

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. RAMAYANA LESTARI SENTOSA CIPUTAT**

**Armansyah dan Muhammad Nor Jailani
Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
ardaeng3s@yahoo.co.id**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berbelanja di PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat dan sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang dengan menggunakan perhitungan slovin. Berdasarkan hasil hipotesis yang didapat yaitu $t_{hitung} = 6,52914$ dan $t_{tabel} = 1.984$. Maka $t_{hitung} (6,52914) > t_{tabel} = (1.984)$, dengan demikian kriteria pengujian yang dapat diterima ialah $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 di tolak dan H_a di terima sehingga hipotesis yang diterima adalah adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat. Hasil pengujian determinasi pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 43,50 %, sedangkan sisanya 56.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dalam hal ini tidak menjadi bahan penelitian penulis karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how to improve the quality of service to customer satisfaction at PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat. The population used in this study is customers purchased at PT. Ramayana Lestari Sentosa, Ciputat and the sample used amounted to 100 people using slovin calculations. Based on the results of the hypothesis obtained is $t_{count} = 6.52914$ and $t_{table} = 1.984$. Then $t_{count} (6,52914) > t_{table} = (1,984)$, thus the test criteria can be accepted as $t_{count} > t_{table}$, then H_0 is rejected and H_a is accepted as the hypothesis is related to the significant quality of PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat. The test results determine the quality of service (X) to customer satisfaction (Y) amounting to 43.50%, while the remaining 56.5% is needed by factors which in this case are not subject to research that causes limited time, funds, and energy.

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Di dalam pemasaran tentu ada faktor yang menyebabkan pemasaran dikatakan berhasil yakni kepuasan pelanggan. Menurut Mowen (2012:16) kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan.

Perusahaan juga melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (2014:54) kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. RAMAYANA LESTARI SENTOSA CIPUTAT”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat?
2. Bagaimanakah kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat?
3. Bagaimakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat?

C. Pembatasan Masalah

Karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis seperti waktu, tenaga, biaya dan pengkajian teori. Untuk itu penelitian ini dibatasi pada masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimanakah kualitas pelayanan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat
2. Untuk mengetahui bagaimanakah kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat

3. Untuk mengetahui bagaimakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis
Penelitian ini merupakan kelanjutan dari proses belajar mengajar dalam rangka mencoba menerapkan ilmu yang pernah penulis terima dengan keadaan yang dilapangan, sehingga penulis harapkan dengan peneltian ini dapat menjadi pengalaman dan mengetahui sejauhmana kemampuan teoritis tersebut dapat diterapkan dalam praktek sehari-hari
2. Bagi Perguruan Tinggi
Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam ilmu manajemen pemasaran dalam kaitannya dengan pemberian kredit dengan rentabilitas ekonomi.
3. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan mengungkapkan masalah yang timbul serta saran-saran untuk memecahkannya, dan mengetahui sejauhmana kemampuan praktis sehingga pada akhirnya dapat memberikan manfaat kepada perusahaan untuk tumbuh dan terus maju.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

Menurut penelitian Agung Tri Putranto (2019:4) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada “dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang di terima atau dirasakan

Goetsh dan Davis dalam Tjiptono (2014:4) mendefinisikan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut *American Society For Quality Control* dalam Lupiyoadi (2013:144) definisi kualitas yaitu adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan.

Kedua definisi di atas menjelaskan bahwa kualitas dinilai dari kemampuannya untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga merupakan suatu ciri-ciri dan karakteristik yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memiliki persepsi di dalam memenuhi atau melebihi harapannya. Kualitas yang tinggi memungkinkan suatu perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan nilai penjualan, dapat bersaing dengan pesaing, dan meningkatkan pangsa pasarnya. yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah pelangganlah yang menentukan kualitas produk atau jasa yang disampaikan kepada mereka.

B. Kepuasan Pelanggan

Menurut penelitian Agung Tri Putranto (2019:6) Pemasar harus berhati-hati dalam menetapkan tingkat ekspektasi yang tepat. Jika mereka menetapkan ekspektasi terlalu rendah, mereka mungkin memuaskan pelanggan yang membeli produk itu tetapi gagal menarik cukup banyak pembeli. Jika pemasar menaikkan ekspektasi terlalu tinggi, para

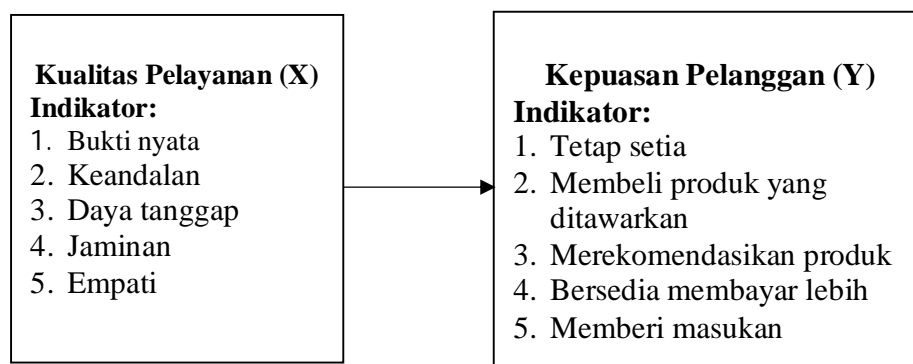
pembeli akan kecewa. Nilai dan kepuasan pelanggan merupakan kunci untuk mengembangkan dan menata hubungan pelanggan.

Pelanggan merupakan konsep utama mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan. Dalam hal ini pelanggan memegang peranan yang penting untuk mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diterima. Definisi pelanggan dalam pandangan tradisional menurut Tjiptono (2014:5) pelanggan suatu perusahaan adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk perusahaan tersebut. Sedangkan pelanggan menurut Tjiptono (2014:6) menurut pandangan modern konsep pelanggan mencakup pelanggan eksternal dan internal. Pelanggan eksternal adalah setiap orang yang membeli produk dari perusahaan, sedangkan pelanggan internal adalah semua pihak dalam organisasi yang sama, yang menggunakan jasa suatu bagian atau departemen tertentu (termasuk pemroses selanjutnya dalam produksi bertahap).

Berdasarkan definisi di atas, dapat dikemukakan bahwa pelanggan merupakan setiap orang maupun pihak yang dilayani kebutuhannya oleh perusahaan, departemen maupun lembaga dan siapa saja dapat menjadi pelanggan. Pengertian pelanggan menurut *Cambridge International Dictionaries* dalam Lupiyoadi (2013:143) pelanggan adalah seseorang yang membeli suatu barang dan jasa. Sedangkan menurut *Webster's 1928 Dictionary* dalam Lupiyoadi (2013:143) definisi pelanggan yaitu seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk memenuhi apa yang diinginkan.

Kedua pengertian di atas menjelaskan bahwa pada dasarnya pelanggan adalah seseorang yang secara terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya dan memiliki suatu produk atau jasa tersebut.

C. Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari penelitian ini merupakan jawaban sementara atau kesimpulan yang diambil untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian.

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penggunaan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penggunaan jasa.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat penelitian tersebut dilaksanakan. Penelitian dilakukan di PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat yang beralamat di Plaza Ciputat Raya, Jl. Ciputat Raya, Pamulang, Cipayung, Ciputat, Cipayung, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15412

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif asosiatif, Menurut Sugiyono (2015:11) penelitian deskriptif asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

C. Metode Penentuan Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam suatu survei tidak perlu meneliti semua individu karena akan memerlukan waktu, tenaga, dan biaya yang besar. Dalam penelitian ini, populasinya adalah konsumen yang berbelanja di PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat.

2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari suatu populasi. Agar sampel yang diambil representatif atau mewakili populasi maka pengambilan sampelnya harus tepat. Oleh karena data yang diperoleh tidak jelas dan tidak dapat diketahui secara pasti jumlah populasi dari konsumen tersebut, maka peneliti mengambil sampel dengan mempersempit populasi yaitu jumlah pembeli sebanyak 100 sampel dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Menurut Husein Umar (2013:67) data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama, misalnya dari individu atau perseorangan. Data ini didapat dengan cara wawancara, pengisian kuesioner serta observasi kepada responden. Data ini merupakan data mentah yang kelak akan diproses untuk tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan.

2. Data Sekunder

Menurut Husein Umar (2013:67) data sekunder merupakan data primer yang telah diolah misalnya dalam bentuk tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga lebih informatif jika digunakan oleh pihak. Dalam penelitian ini data sekunder meliputi data internal yang diperoleh dengan cara penulis mendatangi perusahaan tempat dilakukan riset yang berkaitan dengan analisis faktor-faktor yang dimiliki oleh perusahaan yang menjadi daya tarik terhadap konsumen serta data eksternal yang diperoleh dari buku, majalah, dan informasi-informasi yang diperoleh selama melakukan penelitian.

E. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2014:130) mengatakan bahwa pengujian validitas yaitu suatu instrument pengukuran dikatakan valid jika instrument dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur. Adapun kriteria pengambilan validitas variabel adalah sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka instrument(item) tersebut dapat dinyatakan valid
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka instrument (item) tersebut dapat dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2015:59) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun kriteria pengambilan keputusan reliabilitasnya adalah sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka alat ukur tidak reliabel.
- Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka alat ukur reliable

F. Analisis Regresi Linier Sederhana

Fungsi utama dari analisis koefisien regresi linier sederhana merupakan cerminan atau yang menggambarkan ada tidaknya pengaruh Y terhadap X, atau pengaruh X terhadap Y. Menurut Sutrisno (2014:224) sasaran utama dari pada regresi adalah untuk memformulasikan pengaruh dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang sedang diamati. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh secara matematis, dari variabel bebas dan variabel terikat tersebut. Sehingga dapat diketahui, seberapa besar pengaruh setiap unit variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat.

G. Uji t

Menurut Sugiyono (2014:92) untuk menguji signifikan antara variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan), maka perlu diuji signifikan. Adapun kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima, H_a ditolak (tidak signifikan)
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak, H_a diterima (signifikan)

H. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui besar kontribusi kualitas pelayanan (variabel X) terhadap kepuasan pelanggan (variabel Y) dan hasilnya dalam bentuk persentase (%). Besar kecilnya nilai koefisien determinasi ini menunjukkan besar kecilnya kontribusi atau sumbangan terhadap variabel Y (terikat).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji pertanyaan maupun pernyataan pada kuesioner yang disebar valid atau tidak. Caranya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan r_{tabel} dengan tingkat kesalahan (signifikan) 10%. Bila t_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} , maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, begitu sebaliknya.

No	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
1	0,399	0,1654	Valid
2	0.419	0,1654	Valid
3	0.338	0,1654	Valid
4	0.475	0,1654	Valid
5	0.408	0,1654	Valid
6	0.434	0,1654	Valid
7	0.239	0,1654	Valid
8	0.209	0,1654	Valid
9	0,202	0,1654	Valid
10	0,215	0,1654	Valid
11	0,243	0,1654	Valid
12	0,283	0,1654	Valid
13	0,212	0,1654	Valid
14	0.206	0,1654	Valid
15	0,402	0,1654	Valid

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan pada variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} 0,1654 maka seluruh butir instrumen variabel kualitas produk dinyatakan valid.

No	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
1	0.401	0,1654	Valid
2	0.268	0,1654	Valid
3	0.265	0,1654	Valid
4	0.278	0,1654	Valid
5	0.450	0,1654	Valid
6	0.389	0,1654	Valid
7	0.206	0,1654	Valid
8	0.497	0,1654	Valid
9	0.241	0,1654	Valid
10	0.224	0,1654	Valid
11	0.250	0,1654	Valid
12	0.230	0,1654	Valid
13	0.356	0,1654	Valid
14	0.205	0,1654	Valid
15	0.213	0,1654	Valid

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa keseluruhan item kuesioner pada variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Jadi dapat disimpulkan bahwa ke-15 butir pernyataan kuesioner tersebut adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan data yang sudah dilakukan oleh penulis diketahui bahwa nilai total varian butir pada variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 5.8176 sedangkan nilai varian total adalah 18.4875. Dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, maka penulis dapat mengetahui nilai reliabilitas instrumen atribut produk (X) yaitu $r_{ca} = 0.38611$, maka $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $0.38611 > 0,1654$. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka instrument variabel X dapat dikatakan reliabel.

Hasil perhitungan data yang sudah dilakukan oleh penulis diketahui bahwa nilai total varian butir pada variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 6.8334, sedangkan nilai varian total adalah 19.3526. Dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, maka penulis dapat mengetahui nilai reliabilitas instrumen kepuasan pelanggan (Y) yaitu $r_{ca} = 0,78068$, maka $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $0,4225 > 0,1654$. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka instrument variabel Y dapat dikatakan reliabel.

B. Uji Regresi Linier Sederhana

Diketahui:

$$N = 100$$

$$\sum X = 6475$$

$$\sum Y = 6522$$

$$\sum X^2 = 421105$$

$$\sum Y^2 = 427300$$

$$\sum XY = 423547$$

b = Koefisien Regresi, dengan menggunakan rumus :

$$b = \frac{n\sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{100 \cdot (423547) - (6475)(6522)}{100(421105) - (6475)^2}$$

$$b = \frac{42354700 - 42229950}{42110500 - 41925625}$$

$$b = \frac{124750}{188475}$$

$$= 0.6747$$

Dari perhitungan di atas, maka diketahui nilai untuk b adalah 0.6747

a =Konstanta, dengan menggunakan rumus :

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$a = \frac{6522 - 0.6747(6475)}{100}$$

$$a = \frac{6522 - 4368.6825}{100}$$

$$a = \frac{2153.3175}{100}$$

$$a = 21.533$$

Dari perhitungan di atas, maka diketahui nilai untuk a adalah 21.533 Dengan demikian dapat diperoleh angka persamaan berdasarkan dari output coefficients $Y = 21.533 + 0.6747X$. Dari persamaan regresi yang diperoleh yang berbentuk $Y = 21.533 + 0.6747X$ terlihat bahwa koefisien bernilai positif, ini menunjukkan bahwa perubahan Y searah dengan perubahan X.

Jadi nilai Y akan meningkat jika nilai X meningkat, sebaliknya nilai Y akan menurun jika nilai X menurun, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat, artinya jika kualitas pelayanan diterapkan dengan baik maka kepuasan pelanggan akan terpenuhi. Begitu pula sebaliknya koefisien regresi $X = 0.6747$, maka skor variabel Y akan bertambah satu poin dengan asumsi konstanta = 21.533.

C. Uji Hipotesis

Penulis melakukan uji hipotesis dengan menggunakan rumus uji t dan diperoleh t hitung sebesar 6, 52914 dengan jumlah sampel (n) =100, *degree of freedom* (df) = n-2 dan dengan taraf 10%, maka t tabel 1.984. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $6, 52914 > 1.984$.

Oleh karena itu t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat.

D. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini digunakan untuk mengukur derajat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggandengan menggunakan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi (KD), dengan ketentuan $KD=r^2$.

$$\begin{aligned} \text{KD} &= R2 \times 100\% \\ &= (0,65955)^2 \times 100\% \\ &= 0,4350062025 \times 100\% \\ &= 43,50\% \end{aligned}$$

Jadi, pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 43,50 %, sedangkan sisanya 56.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dalam hal ini tidak menjadi bahan penelitian penulis karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Hasil penelitian pada variabel kualitas pelayanan (X) pada PT.Ramayana Lestari Sentosa Ciputat,yang meliputi instrument Bukti nyata, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, dan Empati sangat bervariasi dalam skornya. Dari seluruh jumlah responden yaitu 100 orang dengan 15 pernyataan, yang memilih jawaban setuju adalah yang paling besar nilainya, yaitu sebesar 49%. namun tidak ada yang memberikan skor 1 (sangat tidak setuju) 0%, mayoritas responden memberikan nilai 4 (setuju) sebesar 49% dan nilai 5 (sangat setuju) sebanyak 42.%, sedangkan Skor 2 (tidak setuju) sebanyak 2%, dan sebanyak 7% responden memberikan skor 3 (Ragu-ragu). Ini artinya sebagian besar responden menilai kualitas pelayanan yang diberikan dinilai sangat baik.
2. Hasil perhitungan variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Ramayana Lestari SentosaCiputat, skor yang diberikan responden sangat bervariasi, tetapi tidak ada responden yang memberikan skor 1 (sangat tidak setuju). Mayoritas responden memberikan nilai 4 dan 5 (setuju dan sangat setuju). Secara keseluruhan nilai responden atas variabel kepuasan pelanggan PadaPT. Ramayana Lestari Sentosa yang sangat tidak setuju adalah 0% atau tidak ada responden yang memberikan skor 1. Skor 2 (tidak setuju) sebanyak 1%, dan sebanyak 10% responden memberikan skor 3 (Ragu-ragu). Responden yang memberikan jawaban setuju (skor 4) sebanyak 43%, dan yang 46% lagi memberikan skor 5 (sangat setuju). Dari seluruh jumlah responden yaitu 100 orang dengan 15 pernyataan, yang memilih jawaban sangat setuju adalah yang paling besar nilainya, yaitu sebesar 46%. Ini artinya sebagian besar responden menilai kepuasan pada PTpada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat dinilai sangat baik.
3. Berdasarkan hasil hipotesis yang didapat yaitu $t_{hitung} = 6,52914$ dan $t_{tabel} = 1.984$. Maka $t_{hitung} (6,52914) > t_{tabel} = (1.984)$, dengan demikian kriteria pengujian yang dapat diterima ialah $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 di tolak dan H_a di terima sehingga hipotesis yang diterima adalah adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Ramayana Lestari Sentosa Ciputat.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat, maka ada beberapa saran untuk PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat:

1. Meskipun secara keseluruhan pelayanan pada PT.Ramayana Lestari Sentosa Ciputat secara keseluruhan baik, namun ada beberapa unsur perilaku konsumen yang dirasa masih kurang dipahami, dan lebih baik jika pelaksanaannya ditingkatkan seperti: kotak saran dan kritik kurang terlihat jelas, keramahan dalam melayani pelanggan, serta kepedulian karyawan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Pihak PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat sebaiknya secara berkala melakukan penelitian dengan cara survei misalnya dengan kuesioner-kuesioner atau wawancara langsung yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan sehingga dapat mengetahui kelebihan atau kekurangannya guna untuk perbaikan dalam melaksanakan pelayanan yang lebih baik.
3. Disarankan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut keterkaitan antara kualitas pelayanan yaitu variabel (X) terhadap kepuasan pelanggan variabel (Y) dan faktor-faktor yang lebih dominan terhadap objek yang peneliti gunakan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berry, L. Z. (1985). Quality Counts In Services Too. *Business Horizons*, 44-52.
- Bitner, M. J. (1996). *Services Marketing*. Boston: MCGraw-Hill.
- Hadi, S. (2014). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi.
- Imam, G. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Istijanto. (2014). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Control*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Pratama, A. (2019). PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI DAN KOMPENSASI TERHADAP KEPUASAN KERJA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Jurnal Semarak*, 122-141.
- Putranto, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Convenience Store 7-Eleven. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 1.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhandi. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Jasa Asuransi*. Tangsel: PT. Global Asistensi Manajemen Indonesia(GAMI), UNPAM.
- Tjiptono, F. &. (2014). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Wulansari, E. (2007). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (Penelitian Kuantitatif Deskriptif Pada Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Cabang Semarang Selatan. *Universitas Negeri Semarang*, 1.