

Kualitas jasa dan kepuasan pelanggan pusat rekod komersial sigma cipta utama

Eko Mauladi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20159829&lokasi=lokal>

Abstrak

Kualitas jasa akan menjadi satu faktor yang paling penting dalam peringkat level kepuasan pelanggan dari PRK yang dipilih. Jika PRK tersebut memiliki komitmen yang tinggi dalam menyajikan kualitas jasa, maka pelanggan akan mempertimbangkan PRK tersebut sebagai bagian internal organisasi mereka dan besar kemungkinan hal ini berlangsung dalam jangka panjang (baca: loyal) (Faber, 1997: 29). Parasuraman, Zeithalm dan Berry (1988) menilai kualitas jasa dan kepuasan pelanggan tersebut dapat diketahui dari selisih nilai harapan dan kenyataan pelanggan atas produk/jasa tersebut. Menurut Parasuraman dkk. ada lima aspek atau dimensi layanan yang perlu dinilai dalam kualitas jasa dan kepuasan pelanggan tersebut. Kelima dimensi layanan tersebut mereka namakan Servqual yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah kualitas jasa dan kepuasan pelanggan serta seberapa besar pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan PT SCU. Pengukuran kualitas jasa dan kepuasan pelanggan tersebut mengacu kepada kelima dimensi layanan Servqual. Penelitian dilakukan terhadap 24 karyawan dari dua belas perusahaan pelanggan PT SCU, yang diambil berdasarkan kuota, yakni perusahaan pelanggan yang aktif bertransaksi minimal tiga bulan sekali. Data diambil dengan menggunakan kuesioner kemudian dianalisis dengan teknik analisis deskripsi, korelasi, dan regresi. Dari hasil analisis deskriptif mengenai kualitas jasa didapatkan nilai kepentingan pelanggan dan penilaian pelanggan atas layanan PT SCU. Dalam nilai kepentingan pelanggan atas layanan PT SCU diperoleh data bahwasanya: delapan sub-dimensi layanan dipandang sangat penting (memiliki nilai harapan antara 4,201-5,000 poin); enam belas sub-dimensi di persepsi penting (memiliki nilai harapan antara 3,401-4,200 poin). Sedangkan hasil penilaian responden atas pelaksanaan sub-dimensi layanan tersebut oleh PT SCU didapatkan: satu sub-dimensi sudah dilaksanakan dengan sangat baik (memiliki nilai kenyataan antara 4,201-5,000 poin); tiga belas sub-dimensi sudah dilaksanakan dengan baik (memiliki nilai kenyataan antara 3,401-4,200 poin), dan; sepuluh sub-dimensi sudah cukup baik kinerjanya (memiliki nilai kenyataan antara 2,601-3,400 poin). Atas dasar kedua penilaian kualitas jasa responden tersebut, nilai kualitas jasa PT SCU dari perspektif Servqual, tingkat pelayanan PT SCU memiliki selisih (gap) sebesar -0,673 atau tergolong baik, karena nilai gap lebih kecil dari min satu. Hal ini dikuatkan dengan hasil dari jawaban atas kualitas jasa paripurna PT SCU. Atas pertanyaan tersebut 54,17% responden memberikan penilaian 'cukup baik', sedangkan 45,83% responden menilai 'baik' atas layanan yang diberikan PT SCU. Sedangkan dalam hal kepuasan pelanggan didapatkan selisih antara kenyataan dengan harapan sebesar -0,625 poin. Artinya dalam perspektif Servqual, layanan PT SCU belum memuaskan pelanggannya. Dari hasil penghitungan analisis korelasi dan regresi didapatkan: 1. terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas jasa terhadap kualitas jasa paripurna SCU, dengan koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,836 dan koefisien determinasi sebesar 69,9%. Dalam hal ini dimensi daya tanggap dan keandalan merupakan dimensi yang sangat mempengaruhi kualitas jasa paripurna, dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,012 dan 0,022; 2. terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan SCU, dengan koefisien korelasi

berganda (R) sebesar 0,796 dan koefisien determinasi sebesar 53,2%. Dalam hal ini dimensi daya tanggap merupakan dimensi yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar 0,048;

3. terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas jasa paripurna terhadap kepuasan pelanggan paripurna SCU, dengan koefisien korelasi sebesar 0,582.