

Jurnal poliprofesi

Volume: XI No. 1 Juli 2016

Pengaruh Kepemimpinan Ketua Kelompok Dengan Keefektifan Kelompoknya
Di Kecamatan Sibellu Tali Ujung Jele Kabupaten Pakpak Bharat
Helena Teacher Pakpahan, SP, M.Si

Analisis Pemilahan Kinerja Terhadap Jenjang Karir Karyawan Pada
PT. Sawitja Unggul Jaya Kabupaten Labuhan Batu
Patar Marbun

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada
PT. Central Santosa Finance (CSF) Cabang Pematang Siantar
Amrin Mulia U. N.¹, Isnaniah Lalli²

Efisiensi Faktor-Faktor Produksi Pada Usahatani Padi Sawah
Donny Ivan Samuel Simatupang, SP, M.Ag

Pengaruh Self-Monitoring Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Membeli
Produk Kosmetika Pemutih Kulit Pada Wanita
Yulinda Septiani Manurung¹, Zulkarnain²

Analisa Ekonomi Teknis Perancangan Lampu LED Tenaga Surya
Di Taman Kota Sidikulang
Lasber Ambarita

Pengaruh Pola Asuh Demokrasi Terhadap Kecenderungan Minat Kewirausahaan
Mahasiswa Politeknik Santo Thomas
Lennaria L. Tarigan

Analisis Penjadwalan Pada Transmisi Video Kanal Downlink Wimax
Joel Panjaitan¹, Suherman², dan Ali Hanafiah Rambe³

Pemilihan Dosen Berprestasi Menggunakan Metode Profile Matching
Dameria Esterlina br Jabat

Kendali Positioner Collector Pipa Panas Refrigeran R-141b
Pada Sistem Pemanas Air Tenaga Surya
Saut Matedius Situmorang

P
O
L
I
P
R
O
F
E
S
I



Diterbitkan oleh:

POLITEKNIK POLIPROFESI MEDAN

Jln. Sei Batang Hari No. 3 dan 4 Telp (061) 8446729-8446701 Medan

Website: <http://www.ppm-poliprofesi.ac.id>

Daftar Isi

Pengaruh Kepemimpinan Ketua Kelompok Dengan Keefektifan Kelompoknya
Di Kecamatan Sitellu Tali Urang Jehe Kabupaten Pakpak Bharat

Helena Teacher Pakpahan, SP, M.Si

Halaman 1 s.d. 12

Analisis Penilaian Kinerja Terhadap Jenjang Karir Karyawan Pada
PT. Sawitta Unggul Jaya Kabupaten Labuhan Batu

Patar Marbun

Halaman 13 s.d. 30

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada
PT. Central Santosa Finance (CSF) Cabang Pematang Siantar

Amrin Mulia U. N.¹, Isnaniah Laili²

Halaman 32 s.d. 49

Efisiensi Faktor-Faktor Produksi Pada
Usahatani Padi Sawah

Donny Ivan Samuel Simatupang, SP, M.Agb

Halaman 50 s.d. 61

Pengaruh *Self-Monitoring* Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Membeli
Produk Kosmetika Pemutih Kulit Pada Wanita

Yulinda Septiani Manurung¹, Zulkarnain²

Halaman 62 s.d. 67

Analisa Ekonomi Teknis Perancangan Lampu LED Tenaga Surya
Di Taman Kota Sidikalang

Lasber Ambarita

Halaman 68 s.d. 79

Pengaruh Pola Asuh Demokrasi Terhadap Kecenderungan Minat Kewirausahaan
Mahasiswa Politeknik Santo Thomas

Lennaria L. Tarigan

Halaman 80 s.d. 85



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN
PELANGGAN PADA PT. CENTRAL SANTOSA FINANCE (CSF)
CABANG PEMATANG SIANTAR**

Amrin Mulia U. N.¹, Isnaniah Laili²
Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area

ABSTRACT

The general problem that majority big companies in service face is customer satisfaction to the service quality made by the company. In order to keep the customer and expand the company's market, analysis on customers' satisfaction and dissatisfaction to the service quality they give is very crucial. For the time being, customers are getting more and more critical, so the company has to comprehend and understand which covers the five dimensions of service quality, those are tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Based on those dimensions, so we can analyze how far the physical evidence, reliability, good response, warranty, and empathy to the customer satisfaction of P.T. CSF Pematang Siantar branch office.

The goal of the research is to analyze the influence or the side-effect of the tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy to the customer satisfaction of P.T. CSF Pematang Siantar branch office. This research was conducted by using primary data. The population in this research is the customers of P.T. CSF Pematang Siantar branch office when the research was being conducted. The sampling technique used in this research was the accidental sampling, around 100 respondents. The analysis technique used by the researcher was the doubled-linier regression.

The research shows that the t-test result on the tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy variables had a significant difference to the customer satisfaction variable. The simultaneous test resulted F calculation equals 25.899 bigger than F table 2.31, so the tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy side by side had a significant difference to the customer satisfaction. The determination coefficient (R^2) of those five variables to the customer satisfaction is 0.557. This Shows that 55,7% of the cusomer satisfaction of P.T. CSF Pematang Siantar branch office was influenced by the tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, while the rest 44.3% of the customer satisfaction was affected by the other variables that were not analyzed in this research.

Keywords: *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and customer satisfaction.*



PENDAHULUAN

a. Latar Belakang Masalah

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas jasa sangat ditentukan oleh kepuasan pelanggan. Hal ini merupakan tantangan besar bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaan dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui perilaku pelanggan dalam membeli, menggunakan dan mengevaluasi jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan jasa karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik, dimana kualitas pelayanan yang baik mencakup lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memungkinkan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas serta pelanggan memberi rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan.

Dimensi kualitas pelayanan (service Quality) adalah factor pendukung untuk tercapainya Kepuasan bagi pelanggan. Diantaranya: PT. CS Finance Cabang Pematang Siantar sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pembiayaan/leasing. Misalnya pembiayaan untuk memiliki sepeda motor, dengan memberikan

kemudahan prosedur memperoleh pembiayaan leasing dalam memiliki motor dan kebutuhan manusia akan motor, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan pemakaian jasa pembiayaan leasing. Semakin bertambahnya permintaan akan pemakaian jasa leasing dewasa ini mendorong perusahaan dibidang jasa pembiayaan motor.

Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku pelanggan untuk menggunakan jasa PT. CS Finance Cabang Pematang Siantar, antara lain;

Bukti Fisik (tangible) meliputi gedung, fasilitas teknologi, penampilan karyawan dan sebagainya. Keandalan (reliability) dimensi kepuasan pelanggan yang mencakup kemampuan setiap karyawan dalam memberikan pelayanan terbaik yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan bagi pelanggan. Daya Tanggap (responsiveness) dalam dimensi ini adalah kemampuan teller untuk memberikan layanan yang cepat dan tepat pada saat pelanggan melakukan transaksi sehingga pelanggan tidak terlalu lama menunggu antrian. Jaminan (assurance) meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya konsumen. Empati (empathy) yang meliputi rasa peduli dan perhatian yang diberikan pada pelanggan. Perhatian khusus dari karyawan terhadap segala kebutuhan dan keluhan pelanggan, dan adanya komunikasi yang baik antar karyawan dengan pelanggan.

Berdasarkan riset Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), salah



satu masalah utama lembaga jasa pembiayaan motor adalah kualitas pelayanan. Oleh karena itu, PT. CS Finance Cabang Pematang Siantar dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggannya meningkat.

Rumusan Masalah. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah "Apakah dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial ataupun simultan di PT. CS Finance Cabang Pematang Siantar?"

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati) secara parsial ataupun simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. CS Finance Cabang Pematang Siantar.

Manfaat penelitian ini adalah a) Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang kualitas pelayanan jasa dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah khasanah pustaka dibidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan .b) Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak perusahaan dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan pelanggan serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa sekarang dan dimasa mendatang.

b. Hipotesis

Berdasarkan pada latar belakang dan uraian diatas maka hipotesis dari penelitian ini adalah "Dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial ataupun simultan di PT. CS Finance Cabang Pematang Siantar"

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2005) Kualitas pelayanan (service quality) merupakan konsep yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud, bervariasi, tidak tahan lama, serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Apabila jasa yang diterima (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan, (Gronross dalam Fandy Tjiptono; 2009) mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik, yakni sebagai berikut:

1. Professionalisme and skill. Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang



dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara professional (outcome-related criteria).

2. Attitudes and Behavior. Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa (customer contact personnel) menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah (process-related criteria).
3. Accessibility and Flexibility. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan, dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes (process-related criteria)
4. Reliability and Trustworthiness. Pelanggan merasa bahwa apa pun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam memenuhi janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan (process-related criteria)
5. Recovery Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak dapat diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat (process-related criteria)
6. Reputation and Credibility. Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai/tambahan

yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan (image-related criteria).

Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu :

1. Pelayanan yang diharapkan (expected service)
2. Pelayanan yang diterima (perceived service)

Zeithaml, Parasuraman, dan Berry mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

a. Bukti Fisik (tangible)

Bukti fisik (tangible), lebih menekankan pada bukti fisik atau dapat diraba keberadaannya. Dimana keberadaan bukti fisik yang berupa fasilitas halaman parkir, kebersihan interior dan eksterior lingkungan perusahaan dan kerapian berpakaian dari karyawan. Bukti fisik menurut Philip Kotler (2007:53) merujuk pada "fasilitas dan peralatan fisik serta penampilan karyawan yang profesional".

b. Keandalan (reliability)

Keandalan (reliability) mencakup kemampuan karyawan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Keandalan yang dimaksud adalah bagaimana karyawan memberikan pelayanan pada pelanggan dengan cepat, mudah, dan tepat serta waktu pelayanan pada pelanggan yang memadai atau sesuai jam kerja perusahaan. Dengan begitu dapat diketahui bahwa keandalan dalam pelayanan suatu jasa pembiayaan akan berpengaruh pada tinggi rendahnya kepuasan pelanggannya. Secara singkat keandalan dalam Fandy Tjiptono (2007:14) adalah "kemampuan karyawan memberikan



pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan".

c. Daya tanggap (responsiveness)

Daya tanggap (responsiveness) mencakup kemampuan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, dalam hal ini kemampuan teller untuk memberikan layanan dengan cepat pada saat pelanggan melakukan transaksi sehingga pelanggan tidak terlalu lama menunggu antrian.

Menurut Fandy Tjiptono (2007:70) daya tanggap adalah "keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap".

d. Jaminan (assurance)

Jaminan (assurance) mencakup pengetahuan dan ketrampilan para karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan, dan etika para karyawan. Jaminan dari suatu perusahaan pembiayaan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan karena apa yang diinginkan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan yaitu dengan pengetahuan dan ketrampilan dari karyawan. Kesopanan dan keramahan dari karyawan akan membuat pelanggan merasa dihargai sehingga mereka puas dengan pelayanan perusahaan. Menurut Philip Kotler (2007:53) jaminan adalah "pengetahuan dan kesopanan dari karyawan, dan kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan".

e. Empati (empathy)

Empati mencakup perhatian khusus dari karyawan terhadap segala

kebutuhan dan keluhan pelanggan, dan adanya komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan.

Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari karyawan suatu perusahaan atas pelanggan akan berpengaruh juga pada kepuasan pelanggan, Philip Kotler (2007:53) mengartikan empati sebagai tingkat perhatian pribadi karyawan terhadap para pelanggan".

Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler (2005 :52) Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja nyata produk yang dirasakan setelah dipakai. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Jika kualitas pelayanan berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kualitas pelayanan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas atau senang.

Secara efektif Indikator kepuasan pelanggan meliputi

- Warranty Costs

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan perusahaan seharusnya memberikan jaminan terhadap jasa atau pun produk yang mereka tawarkan.

- Penanganan terhadap complain dari pelanggan



Bila complain atau klaim dari pelanggan tidak secepatnya diatasi, maka customer defections tidak dapat dicegah.

- **Market share**

Merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Jika market share diukur maka yang diukur adalah kuantitas, bukan kualitas dari pelayanan perusahaan.

- **Cost of poor quality**

Hal ini dapat bernilai memuaskan bila biaya untuk defecting customer dapat diperkirakan.

- **Industry reports**

Merupakan salah satu manfaat dari kepuasan pelanggan ini adalah dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2005), atribut-atribut pembentuk kepuasan pelanggan yaitu:

- a. **Kemudahan dalam Memperoleh**

Produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen tersedia di outlet-outlet dan toko yang dekat pembeli potensial.

- b. **Kesediaan untuk Merekomendasikan**

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama, kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak.

Untuk mengukur Kepuasan pelanggan Philip Kotler (2007:38) menyatakan metode-metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- **Sistem keluhan dan saran (complain and suggestion system)** yaitu Organisasi yang berorientasi

pelanggan akan membuat pelanggannya memberikan saran atau keluhan, misalnya dengan memberikan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan atau keluhan, penempatan kotak saran.

- **Survey pelanggan (customer surveys)** yaitu Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui pelanggan atas persepsinya terhadap kepuasannya

- **Pembeli bayangan (ghost shopping)** yaitu Cara lain untuk mengukur mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan menyuruh orang berpura-pura menjadi pembeli dan melaporkan titik-titik kuat maupun lemah yang mereka alami sewaktu membeli produk perusahaan.

- **Analisis Kehilangan Pelanggan (Lost Customer Analysis)** yaitu: Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, dimana peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Menurut sugiyono (2012:11), penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh atau hubungan antara variable bebas terhadap variable terikat dan apabila ada seberapa erat pengaruh



atau hubungan serta berarti atau tidaknya pengaruh atau hubungan itu.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian bertempat di PT. Central Santosa Finance (CS Finance) Pematang Siantar, yang beralamat di : Komplek Mega Land Blok A No.39, Jl Asahan kota Pematang Siantar.

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Januari dan akan berakhir sampai bulan Mei 2016

B. Populasi dan Sample

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pada saat pengumpulan data berada di kantor PT. CS Finance Cabang Pematang Siantar. Jumlah pelanggan PT. CS Finance Cabang Pematang Siantar hingga akhir Mei 2016 berjumlah 46.320 pelanggan. Sedangkan Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik accidental sampling Berdasarkan rumus Slovin di diperoleh atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 pelanggan.

Defenisi Operasional Variabel

Defenisi Operasional Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Keandalan (X ₂)	Kemampuan setiap karyawan dalam memberikan jasa dan merespon pelanggan.	- Ketepatan waktu pelayanan - Kemudahan proses pembayaran - Ketepatan pelaksanaan promosi	Skala Likert
Daya Tanggap (X ₃)	Kesigapan karyawan membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat.	- Ketepatan menyelesaikan keluhan pelanggan - Siap membantu konsumen	Skala Likert
Jaminan (X ₄)	Pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki setiap karyawan.	- Kualitas produk sesuai promosi - Pelayanan yang ramah - Pengetahuan karyawan	Skala Likert
Empati (X ₅)	Perhatian karyawan untuk memahami kebutuhan pelanggan yang diukur dari respon karyawan.	Tidak membedakan status social setiap pelanggan	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Tinggak perasaan pelanggan setelah membandingkan harapan akan kualitas yang diterimanya.	- Warranty cost - Penanganan terhadap complain pelanggan - Market share - Cost of poor quality - Industry respon	Skala Likert

Tabel 1. Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Bukti Fisik (X ₁)	Fasilitas fisik yang disediakan perusahaan termasuk penampilan karyawan.	- Kondisi dan lokasi gedung. - Interior, peralatan dan perlengkapan. - Penampilan karyawan - Tempat parkir.	Skala Likert

Jenis dan Sumber Data

Prosedur pengambilan data dalam penelitian ini adalah menggunakan: Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari responden yang ada dilokasi penelitian. Data tersebut



diperoleh dari pengisian kuesioner, pengamatan serta wawancara.

Data Sekunder

Data sekunder yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Analisa Data

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 17.0, dengan criteria sebagai berikut :

Dengan degree of freedom (df) = (n-2) dan $\alpha = 0,05$ maka:

- Variabel dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
- Variabel dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (Imam Ghozali, 2007)

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012) Reliabilitas mengandung pengertian bahwa sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Jadi, kata kunci untuk syarat kualifikasi suatu instrumen pengukuran adalah konsistensi, atau tidak berubah-ubah. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach Alpha $> 0,60$ (Imam Ghozali, 2007).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis apakah variabel independen (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) secara bersama mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Rumus matematis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana :

Y = Kepuasan pelanggan

b_1 = Koefisien regresi Bukti Fisik

b_2 = Koefisien regresi Keandalan

b_3 = Koefisien regresi Daya Tanggap

b_4 = Koefisien regresi Jaminan

b_5 = Koefisien regresi Empati

x_1 = Bukti Fisik

x_2 = Keandalan

x_3 = Daya Tanggap

x_4 = Jaminan

x_5 = Empati

Uji Hipotesis

Uji F

Menentukan F tabel dan F hitung.

Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 % atau taraf signifikansi sebesar 5 %, maka:

- apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.



Uji T

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2007).

Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata $\alpha = 5$ persen

$H_0 : b = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen)

$H_1 : b > 0$ (ada pengaruh positif antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen).

Dasar pengambilan keputusan dapat dengan dua cara:

1. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel.
 - Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. (H_0 ditolak dan H_1 diterima)
 - Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak ada pengaruh antara variabel X, masing-masing dengan variabel Y. (H_1 diterima dan H_0 ditolak)
2. Dengan menggunakan angka signifikansi.
 - Apabila angka signifikansi $< 0,05$ maka H_0 diterima.
 - Apabila angka signifikansi $> 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang

kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Imam Ghazali, 2007)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A.HASIL

Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan lebih dari 100 buah kuesioner. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa ada beberapa kuesioner memiliki respon yang tidak lengkap. Penentuan sampel dilakukan dengan terlebih dahulu memastikan bahwa responden adalah orang yang telah melakukan pembelian motor secara kredit melalui PT. CS Finance kantor cabang Pematang Siantar. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi demografis responden tersebut.

1. Identitas Responden

Tabel 2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	63	63
Perempuan	37	37
Total	100	100

Tabel 3. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Umur Usaha	Jumlah Responden	Persentase
< 20 th	4	4
20 – 29 th	25	25
30 – 39 th	32	32
≥ 40	39	39
Total	100	100

Sumber : Data Primer Diolah. 2016



Tabel 4. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	%
SMP	7	7
SMA	40	40
D3 / Akademi	29	29
Sarjana	24	24
Total	100	100

Sumber : Data Primer Diolah. 2016

Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS	31	31
Pegawai Swasta	44	44
Wiraswasta	17	17
Pelajar / Mahasiswa	8	8
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer Diolah. 2016

Tabel 6. Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase
Kurang dari Rp. 500.000	-	-
Rp. 501.000 – Rp. 1.000.000	8	8
Rp. 1.001.000 – Rp. 2.000.000	44	44
Rp. 2.001.000 – Rp. 3.000.000	30	30
Lebih dari Rp. 3.000.000	18	18
Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer Diolah. 2016

Analisa Data

Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian

Tanggapan responden terhadap variabel penelitian merupakan tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yang meliputi tanggapan tentang bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan pelanggan.

Karena masing-masing variabel terdiri dari 4 item pernyataan, maka untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban

masing-masing variabel akan didasarkan pada nilai rata-rata skor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini:

- Skor minimum = 1
- Skor maksimum = 5
- Lebar skala = $\frac{5 - 1}{4} = 1$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

1,0 - 1,80 = Sangat rendah

1,81 - 2,60 = Rendah

2,61 - 3,40 = Sedang

3,41 - 4,20 = Tinggi

4,21 - 5,00 = Sangat tinggi

Distribusi dari masing-masing kategori tanggapan responden untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

A. Tanggapan Responden terhadap Variabel Bukti Fisik (Tangible)

Tabel 7 Tanggapan Responden terhadap Bukti Fisik (Tangible)

No.	Indikator	Skor					Jml	Rata-rata
		SS	S	R	TS	STS		
1.	Kondisi gedung dan fasilitas yang disediakan CSF baik	19	46	27	8	0	376	3.76
2.	CSF menggunakan peralatan dan teknologi yang modern	20	34	36	10	0	364	3.64
3.	Tempat parkir pada CSF memadai dan aman	20	38	30	12	0	366	3.66
4.	Penampilan karyawan CSF rapi dan menarik	10	53	26	11	0	362	3.62
	Jumlah						1468	14.68
	Rata-rata						367	3.67



B. Tanggapan Responden terhadap Variabel Keandalan (Reliability)

Tabel 8. Tanggapan Responden terhadap Keandalan (Reliability)

No.	Indikator	Skor					Jml	Rata-rata
		SS	S	R	TS	STS		
1	CSF memberikan pelayanan dengan akurat	19	57	16	8	0	387	3.87
2	CSF menyelesaikan masalah sesuai waktu yang dijanjikan	16	51	29	4	0	379	3.79
3	CSF menyelesaikan keluhan dengan baik	15	57	25	3	0	384	3.84
4	Prosedur pelayanan CSF disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti	18	60	18	4	0	392	3.92
Jumlah							1542	15.42
Rata-rata							385.5	3.86

C. Tanggapan Responden terhadap Variabel Daya Tanggap (Responsiveness)

Tabel 9. Tanggapan Responden terhadap Daya Tanggap (Responsiveness)

No.	Indikator	Skor					Jml	Rata-rata
		SS	S	R	TS	STS		
1	Karyawan CSF cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan	29	59	9	3	0	414	4.14
2	Karyawan CSF selalu bersedia membantu mengatasi kesulitan yang dihadapi	37	51	10	2	0	423	4.23

3	Karyawan CSF melayani dengan cepat dan tepat	20	62	17	1	0	401	4.01
4	Karyawan CSF memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti	34	50	15	1	0	417	4.17
Jumlah							1655	16.55
Rata-rata							413.8	4.14

Tanggapan Responden terhadap Variabel Jaminan (Assurance)

Tabel 10. Tanggapan Responden terhadap Jaminan (Assurance)

No.	Indikator	Skor					Jml	Rata-rata
		SS	S	R	TS	STS		
1	CSF memberikan jaminan rasa aman atas jasa yang diberikan	11	46	36	7	0	361	3.61
2	Karyawn CSF menumbuhkan rasa aman dalam memberikan pelayanan	16	47	36	1	0	378	3.78
3	CSF memberikan keakuratan dalam setiap transaksi	13	38	40	9	0	355	3.55
4	Karyawn CSF selalu bersikap ramah dan sabar	11	36	48	5	0	353	3.53
Jumlah							1447	14.47
Rata-rata							361.8	3.62

Tanggapan responden terhadap Variabel Empati (Emphaty)



Tabel 11. Tanggapan Responden terhadap Empati (Emphaty)

No.	Indikator	Skor					Jml	Rata-rata
		SS	S	R	TS	STS		
1	Karyawan CSF memahami kebutuhan dan harapan	26	51	20	3	0	400	4.00
2	Karyawn CSF mempunyai kemampuan komunikasi yang baik	14	58	26	2	0	384	3.84
3	Karyawan CSF memberikan perhatian khusus kepada konsumen	30	53	14	3	0	410	4.10
4	Karyawan CSF sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan konsumen	27	60	13	0	0	414	4.14
Jumlah							1608	16.08
Rata-rata							402	4.02

Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 12. Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan

No.	Indikator	Skor					Jml	Rata-rata
		SS	S	R	TS	STS		
1	Pelayanan CSF memuaskan	19	39	39	3	0	374	3.74
2	Informasi yang diberikan CSF sesuai dengan harapan	13	67	19	1	0	392	3.92
3	Anda akan merekomendasikan CSF kepada orang lain	18	65	14	3	0	398	3.98

4	Anda akan menggunakan kembali jasa CSF	12	50	34	4	0	370	3.7
Jumlah							1534	15.34
Rata-rata							383.5	3.84

Uji Kualitas data

a.Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode Analisis korelasi product moment. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS. Nilai korelasi yang berada di atas r tabel yaitu 0,197 menunjukkan sebagai item yang valid. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 13 berikut ini:

Tabel 13. Hasil Pengujian Validitas

No	Indikator	Korelasi	r table	Ket
1	Bukti Fisik			
	-Indikator 1	0,871	0,197	Valid
	-Indikator 2	0,895	0,197	Valid
	-Indikator 3	0,876	0,197	Valid
2	Keandalan			
	-Indikator 1	0,795	0,197	Valid
	-Indikator 2	0,741	0,197	Valid
	-Indikator 3	0,792	0,197	Valid
3	Daya Tanggap			
	-Indikator 1	0,760	0,197	Valid
	-Indikator 2	0,761	0,197	Valid
	-Indikator 3	0,687	0,197	Valid
4	Jaminan			
	-Indikator 1	0,786	0,197	Valid
	-Indikator 2	0,700	0,197	Valid
	-Indikator 3	0,794	0,197	Valid
5	Empati			
	-Indikator 1	0,830	0,197	Valid
	-Indikator 2	0,776	0,197	Valid
	-Indikator 3	0,812	0,197	Valid
6	Kepuasan Pelanggan			
	-Indikator 1	0,713	0,197	Valid
	-Indikator 2	0,736	0,197	Valid
	-Indikator 3	0,787	0,197	Valid
	-Indikator 4	0,676	0,197	Valid



b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach Alpha. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkaskan pada tabel 14 berikut ini:

Tabel 14. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Bukti Fisik	0,899	Reliabel
Keandalan	0,778	Reliabel
Daya Tanggap	0,738	Reliabel
Jaminan	0,759	Reliabel
Empati	0,821	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,698	Reliabel

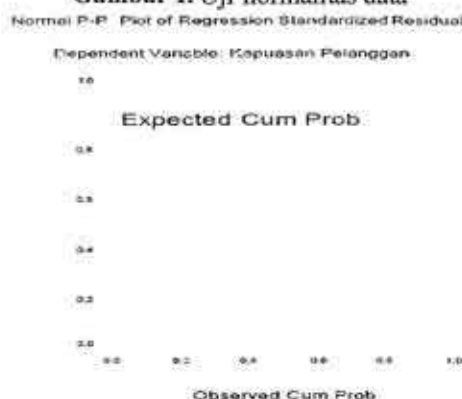
Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus bebas dari masalah penyimpangan terhadap asumsi klasik. Berikut ini adalah pengujian terhadap asumsi klasik dalam model regresi:

1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan pengujian terhadap nilai residual. Sedangkan pengujian dilakukan dengan menggunakan P-P Plot. Pada pengujian normalitas ini dapat dilihat dari Gambar 1:

Gambar 1. Uji normalitas data



Gambar 1 menunjukkan bahwa titik-titik residual model regresi sudah berdistribusi normal karena titik-titik tersebut menyebar di sekitar garis diagonal. Dengan demikian, syarat kenormalan sebagai pengujian statistik dengan menggunakan regresi dapat terpenuhi.

2 Uji Multikolinieritas

Tabel 15. Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Bukti Fisik	0.688	1.454	Tdk ada Multikolinier
Keandalan	0.589	1.699	Tdk ada Multikolinier
Daya Tanggap	0.756	1.322	Tdk ada Multikolinier
Jaminan	0.646	1.547	Tdk ada Multikolinier
Empati	0.538	1.858	Tdk ada Multikolinier

Tabel 15 menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

Analisa Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel dimensi kualitas pelayanan secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.



Tabel 16. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.421	.333		1.262	.210
Bukti Fisik	.111	.053	.168	2.081	.040
Keandalan	.182	.076	.207	2.379	.019
Daya Tanggap	.154	.076	.157	2.036	.045
Jaminan	.255	.072	.295	3.546	.001
Empati	.185	.082	.207	2.270	.025

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil standardized coefficients tersebut, persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 0,168 X_1 + 0,207 X_2 + 0,157 X_3 + 0,295 X_4 + 0,207 X_5$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Koefisien regresi variabel bukti fisik (tangible) mempunyai nilai koefisien beta sebesar 0,168 dan bernilai positif. Hal ini berarti variabel tangible berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- Koefisien regresi variabel keandalan (reliability) mempunyai nilai koefisien beta sebesar 0,207 dan bernilai positif. Hal ini berarti variabel reliability berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- Koefisien regresi variabel daya tanggap (responsiveness) mempunyai nilai koefisien beta sebesar 0,157 dan bernilai positif.

Hal ini berarti variabel responsiveness berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi variabel jaminan (assurance)

mempunyai nilai koefisien beta sebesar 0,295 dan bernilai positif. Hal ini berarti variabel assurance mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi variabel empati (empathy) mempunyai nilai koefisien beta sebesar 0,207 dan bernilai positif. Hal ini berarti variabel empathy berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial)

Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t. Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial:

- Hasil pengujian terhadap variabel bukti fisik (tangible) diperoleh nilai t hitung = 2,081 dengan nilai signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n - k - 1 = 100 - 5 - 1 = 94$ dengan diperoleh nilai t sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh t hitung (2,081) > t tabel (1,661) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa bukti fisik (tangible) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.
- Hasil pengujian terhadap variabel keandalan (reliability) diperoleh nilai t hitung = 2,379 dengan nilai signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n - k - 1 = 100 - 5 - 1 = 94$ dengan diperoleh nilai t sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh t hitung (2,379) > t tabel (1,661) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa reliability memiliki



pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

Hasil pengujian terhadap variabel daya tanggap (responsiveness) diperoleh nilai t hitung = 2,036 dengan nilai signifikansi sebesar $0,045 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$ dengan diperoleh nilai t sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh t hitung (2,036) $>$ t tabel (1,661) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa daya tanggap (responsiveness) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

- Hasil pengujian terhadap variabel jaminan (assurance) diperoleh nilai t hitung = 3,546 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$ dengan diperoleh nilai t sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh t hitung (3,546) $>$ t tabel (1,661) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa jaminan (assurance) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.
- Hasil pengujian terhadap variabel empati (empathy) diperoleh nilai t hitung = 2,270 dengan nilai signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$ dengan diperoleh nilai t sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh t hitung (2,270) $>$ t tabel (1,661) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa perhatian (emphaty) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji hubungan signifikansi antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan atau bersama-sama. Hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh pada Tabel 17 berikut ini:

Tabel 17. Hasil Analisis Regresi Secara Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Si g.
1 Regression	14.863	5	2.973	25.899	.000 ^b
Residual	10.789	94	.115		
Total	25.653	99			

a. Predictors: (Constant), Empati., Daya Tanggap, Bukti Fisik, Jaminan, Keandalan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 25,899 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Menurut Imam Ghazali (2006) dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai F tabel dengan $df_1 = 5$ dan $df_2 = 100-5-1 = 94$ diperoleh sebesar 2,31. Dengan demikian nilai F hitung = (25,899) lebih besar dari nilai F tabel (2,31). Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa secara simultan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. CS Finance Cabang Pematang Siantar dapat diterima.

Volume: XI No. 1 Juli 2016



Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R square.

Tabel 18. Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 ^a	.579	.557	.33879

a. Predictors: (Constant), Empati., Daya Tanggap, Bukti Fisik, Jaminan, Keandalan

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R²) yang diperoleh sebesar 0,557. Hal ini berarti 55,7% kepuasan pelanggan PT. CS Finance Cabang Pematang saintar dipengaruhi oleh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, sedangkan sisanya yaitu 44,3% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. CS Finance Cabang Pematang Siantar secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut

selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam lima dimensinya memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri pelanggan. Kepuasan yang terbentuk tersebut selanjutnya akan menjadi dasar untuk keputusan selanjutnya dan pemberian rekomendasi kepada orang lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa bukti langsung dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan fasilitas dan sumber daya manusia sebagai pemberi pelayanan akan menentukan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keandalan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa keandalan dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan keandalan dalam bentuk kecepatan pelayanan, kemampuan karyawan, pelayanan administrasi dan keandalan karyawan akan memberikan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa daya tanggap dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kesediaan karyawan dalam membantu, kesediaan karyawan dalam memberikan informasi, respon yang cepat dari karyawan, dan penyelesaian masalah



dengan cepat akan memberikan pengaruh positif dalam terbentuknya kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa jaminan dari penyedia jasa pelayanan akan memberikan peningkatan pada kepuasan pelanggan. Adanya peralatan pendukung, kemampuan karyawan dalam melayani dan jaminan yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada perusahaan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel empati memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa adanya perhatian dari penyedia jasa pelayanan jasa pembiayaan dalam bentuk perhatian yang sama tanpa membedakan status, keramahan dan kesopanan, kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan pemahaman setiap kondisi pelanggan akan meningkatkan pandangan positif dari setiap pelanggan terhadap perusahaan. Hal ini selanjutnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data dan pembahasan pada dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (tangible) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel keandalan (reliability) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel daya tanggap (responsiveness) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel jaminan (assurance) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel empati (emphaty) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6. Secara bersama-sama variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, maka saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Koefisien regresi variabel jaminan (assurance) mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga PT. CS Finance Cabang Pematang siantar hendaknya mempertahankan dan meningkatkan jaminan dengan cara meningkatkan kemampuan karyawan memahami semua informasi pelayanan serta mampu menjelaskannya ke pelanggan dengan baik.



2. Koefisien regresi variabel daya tanggap (responsiveness) mempunyai pengaruh paling kecil terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga PT. CS Finance Cabang Pematang siantar perlu melakukan peningkatan kinerja daya tanggap agar karyawan lebih cepat tanggap dalam melayani permintaan dan keluhan pelanggan yaitu dengan cara melakukan pelatihan dan evaluasi secara berkala bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.
 3. Pengetahuan dan keterampilan akan kualitas pelayanan harus diberikan oleh PT. CS Finance Cabang Pematang siantar kepada karyawannya terutama yang memiliki peran di frontline, karena merekalah ujung tombak kualitas pelayanan perusahaan. Kinerja mereka mencerminkan kualitas pelayanan perusahaan. Oleh karena itu, mereka sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kepercayaan konsumen dalam memilih jasa pembiayaan sepeda motor di PT. CS Finance Cabang Pematang siantar.
- Fandy Tjiptono. 2005. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Andi. Yogyakarta.
- _____. 2007. Manajemen Jasa. Andi. Yogyakarta.
- _____. 2005. Service, Quality, and Satisfaction. Andi. Yogyakarta
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. Service, Quality, and Satisfaction. Andi. Yogyakarta.
- Griffin, Jill. 2003. Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Husein Umar. 2005. Metode Penelitian untuk Penelitian dan Tesis Bisnis. Edisi Baru. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Imam Ghozali. 2005. Analisis Multivariate SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip. 2007. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta..
- _____. 2010. Manajemen Pemasaran, Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Lamb, Charles. W. et.al. 2001. Pemasaran. Buku I Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi. 2010. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kedelapan. CV Alfabeta. Bandung.
- Yamit, Z. 2001. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta : Ekonosia.

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Djarwanto. 2011. Petunjuk Teknis Penyusunan Penelitian. BPFE. Yogyakarta.

