

PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN DAN KUALITAS JASA CETAK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (PADA PERCETAKAN IPB)

Oleh:

Iswandi Sukartaatmadja dan Dihya Nur Rifqy

Program Studi Pemasaran, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan
Bogor, Indonesia

Email : lemlit@stiekesatuan.ac.id

Submitted:
JANUARI 2015

Accepted:
AGUSTUS 2015

ABSTRACT

This research is aimed at investigating the effect of service quality on consumers' satisfaction. Using quantitative approach as the method, there are 100 respondents in this research. There are two independent variables and one dependent variable. First independent variable is service quality and second independent variable is printing quality and the dependent variable is customer satisfaction. This research uses multiple regression linear method. The equation of the regression is $Y=2,089+0,323+0,466$. First independent variable's value is 3,917 and the second Independent variable's value is 4,465 which means there are positive and significant effect for customer satisfaction. Simultaneous hypothesis and partial hypothesis tests show significant and positive results from the independent variables to dependent variable.

Keyword: Service Quality and Printing Quality to Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Dalam prakteknya, banyak sekali perusahaan percetakan yang kurang peduli dengan kenyamanan kualitas jasa pelayanannya dan kualitas jasa cetaknya. beberapa contoh yang paling sering terjadi dalam kualitas pelayanan adalah seringkali cetak tidak selesai tepat waktu dan kurangnya komunikasi ke pelanggan apabila ada file akan dicetak yang tidak sesuai standar sehingga pada akhirnya hasil cetakan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Kedua hal tersebut merupakan hal yang sangat vital terhadap kualitas jasa pelayanan percetakan, dimana kedua hal tersebut seringkali menjadi indikator ketika konsumen memilih percetakan. sedangkan untuk kualitas jasa percetakan, masalah yang paling sering muncul adalah hasil cetak warnanya tidak sesuai dengan yang diharapkan. hal ini sebenarnya banyak dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya mesin yang kurang bagus, mesinnya panas sehingga warna menjadi pudar atau format warna file cetak yang tidak sesuai dengan standar cetak. namun, ketiga hal tersebut menjadi tanggung jawab percetakan sepenuhnya untuk memperhitungkan kapasitas produksi dan komunikasi dengan konsumen.

Percetakan masih diminati oleh perusahaan-perusahaan sebagai partner kerjasama dalam melengkapi *marketing tools set* atau untuk pembuatan kop surat, kartu nama, map, kalender, dan lain-lain. Sehingga, pelayanan jasa berkualitas dan kualitas cetak yang bagus membuat perusahaan-perusahaan tersebut akan menjadi pelanggan bukan hanya sekedar konsumen. Mengingat banyaknya usaha dibidang

percetakan, maka penting bagi percetakan-percetakan tersebut untuk selalu menjaga loyalitasnya konsumennya agar tidak pindah ke percetakan lain.

TINJAUAN PUSTAKA

167

Beberapa teori yang mendasari penelitian ini adalah : Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Berry dalam Yazid (2005) menyatakan bahwa "Jasa itu sebagai *deeds* (tindakan, prosedur, aktivitas); proses, dan unjuk kerja yang *intangible*.

Kualitas jasa menurut Wyckop (Tjiptono, 2000:54) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000:75) definisi kepuasan adalah : Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Lupiyoadi (2001) menyatakan, terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, Biaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang mengumpulkan data dengan menetapkan terlebih dahulu konsep sebagai variabel-variabel yang berasal dari teori yang sudah ada. Kemudian peneliti mengumpulkan data penelitian dengan menggunakan kuisioner dan survey.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda (*Multiple Linear Regression*). Metode analisis regresi linear digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen samaan lebih dari satu terhadap variabel dependen dengan mencari persamaan regresi yang bermanfaat untuk untuk meramal variabel dependen berdasarkan nilai variabel independennya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan dan Kualitas Cetak terhadap Kepuasan Konsumen

Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel dependen (Y) adalah kepuasan konsumen dan variabel independen (X) adalah kualitas pelayanan jasa dan kualitas jasa percetakan.

Tabel 1

Indeks Presentase Kumulatif

Descriptive Statistics

N	Mean	Std. Deviation
---	------	----------------

Kualitas Jasa Pelayanan	100	19.93	2.660
Kualitas Jasa Percetakan	100	16.19	2.097
Kepuasan Konsumen	100	16.07	2.147

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS, 2014

Dari output tersebut dapat dilihat rata-rata nilai kualitas jasa pelayanan dari 100 audien adalah 19,93 dengan standar deviasi 2,660, rata-rata kualitas jasa percetakan adalah 16.19 dengan standar deviasi 2.097. Sedangkan nilai rata – rata untuk kepuasan konsumen adalah 16,07 dengan standar deviasi 2,147.

Tabel 2
Korelasi X1 Terhadap Y

		Kualitas Jasa Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Jasa Pelayanan	Pearson Correlation	1	.772**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.772**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

****.** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS, 2014

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa besar hubungan antara variable kualitas jasa pelayanan (X1) 0.772, hal ini menunjukkan hubungan positif. Besar hubungan nilai adalah 1,000 yang berarti ada hubungan positif, makin besar nilai korelasi maka besar juga pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3
Korelasi X2 Terhadap Y

		Kualitas Jasa Percetakan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Jasa Percetakan	Pearson Correlation	1	.782**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.782**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

****.** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS, 2014

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa besar hubungan antara variabel kualitas jasa percetakan (X1) adalah 0.782, hal ini menunjukkan hubungan positif. Besar hubungan nilai adalah 1,000 yang berarti ada hubungan positif, makin besar nilai korelasi maka besar juga pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 4
Korelasi X1 dan X2 Terhadap Y

		Kualitas Jasa Pelayanan	Kualitas Jasa Percetakan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Jasa Pelayanan	Pearson Correlation	1	.817	.772
	Sig. (1-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Kualitas Jasa Percetakan	Pearson Correlation	.817	1	.782
	Sig. (1-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.772	.782	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS, 2014

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa besar hubungan antara variabel kualitas jasa pelayanan (X1) dengan kualitas jasa percetakan (X2) adalah 0.817, hal ini menunjukkan hubungan positif. Besar hubungan nilai X1 ke Y adalah 0,772 dan nilai hubungan X2 ke Y adalah 0,782 yang berarti ada hubungan positif, makin besar nilai korelasi maka besar juga pengaruhnya.

Tabel 5
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.665	.658	1.256
a. Predictors: (Constant), Kualitas Jasa Percetakan, Kualitas Jasa Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS, 2014

Pada tabel 5, R Square adalah 0,665 yaitu hasil kuadrat dari koefisien korelasi ($0,815 \times 0,815 = 0,665$). Nilai *Standar Error of the Estimate* adalah 1,256.

Tabel model summary menampilkan nilai R yang merupakan simbol dari nilai koefisien korelasi. Pada tabel diatas nilai korelasi adalah 0,815. Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan kedua variabel ada di kategori kuat karena nilai koefisien korelasi diantara $\geq 0,70 - < 0,90$.

Melalui tabel ini juga diperoleh nilai R Square atau *koefisien determinasi* (KD) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Nilai KD yang diperoleh adalah 0,665 (66,5%) yang dapat ditafsirkan bahwa variabel bebas X1 memiliki pengaruh kontribusi sebesar 66,5% terhadap variabel Y dan 33,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel X1.

Tabel 6
Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.089	1.016		2.056	.042

Kualitas Jasa Pelayanan	.323	.082	.400	3.917	.000
Kualitas Jasa Percetakan	.466	.104	.455	4.465	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS, 2014

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai signifikan kualitas jasa pelayanan (X1) 0,000 atau nilainya $< 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. T_{hitung} 3,917 dengan T_{tabel} adalah 1,660 sehingga $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka dapat disimpulkan variabel X1 memiliki kontribusi terhadap Y (kepuasan konsumen). Nilai T variabel X1 positif menunjukkan bahwa memiliki pengaruh positif terhadap Y. sedangkan kualitas jasa percetakan (X2) memiliki signifikan 0,000 atau nilainya $< 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. T_{hitung} 4,465 dengan T_{tabel} adalah 1,660 sehingga $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka dapat disimpulkan variabel X2 memiliki kontribusi terhadap Y (kepuasan konsumen). Nilai T variabel X2 positif menunjukkan bahwa memiliki pengaruh positif terhadap Y.

Tabel 7

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	303.435	2	151.718	96.140	.000 ^b
Residual	153.075	97	1.578		
Total	456.510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Jasa Percetakan, Kualitas Jasa Pelayanan

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS, 2014

Dalam menentukan apakah terdapat kontribusi kedua variabel independen (X1 & X2) memiliki pengaruh secara serentak terhadap variabel dependen (Y), dapat dilakukan dengan melihat signifikansi di bawah ($<$) atau ($>$) nilai alpha (α) yaitu 0,05 dan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} apakah lebih besar ($>$) atau lebih ($<$).

Dapat dilihat pada tabel 7 nilai F_{hitung} adalah 96,140 sedangkan nilai F_{tabel} 3,09 maka F_{hitung} lebih besar dari ($>$) F_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti kualitas pelayanan jasa (X1) dan kualitas jasa percetakan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

Tabel 8

Regresi Linear berganda

Coefficients^a

CONCLUSIONS						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.089	1.016		2.056	.042
	Kualitas Jasa Pelayanan	.323	.082	.400	3.917	.000
	Kualitas Jasa Percetakan	.466	.104	.455	4.465	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer dengan SPSS, 2014

Tabel 8 menunjukkan konstanta 2,089 dan koefisien regresi untuk kualitas pelayanan jasa (X1) 0,323 dan koefisien regresi untuk kualitas jasa percetakan 0,466. Dari hasil tersebut maka dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut.

$$Y=2,089+0,323X_1+0,466X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 2,089 jika kualitas pelayanan jasa (X1) dan kualitas jasa percetakan (X2) memiliki nilai 0, maka kepuasan konsumen (Y) sebesar 2,089.
- 2) Koefisien regresi kualitas pelayanan jasa (X1) sebesar 0,323 maka jika nilai lainnya tetap, setiap kenaikan (+)1 satuan kualitas pelayanan jasa, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,323.
- 3) Koefisien regresi kualitas jasa percetakan (X2) sebesar 0,466 maka jika nilai lainnya tetap, setiap kenaikan (+)1 satuan kualitas jasa percetakan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,466.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan serta pemaparan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan persamaan regresi dari semua variabel independen kualitas pelayanan jasa (X1) dan kualitas jasa percetakan (X2) menunjukkan nilai 3,917(X1) dan 4,465 (X2) dimana kedua nilai tersebut positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. Dari kedua variabel independen dalam penelitian ini, variabel independen kualitas jasa percetakan (X2) memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan konsumen (Y).
3. Pengujian hipotesis secara parsial kepada variabel independen (X1 dan X2) menunjukkan hasil yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
4. Pengujian hipotesis secara simultan kepada seluruh variabel independen (X1 dan X2) menunjukkan hasil yang positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).
5. Koefisien korelasi memiliki nilai 0,816 yang artinya variabel bebas memiliki hubungan yang kuat dengan variabel terikat karena memiliki nilai $> 0,70 - \leq 0,90$.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri,sofyan, 2004, *manajemen pemasaran (dasar, konsep dan strategi)*. Penerbit PT.Grafindo Persada, jakarta:
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation dan Control*, 9th Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Milenium*. PT. Prenhalindo, Jakarta, 2002
- Kotler & armstrong. 2005. *Prinsip-prinsip dasar pemasaran edisi ke 8 jilid 1*. Penerbit PT GELORA AKSARA PRATAMA:
- Kotler, philip. 2004, *Manajemen Pemasaran I edisi milenium edisi 1*. Penerbit PT INDEKS kelompok Gramedia:

- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Andy Offset. Jakarta
- Tjiptono Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, edisi 3, Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Jakarta.
- Yazid. 1999. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Cetakan Pertama, Penerbit Ekonisia Fak. Ekonomi UII. Yogyakarta
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo, 2003. *Service Marketing*. McGraw Hill Inc, International Edition, New York