sangat memperhatikan kepentingan penumpang
 - Karyawan memperhatikan kebutuhan dan keinginan penumpang
 - Mobil yang digunakan memiliki tempat duduk yang nyaman bagi penumpang
 - Kondisi di dalam mobil bersih dan rapi
 - Pengaturan suhu udara (air conditioner) sesuai dengan kebutuhan penumpang
 - Mobil yang digunakan diberi pengharum ruangan
- Kuadran C menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja tapi dianggap kurang memuaskan. Faktor-faktor tersebut adalah :
 - Perusahaan menyediakan jadwal keberangkatan taksi sesuai dengan kebutuhan penumpang
 - Perusahaan memberikan pelayanan ekstra di luar jadwal untuk memenuhi kebutuhan penumpang
 - Karyawan selalu sabar dan memberikan pelayanan terbaik dalam menanggapi keluhan penumpang
 - Sopir membuat penumpang merasa aman dari tindak kejahatan

- Tarif yang ditetapkan sesuai dengan tempat tujuan
- Sopir membuat penumpang merasa spesial
- Penampilan sopir bersih dan rapi
- Penumpang disediakan air mineral
- Di dalam mobil disediakan kantong plastik untuk penumpang yang mabuk (muntah)
- Kuadran D menunjukkan faktor yang kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor ini dianggap kurang penting, tapi sangat memuaskan. Faktor-faktor tersebut adalah Sopir bersedia memenuhi permintaan penumpang untuk singgah karena keadaan terdesak (misalnya buang air)

Adapun nilai rekapitulasi responden kualitas pelayanan terhadap responden pada CV. Dhafin Transport sebagai berikut:

Nilai Rekapitulasi Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Pada CV. Dhafin Transport

Variabel	Nilai Harapan	Nilai Kepuasan	Kuadran
<i>Reliability</i>	4,13	4,16	C
<i>Responsiveness</i>	3,91	4,27	C
<i>Assurance</i>	3,96	4,66	A
<i>Emphaty</i>	4,58	4,59	B
<i>Tangible</i>	4,37	4,48	A

Berdasarkan hasil analisis menggunakan diagram kartesius yang disajikan pada tabel di atas diketahui bahwa variabel *Assurance* dan *Tangible* berada pada kuadran A yang merupakan faktor yang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Variabel *Emphaty* berada pada kuadran B merupakan faktor yang cukup penting bagi perusahaannya dan pelanggan. Variabel *Reliability* dan

Responsiveness berada pada kuadran C merupakan faktor yang kurang penting sehingga pelaksanaannya biasa-biasa saja bagi perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis diagram kartesius yang telah penulis lakukan pada CV. Dhafin Transport tentang kualitas pelayanan di Bab IV dapat disimpulkan bahwa responden merasa puas dengan nilai harapan lebih kecil dari kepuasan yaitu sebesar harapan (Y) = 4,32 dan nilai kepuasan sebesar (X) = 4,51. Dan dapat juga dilihat dari nilai variabel berikut:

- Variabel yang berada di kuadran A *reability* (keandalan) dengan nilai X = kepuasan sebesar 4,13 dan nilai Y = harapan sebesar 4,16 yang dapat diartikan variabel tersebut merupakan atribut yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen dan merupakan hal yang dianggap penting namun belum dapat dilakukan atau dilaksanakan dengan baik oleh CV. Dhafin Transport.
- Variabel yang berada di Kuadran B *responsivness* (daya tanggap) dengan nilai X = kepuasan sebesar 3,91 dan nilai Y = harapan sebesar 4,27 dan variabel *emphaty* (empati) dengan nilai X = kepuasan sebesar 4,58 dan nilai Y = harapan sebesar 4,59 yang dapat diartikan variabel tersebut merupakan variabel yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen, dan pelaksanaannya oleh CV. Dhafin Transport sudah dianggap baik dan wajib dipertahankan.

- Variabel yang berada di Kuadran C *assurance*(jaminan) dengan nilai X = kepuasan sebesar 3,96 dan nilai Y = harapan sebesar 4,66 yang dapat diartikan variabel yang dianggap kurang penting bagi konsumen. Sehingga pelaksanaannya oleh CV. Dhafin Transport masih belum memuaskan.
- Variabel yang berada di Kuadran D *tangible* (ketanggapan) dengan nilai X = kepuasan sebesar 4,37 dan nilai Y = harapan sebesar 4,48 yang dapat diartikan variabel tersebut dianggap kurang penting. Sehingga pelaksanaannya oleh pihak CV. Dhafin Transport terlalu berlebihan.

Daftar Pustaka

- A, Zeithaml dan Bitner, 2010. **Kualitas Pelayanan Jasa**. Jakarta
- Barata, Atep Adya. 2004. **Kualitas Pelayanan**. Bandung
- Chandra, Gregorius. 2005. **Kualiatas Pelayanan Jasa**. Jakarta
- Hardiansyah. 2011. **Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator, & Implementasinya**. Yogyakarta: Gava Media.
- Hasan, Ali. 2008. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta.
- Husen, Umar. 2005. **Riset Pemasaran & Prilaku Konsumen**. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2010. **Kualitas Pelayanan Jasa**. Jakarta
- Irawan, Handi. 2004. **Strategi Dan Manajemen Pelanggan**. Bandung
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi ke-12. Jakarta: Indeks.
- Parasuraman A, Zeithaml A Valerie dan Bitner, 2007. **Kualitas Pelayanan**, Bayumedia Publishing, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. **Strategi Dan Manajemen Pelanggan**. Bandung.
- Setyawan, Deddy. 2010. **Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Taksi Untuk Meningkatkan Loyalitas Pada PT.BLUE BIRD Pusaka Semarang**. Skripsi, Fakultas Ekonomi Manajemen, Univeritas Diponegoro. Semarang.
- Soegito, Edy Soeryato. 2007. **Kualitas Pelayanan Jasa**. Jakarta.
- Sugiono. 2003. **Metode Penelitian Bisnis**. Lembaga Penerbit CV. Alfabet. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2010. **Strategi Pemasaran Edisi II**. Jakarta: Andi.

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Jasa King Laundry Pontianak

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pelanggan menggunakan jasa King Laundry Pontianak. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, kuesioner, dan studi dokumenter. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan jasa King Laundry Pontianak. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel berupa *purposive sampling*, yaitu teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan sebagai berikut: pernah menggunakan jasa King Laundry Pontianak minimal 2 kali, dan konsumen melakukan pembayaran atas nama sendiri. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis kuantitatif regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), promosi (X_4), orang (X_5), proses (X_6), bukti fisik (X_7) terhadap keputusan pelanggan menggunakan jasa King Laundry Pontianak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa King Laundry Pontianak sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, berumur 20-29 tahun, tingkat pendidikan SMA, bekerja sebagai swasta, dan memiliki penghasilan Rp. 1.500.000 – Rp. 2.499.000. Determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,504. Koefisien korelasi (R) menunjukkan nilai sebesar 0,710. Uji analisis F secara parsial terhadap 7 variabel independen yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. F tabel yang diperoleh adalah sebesar 2,10. Hal ini menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel ($13,346 > 2,10$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Uji t secara parsial terhadap 7 variabel independen yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Hasilnya ada di antara berpengaruh kuat terhadap keputusan pembelian ada juga yang tidak yaitu: produk ($5,035 > 1,980$) berpengaruh secara parsial, harga ($1,314 < 1,980$) tidak berpengaruh secara parsial, tempat ($3,709 > 1,980$) berpengaruh secara parsial, promosi ($0,345 < 1,980$) tidak berpengaruh secara parsial, orang ($-0,136 < 1,980$) tidak berpengaruh secara parsial, proses ($-2,077 > 1,980$) berpengaruh secara parsial, dan bukti fisik ($0,354 < 1,980$) tidak berpengaruh secara parsial

Kata Kunci: Bauran Pemasaran dan King Laundry

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan kehidupan masyarakat juga berkembang dari zaman ke zaman. Hal ini disebabkan karena perkembangan zaman yang sangat pesat membuat semua menjadi serba mudah dan praktis. Dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari dimana banyak masyarakat ingin mendapatkan kepuasan hanya dengan mengeluarkan sejumlah uang. Oleh karena inilah banyak bermunculan

Siti Khadijah

Universitas Muhammadiyah Pontianak

usaha-usaha yang menawarkan produk atau jasa yang membuat sehingga kehidupan masyarakat menjadi lebih mudah.

Jasa laundry merupakan salah satu bentuk jasa yang sangat berkembang pesat di era sekarang, apalagi khususnya Kota Pontianak. Di mana sebagian penduduknya adalah masyarakat umum, mahasiswa yang datang dari berbagai daerah, yang melakukan semua aktifitasnya sendiri tanpa bimbingan orang tua. Baik itu mengerjakan tugas perkuliahan bahkan memenuhi kehidupan sehari-hari. Mencuci pakaian sendiri termasuk dalam kegiatan yang membutuhkan tenaga dan waktu bagi sebagian orang. Dengan adanya laundry masyarakat tidak perlu di pusingkan lagi dengan masalah kerapian dan kebersihan pakaiannya.

Di Kota Pontianak jasa pencucian yang bermunculan saat ini sangat banyak sehingga menyebabkan persaingan yang semakin ketat antara pengusaha laundry di Kota Pontianak. Oleh karena itu agar dapat menarik pelanggan, para pemilik laundry harus melakukan sesuatu agar pelanggan menjadi loyal. Bahkan perusahaan mengeluarkan biaya yang sangat besar untuk mengejar dan mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan jasa laundry tersebut.

Salah satu industri yang bergerak dibidang jasa pencucian di Kota Pontianak adalah King Laundry yang beralamat di Jalan Karya Baru II No.66 Pontianak. Adapun jasa pencucian yang ada di sekitar King laundry adalah

R N B kiloan, Melia Laundry n Dryclean, Cemerlang, Fresco kiloan dan Premier Laundry kiloan. King Laundry yang berada dalam lingkungan kelompok usaha PT. Khatulistiwa Inti Cemerlang didirikan sejak tahun 2003. Tujuan guna memenuhi kebutuhan akan jasa layanan baik dari masyarakat umum, perkantoran, usaha perhotelan, dan restoran khususnya di Pontianak dan sekitarnya, bukan hanya itu saja King Laundry juga melayani jasa pencucian dari rumah tangga, baik kapasitas sedang dan besar. Dengan berdirinya King Laundry, maka dapat dijadikan alternatif pilihan bagi konsumen dalam memilih kebutuhan yang diinginkan sehingga tercapailah kepuasan hidup.

Adapun bauran pemasaran yang dilakukan oleh King Laundry adalah sebagai berikut:

- Produk yang ditawarkan oleh King Laundry adalah jasa pencucian. Produk yang ditawarkan berbagai jenis sehingga pelanggan mudah memilih sesuai kebutuhan pelanggan.
- Harga merupakan salah satu faktor yang sangat berperan penting dalam keputusan konsumen menggunakan jasa laundry. Harga yang ditawarkan oleh King Laundry sangat bervariasi sesuai jenis-jenis pakaian yang dicuci, selain itu harga dihitung perhelai bukan per kg dan memberikan diskon 10 – 15 % kepada pelanggan.
- Tempat King Laundry ini sangat strategis karena dekat kalangan masyarakat umum dan mahasiswa. Alamat King Laundry ada dua yaitu Jalan Ayani Pontianak dan Jl. Karya

Baru II No.66 Pontianak. Jadi, pelanggan mudah memilih tempat sesuai yang disediakan oleh King Laundry dan dapat dijangkau dengan transportasi.

- Promosi yang dilakukan oleh King Laundry yaitu lewat papan nama, internet, *yellowpages IGM*, kartu nama, dan informasi lewat mulut ke mulut seperti dari kawan, keluarga, dan tetangga. Adapun promosi lewat internet dapat dicari www.kinglaundry.com
- Karyawan King Laundry melayani pelanggan dengan ramah, sopan, dan melayani antar jemput guna untuk menjaga dan meningkatkan mutu pelayanan kepada konsumen karena King Laundry menyadari bahwa kualitas sumber daya manusia adalah aset perusahaan yang sangat penting.
- Proses yang dilakukan oleh King Laundry adalah *Dry Clean Laundry* dan *Press*, jadi pelanggan tinggal memilih sesuai kebutuhan dan keinginan yang telah disediakan oleh perusahaan. *Press* adalah cukup diseterika saja, tidak perlu dicuci terlebih dulu, sedangkan *Dry Cleaning* adalah proses pencucian tidak menggunakan air dalam pembersihan tetapi menggunakan bahan cairan *solvent*.
- Bukti fisik pada King Laundry yaitu lahan parkir yang luas, bangunan masih baik, memiliki mesin dan peralatan kerja dengan amat memadai dan kualitas internasional dengan kapasitas produksi 240 kg perhari.

Bahan dan Metode

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode diskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian adalah semua pengguna jasa King Laundry pada tahun terakhir berjumlah 147 orang. Berdasarkan hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak minimal 59 orang, dan dalam penelitian ini digunakan sampel sebanyak 100 orang yang dipilih menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- Responden dalam penelitian ini sebagian besar memiliki umur antara 20-29 tahun, berjenis kelamin laki-laki, berpendidikan SMA, berstatus sebagai pekerja swasta, memiliki penghasilan rata-rata setiap bulanya Rp 1.500.000 – Rp 2.499.000
- Hasil uji validitas dan reliabilitas, baik variabel bauran pemasaran sebagai variabel bebas maupun keputusan konsumen menggunakan jasa King Laundry Pontianak sebagai variabel terikat menunjukkan bahwa daftar kuesioner yang disampaikan kepada responden telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas.

- Hasil Uji regresi linier berganda yang telah dilakukan menunjukkan hal-hal sebagai berikut:

Persamaan atau estimasi regresi yang dapat dituliskan berdasarkan hasil pengolahan data dapat ditulis $\hat{Y} = 1,489 + 0,358X_1 + 0,068X_2 + 0,326X_3 + 0,016X_4 - 0,011X_5 - 0,121 X_6 + 0,018X_7$

- Uji koefisien korelasi (R) menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat dan positif antara bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa King Laundry Pontianak karena nilai korelasi diperoleh adalah sebesar 0,710.
- Uji koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa sebanyak 50,40% keputusan konsumen menggunakan jasa King Laundry Pontianak dipengaruhi oleh variabel atau faktor produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik dan sisanya sebanyak 49,60% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain di luar penelitian ini.
- Uji hipotesis pengaruh simultan (uji F) menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa King Laundry Pontianak.
- Uji hipotesis pengaruh parsial (uji t) menunjukkan bahwa produk dan tempat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan

konsumen menggunakan jasa King Laundry Pontianak. Sedangkan harga, promosi, orang, proses, dan bukti fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa King Laundry Pontianak.

Daftar Pustaka

- Adi, Saputro. 2010. **Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- A. Hamdi, Rambat Lupiyoadi 2008. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta:Selemba Empat.
- Ahmad, Subagyo. 2010. **Marketing In Business**. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Agusnawar. 2002. **Housekeeping Hotel**. Yogyakarta: ANDI.
- Agus, Widarjono. 2005. **Ekonometrika Teori dan Aplikasi untuk Ekonomidan Bisnis**. Yogyakarta: Ekonisia FE UII.
- Buchari, Alma. 2008. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**.Bandung: CV Alfabeta.
- Danang, Sunyoto. 2011. **Metodologi Penelitian Ekonomi**. Yogyakarta: CAPS.
- Husen, Umar. 2008. **Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan**. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Phlip. 2003. **Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 1 dan 2**.Jakarta: Prenhallindo.

- Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kesebelas**. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip, Gary Amstrong. 2009. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. **Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi**. Jakarta: Erlangga.
- Murti Sumarni, Salamah Wahyuni. 2006. **Metode Penelitian Bisnis**. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Nandn Limakrisna, Supranto. 2007. **Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran**. Jakarta: Selemba 4.
- Nasir, Moh. 2009. **Metode Penelitian**. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nawawi, Hadari. 2005. **Metode Penelitian Bidang Sosial**. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nucholifah, Ita. 2012. **Manajemen Pemasaran**. Pontianak: STAIN PontianakPress.
- Priyatno, Duwi. 2012. **Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS**. Yogyakarta: Andi.
- Prof. DR. Sugiyono. 2014. **Statistika untuk Penelitian**. Bandung: CVAlfabeta.
- Ratih, Hurriyati. 2008. **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**. Bandung: Alfabeta
- Rumekso. 2002. **Operasional Tata Graha Hotel**. Jakarta: Gramedia PustakaUtama.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. **Perilaku Konsumen**. Jakarta: Kencana PrenadaMedia.
- Simamora, Bilson. 2004. **Panduan Riset Perilaku Konsumen**. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2009. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**.Bandung: Alfabeta.
- Sofjan Assauri. 2010. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Rajawali Pers.
- Syofian Siregar. 2013. **Statisitik Parameti**. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Taufiq, Amir. 2005. **Dinamika Pemasaran**. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Umar, Husein. 2005. **Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen**. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Yazid. 2005. **Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi**. Yogyakarta: Ekonisia.