

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang
Mantang Desa Bujak Kecamatan Batukliang
Kabupaten Lombok Tengah)

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI ENTERPRENEUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MATARAM
2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang
Mantang Desa Bujak Kecamatan Batukliang
Kabupaten Lombok Tengah)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Oleh

AHYAR GUNAWAN
NIM.217120146

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
KOSENTRASI ENTERPRENEUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MATARAM
2021**

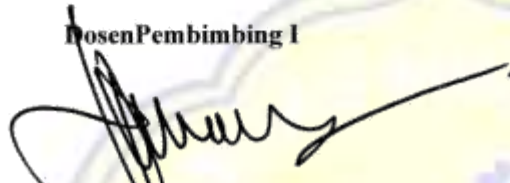
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus di CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang Desa Bujak Kec.Batukliang Kab.Lombok Tengah)”.

Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui
Tanggal 5 Agustus 2021

Menyetujui

Dosen Pembimbing I



Dedy Iswanto, ST., MM
NIDN: 0818087901

Dosen Pembimbing II



Selva, S.E., M.Sc
NIDN: 081111861

**Mengetahui
Ketua Program Studi**



Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN : 0828108404

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus Pada CV.Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang Desa Bujak
Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah)**

Oleh

**Ahyar Gunawan
217120146**


Telah Dipertahankan Didepan Pengji
Pada Tanggal 09 Agustus 2021
Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Tim Penguji

**Dedy Iswanto, ST., MM.
NIDN: 0818087901**

(RU) 

**Selva, S.E., M.Sc.
NIDN: 0811118601**

(PP) 

**Abdul Hafiz, S.Sos.I., M.Pd.I.
NIDN: 0810097105**

(PN) 

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

**Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM
NIDN:0828108404**

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Dr. H. Muhammad Ali, M.Si.
NIDN: 0806066801**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahyar Gunawan
Nim : 217120146
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politi
Progran Studi : Administrasi Bisnis
Kosentrasi : Enterpreneur
Instansi : Universitas Muhammadiyah Mataran
Judul Skripsi : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” (Studi Kasus Pada CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang Desa Bujak Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah)

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH maupun di Perguruan Tinggi lainnya, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diberikan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftas pustaka. Apabila ternyata di dalam Naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Matsoran, 09 Agustus, 2021


Ahyar Gunawan
217120146



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahyar Gunawan
NIM : 217120196
Tempat/Tgl Lahir : Jia Sape, 16 Mei 1998
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : FKIPOL
No. Hp/Email : 085 837 266 701 / Ahayarputras3@gmail.com
Judul Penelitian :

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada CV Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang Jera bujak kec. baluk liang kab. Lombok tengah).

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 28 8 46 8

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari karya ilmiah dari hasil penelitian tersebut terdapat indikasi plagiarisme, saya *bersedia menerima sanksi* sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 28 Agustus 2021

Penulis



Ahyar Gunawan
NIM. 217120196

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



Islandar, S.Sos., M.A
MIDN. 0802048904



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
 Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
 Website : <http://www.ummat.ac.id> E-mail : ummat@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
 PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahyar Gunawan
 NIM : 217120196
 Tempat/Tgl Lahir : Jia Japer 16 Mei 1993
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Fakultas : Fisipol
 No. Hp/Email : 085 337 266 701 / ahyarputra33@gmail.com
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengubah-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada CV karya mitra sejahtera cabang mantang desa bujak kec. batuk uang kab. Lombok tengah)

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 20 Agustus 2021

Penulis

Ahyar Gunawan
 NIM 217120196

Mengetahui,
 Kepala UPT Perpustakaan UMMAT

Iskandar S. Sas, M.A.
 NIDN 0802048904

RIWAYAT HIDUP



Ahyar Gunawan, lahir di Jia Sape 16 Mei 1998 dan merupakan anak pertama dari 3 (tiga) bersaudara dari Bapak Abdul Malik dan Ibu Erni Johan. Pendidikan yang penulis tempuh sama seperti kebanyakan anak pada saat itu, yang mana penulis sendiri menempuh pendidikan paling dasar di SD Negeri Jia dilanjutkan dengan memasuki Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 5 Sape lalu dilanjutkan lagi dengan memasuki Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Sape yang di selesaikan pada tahun 2017. Kemudian pada tahun yang sama, tahun 2017 penulis diterima sebagai mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Mataram dan penulis mengambil Program Studi S1 Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MOTTO

وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

وَاللَّهُ بِمَ تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya :

Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, Maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui terhadap apa yang kamu kerjakan. (Qur’an surat Al-Muzadilah ayat 11).

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut Asma Allah Yang Maha Pengasih, Penyayang serta Maha Penguasa Alam Semesta. Saya persembahkan skripsi ini untuk mereka yang saya sayangi dan Insya Allah selalu dalam lingkungannya :

- ❖ Kedua orang tua ku yang tercinta dan tersayang, Bapak Abdul Malik dan Ibu Erni Johan yang selama ini telah berusaha dengan bersusah payah dan berjuang memberikan yang terbaik demi masa depanku, dan yang tidak pernah merasa lelah untuk bekerja yang tiada pandang hujan dan angin, dan senantiasa melantunkan do'a serta selalu memberikan semangat sehingga ananda Ahyar Gunawan mendapatkan gelar sarjana, Ibu dan Bapak ku baktiku tak akan bisa menebus semua hal yang telah engkau berikan untuk ananda.
- ❖ Adik-adik ku yang tercinta Sukmawati dan Gita Trisna Wati yang selalu memotivasiku untuk selalu sabar dan tabah dalam berjuang.
- ❖ Keluarga Besar ku dan teman-teman seperjuangan ku Terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungannya selama ini

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Arsyad A. Gani, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M. Si selaku Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM, selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram
4. Bapak, Dedy Iswanto, ST., MM. selaku dosen pembimbing pertama atas bimbingan, saran, dan motivasi yang telah diberikan.
5. Ibunda, Selva, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing kedua yang selalu sabar membimbing, memberikan arahan serta masukan dalam mengerjakan proposal ini.
6. Untuk kedua orang tua saya tercinta yang telah mencurahkan segenap waktu, perhatian, serta dukungan yang sangat berharga melalui jerih payah perjuangannya selama ini dengan banyak mencurahkan keringat dan tenaganya serta doa yang tiada henti demi sebuah pengharapan akan buah hatinya menjadi anak yang sukses dunia dan akhirat, amin ya robbal alamin.
7. Semua sahabat-sahabat satu jurusan yang tak bisa saya sebutkan satu-persatu yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, canda dan tawa.
8. Semua pihak yang turut serta dalam penyelesaian proposal skripsi ini yang tak bisa penulis sebutkan satu-persatu

Mataram 09 Agustus 2021

Penulis

Ahyar Gunawan
217120146

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabaroku

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang Desa Bujak Kec. Batukliang Kab.Lombok Tengah)”**

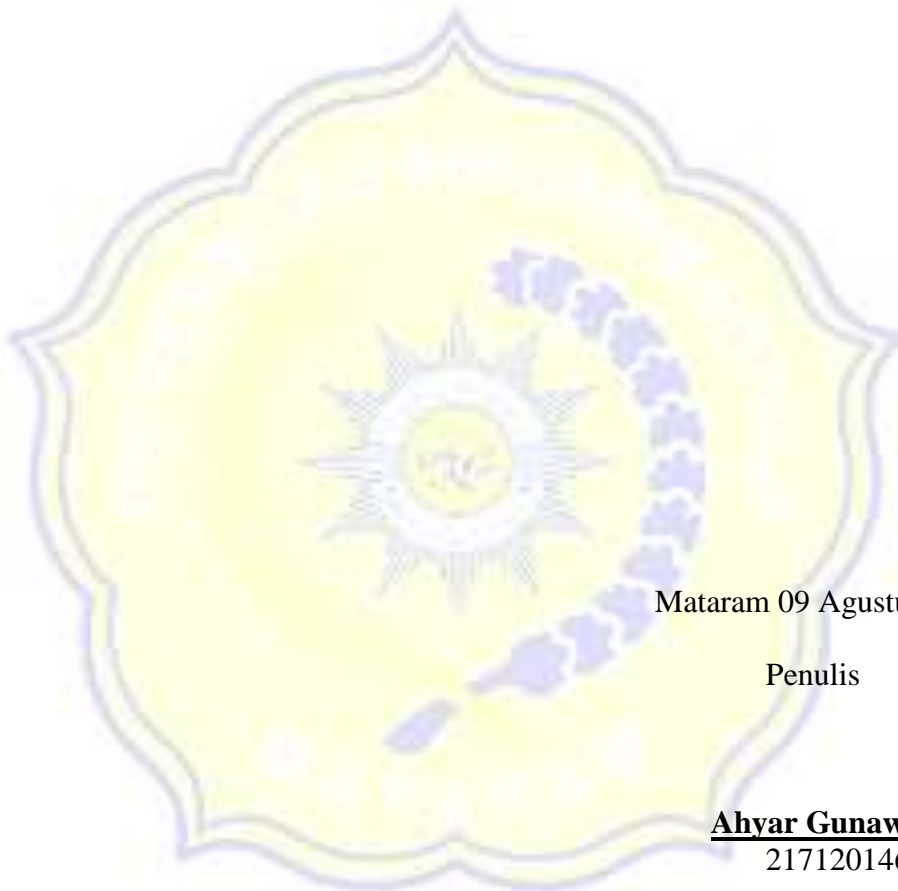
Penyusunan Skripsi ini adalah salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unuversitas Muhammadiyah Mataram.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Arsyad A. Gani, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M. Si selaku Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM, selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram
4. Bapak, Dedy Iswanto, ST., MM. selaku dosen pembimbing pertama atas bimbingan, saran, dan motivasi yang telah diberikan.
5. Ibunda, Selva, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing kedua yang selalu sabar membimbing, memberikan arahan serta masukan dalam mengerjakan proposal ini.
6. Untuk kedua orang tua saya tercinta yang telah mencurahkan segenap waktu, perhatian, serta dukungan yang sangat berharga melalui jerih payah perjuangannya selama ini dengan banyak mencururkan keringat dan

tenaganya serta doa yang tiada henti demi sebuah pengharapan akan buah hatinya menjadi anak yang sukses dunia dan akhirat, amin ya robbal alamin.

7. Semua sahabat-sahabat satu jurusan yang tak bisa saya sebutkan satu-persatu yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, canda dan tawa.
8. Semua pihak yang turut serta dalam penyelesaian proposal skripsi ini yang tak bisa penulis sebutkan satu-persatu.



Mataram 09 Agustus 2021

Penulis

Ahyar Gunawan
217120146

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang Desa Bujak Kec .Batukliang Kab. Lombok Tengah)

Ahyar Gunawan¹, Selva², Dedy Iswanto³
Mahasiswa¹, Pembimbing², Pembimbing Utama³
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan CV. Karya Mitra Sejahtera untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini peneliti mencoba menggali informasi mengenai strategi dan upaya yang dilakukan CV. Karya Mitra Sejahtera dalam meningkatkan kualitas layanan dan mendapatkan kepuasan pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini metode penelitian kualitatif deskriptif lokasi penelitian berlangsung di CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang, Di Desa Bujak Kec Batukliang Kab Lombok Tengah. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun sumber informasi dalam wawancara adalah karyawan dan staff CV. Karya Mitra Sejahtera.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah beberapa upaya yang dilakukan oleh CV. Karya Mitra Sejahtera dalam mendapatkan kepuasan pelanggan adalah dengan beberapa strategi. Yang pertama adalah Memaksimalkan Sumber Daya Manusia, maksudnya adalah dengan memaksimalkan kinerja staff dan karyawan yang ada, mulai dari sistem perekrutan hingga pelayanan pelanggan. Memaksimalkan sistem pelayanan perusahaan, artinya adalah perusahaan bekerja semaksimal mungkin dalam melayani nasabah, seperti mempercepat proses pengiriman, menjaga kualitas barang kiriman, menjaga kualitas pelayanan, hingga tercapainya kepuasan pelanggan yang diharapkan. Membuat sistem pelayanan yang menarik minat pelanggan, maksudnya adalah bagaimana CV. Karya Mitra Sejahtera dalam melayani pelanggan dengan memberikan penawaran yang menarik seperti promosi, hingga kepada kenyamanan yang di berikan berupa kelayakan sarana untuk menunjang berjalannya perusahaan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan.

**THE EFFECT OF QUALITY SERVICE ON CUSTOMER
SATISFACTION**
**(Case Study on CV. Karya Mitra Sejahtera, Mantang, Bujak Village,
Batukliang, Central Lombok)**

Ahyar Gunawan¹, Selva², Dedy Iswanto³
Student¹, Supervisor², Principal Advisor³

Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences,
Muhammadiyah University of Mataram

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the quality of service provided by CV. Karya Mitra Sejahtera in order to obtain customer satisfaction. Researchers attempted to unearth information regarding CV. Karya Mitra Sejahtera's tactics and efforts in increasing service quality and obtaining client satisfaction in this study. The researcher employed a descriptive qualitative research approach, which located at CV. Karya Mitra Sejahtera, Mantang, in Bujak Village, Batukliang, Central Lombok. This study employed observation, interviews, and documentation to gather the data. Employees and staff of CV. Karya Mitra Sejahtera are the interview's sources of information.

The results obtained are the outcome of CV. Karya Mitra Sejahtera's efforts in obtaining customer satisfaction through a variety of tactics. The first is Maximizing Human Resources, which entails maximizing the performance of current employees and personnel, from recruitment through customer service. Maximizing the company's service system, which entails doing all necessary to serve customers, such as speeding up the delivery process, maintaining the quality of items provided, and maintaining the quality of service, until the required level of customer satisfaction is met. The point is how CV. Karya Mitra Sejahtera serves clients by giving appealing offers such as promotions, as well as the convenience given in the form of sufficient facilities to support the company's operations.

Keywords: *Quality of Service, Customer Satisfaction*



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISIONALITAS	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	vi
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
MOTO	ix
PERSEMBAHAN	x
UCAPAN TERIMA KASIH	xi
KATA PENGANTAR	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kualitas Pelayanan.....	10
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	10

2.2.2 Manfaat Kualitas Pelayanan	11
2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	12
2.2.4 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	14
4.2.5 Faktor Kurangnya Kualitas Layanan	18
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	21
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	21
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	25
2.3.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	26
2.3.4 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	26
2.3.5 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	29
2.4 Kerangka berfikir.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.3 Sumber Data	36
3.3.1 Data Primer.....	37
3.3.2 Data Sekunder.....	37
3.4 Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Metode observasi	38
3.4.2 Metode wawancara	38
3.4.3 Metode Dokumentasi	38
3.5 Instrumen Penelitian.....	39
3.5 Metode Analisis	40

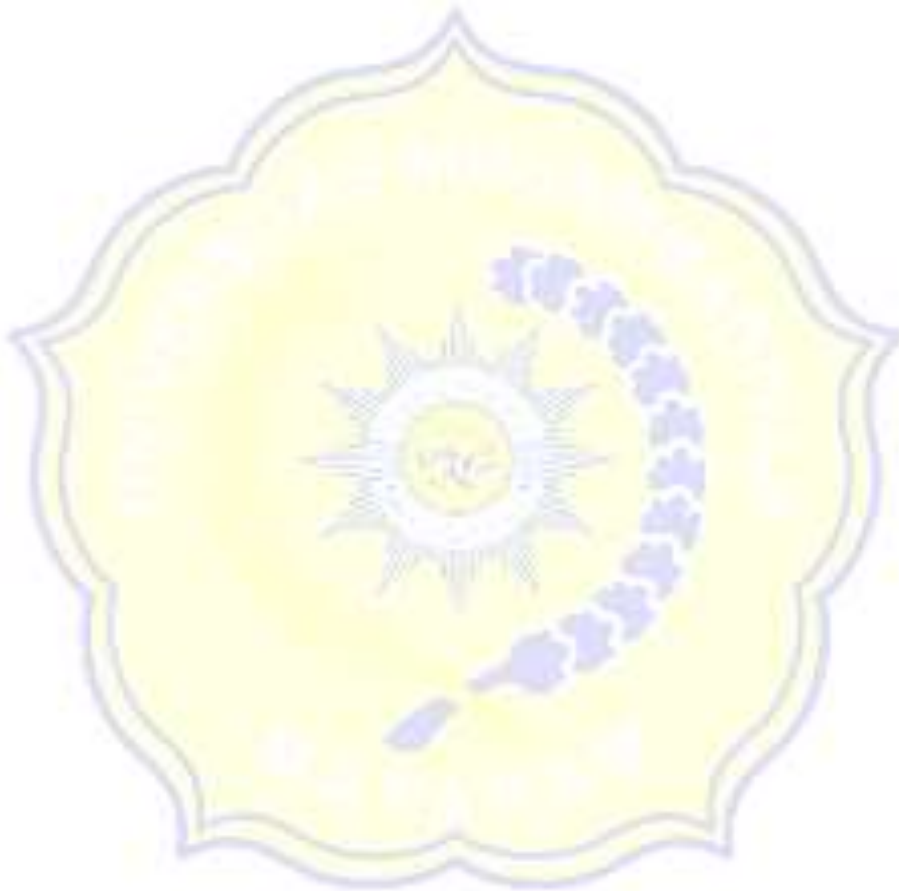
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.1 Sejarah Perusahaan CV.Karya Mitra Sejahtera	42
4.1.2 Opreasional Perusahaan.....	43
4.1.3 Visi, Misi CV.Karya Mitra Sejahtera	
Mantang, Lombok Tengah	46
4.1.4 Tujuan CV.Karya Mitra Sejahtera Mantang, Lombok Tengah	48
4.1.5 Struktur Organisasi	48
4.2 Upaya CV. Karya Mitra Sejahtera dalam	
Meningkatkan Kualitas Pelayanan	53
4.2.1 Merekrut Karyawan yang Memahami Sistem Kerja Perusahaan.....	53
4.2.2 Memberikan Pelatihan Kepada Karyawan.....	54
4.2.3 Memperbaiki dan Memperbaharui Sarana Perusahaan.....	55
4.2.4 Mengidentifikasi kekurangan yang Menjadi Keluhan Pelanggan .	55
4.3 Strategi CV. Karya Mitra Sejahtera dalam	
Menjaga Kepuasan Pelanggan	57
4.3.1 Melakukan Promosi Jasa.....	57
4.3.2 Memaksimalkan Pelayanan	59
4.3.3 Memaksimalkan Sumber Daya Manusia	
yang Dimiliki Perusahaan.....	63
4.4 Pembahasan	63
4.4.1 Memaksimalkan Sumber Daya Manusia	64
4.4.2 Memaksimalkan Sistem Pelayanan.....	65
4.4.3 Membuat Sistem Pelayanan Yang Menarik Minat Pelanggan	69

4.4.4 Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.....	71
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Kerangka Berfikir Penelitian	34
2.	Struktur Organisasi CV. Karya Mitra Sejahtera	50



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era moderen ini, produk atau jasa yang bersaing dalam suatu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar dan banyaknya kebutuhan pelanggan, hal ini juga mengharuskan setiap perusahaan menyusun kembali strategi. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan itu sendiri.

Kotler (2016:266) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan.

Tjiptono (2016:267) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Sehingga kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggan, hal tersebut guna untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Diharapkan dengan adanya pelayanan yang berkualitas perusahaan bisa mendapatkan kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan, respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja atau *actual* produk. Kepuasan pelanggan sebagai evaluasi paksa konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan, kepuasan keseluruhan ditentukan oleh ketidaksesuaian harapan, yang merupakan perbandingan kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul dari membandingkan persepsi tentang kinerja (atau hasil) dari suatu produk dengan harapan yang dimiliki. Jika kinerja gagal memenuhi harapan pelanggan akan merasa kecewa, jika kinerja menyamai harapan maka pelanggan akan puas atau terpuas Kotler (2014:2). Sedangkan menurut Sumarwan (2014:2) kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antaran harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya yang diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut.

Kepuasan pelanggan terbentuk dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasa yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan

pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibandingkan kompetitor-kompetitor yang ada.

Pelanggan merupakan salah satu alasan perubahan untuk beraktivitas, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala- galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat "*winwin solution*" yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggan, hal tersebut guna untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Perusahaan jasa pengiriman merupakan bidang yang menawarkan pelayanan dengan membantu pelanggan dalam berbagai hal, salah satu layanan yang ditawarkan perusahaan jasa pengiriman bervariasi, ada yang menawarkan tujuan pengiriman keluar kota di Indonesia dengan berbagai negara di dunia, tetapi ada juga yang hanya menawarkan pengiriman ke tujuan-tujuan tertentu.

Perusahaan perlu meningkatkan daya saing mulai dari ketepatan waktu pengiriman dan kebijakan harga karena dua hal tersebut menjadi pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman. Untuk meyakinkan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan tidaklah mudah, yang pasti perusahaan pengiriman memiliki andil dalam sampainya benda yang dikirim kepada yang dituju.

CV. Karya Mitra Sejahtera adalah perusahaan yang bergerak dibidang kualitas dan pelayanan pelanggan, keselamatan dan kesehatan kerja (K3) serta lingkungan yang berlaku bagi seluruh unit kerja perusahaan, melalui SDM yang profesional sebagai aset perusahaan, peningkatan kualitas proses dan pertumbuhan usaha yang berkesinambungan, dengan tetap menjalankan norma-norma keselamatan dan kesehatan kerja serta pelestarian lingkungan, sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi *Stakeholder*.

CV. Karya Mitra Sejahtera ini baru berdiri di Lombok Tengah tepatnya pada tahun 2015 di Desa Bujak Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah, perusahaan ini bergerak secara online tersebar luas di NTB melayani pengiriman secara online dan berdistribusi di setiap tempat. Selain pelayanan yang berkualitas dan inovasi mengikuti dinamika para pemain *e-commerce*, secara kualitas CV. Karya Mitra Sejahtera memiliki statistik yang menterang dengan tenaga kerja yang berkualitas.

Dalam melakukan hal tersebut tentu perusahaan ini perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang dibutuhkan oleh para pelanggan, sehingga bisa mendapatkan kepuasan pelanggan itu sendiri. Namun masih ada beberapa hal yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan masih belum dapat dipenuhi dengan baik oleh penyedia jasa pengiriman barang pada CV. Karya Mitra Sejahtera cabang Mantang. Sebagai contoh, seperti kerusakan barang, dan beberapa hal masih ditemukan keluhan-keluhan yang diberikan pelanggan atas kekurangan kepedulian karyawan penyedia jasa dalam menanggapi permintaan pelanggan, keterlambatan penyampaian barang,

CV. Karya Mitra Sejahtera pernah melakukan pengiriman barang dengan waktu yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan terutama pada hari-hari besar menyebabkan keterlambatan barang tersebut tidak bisa tepat waktu, ini merupakan induk dari masalah yang timbul dalam salah satu dimensi pengukur kualitas pelayanan. Hal ini jika tidak diantisipasi, dapat memberikan akibat yang buruk pada kepuasan konsumen dan pada akhirnya akan menurunkan tingkat penjualan perusahaan.

Dengan adanya permasalahan diatas, hal ini akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan CV. Karya Mitra Sejahtera. Apabila hal ini dibiarkan akan mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi CV. Karya Mitra Sejahtera kedepannya. Permasalahan ini perlu segera diatasi karena akan memberikan dampak kepada perusahaan dimana kualitas pelayanan yang kurang atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan akan memberikan pengaruh yang kurang baik kepada kepuasan pelanggan yang akhirnya akan berdampak pada keuntungan perusahaan.

Dari uraian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang Desa Bujak Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah)”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disajikan masalah pokok yaitu bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dengan diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Karya Mitra Sejahtera cabang Mantang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

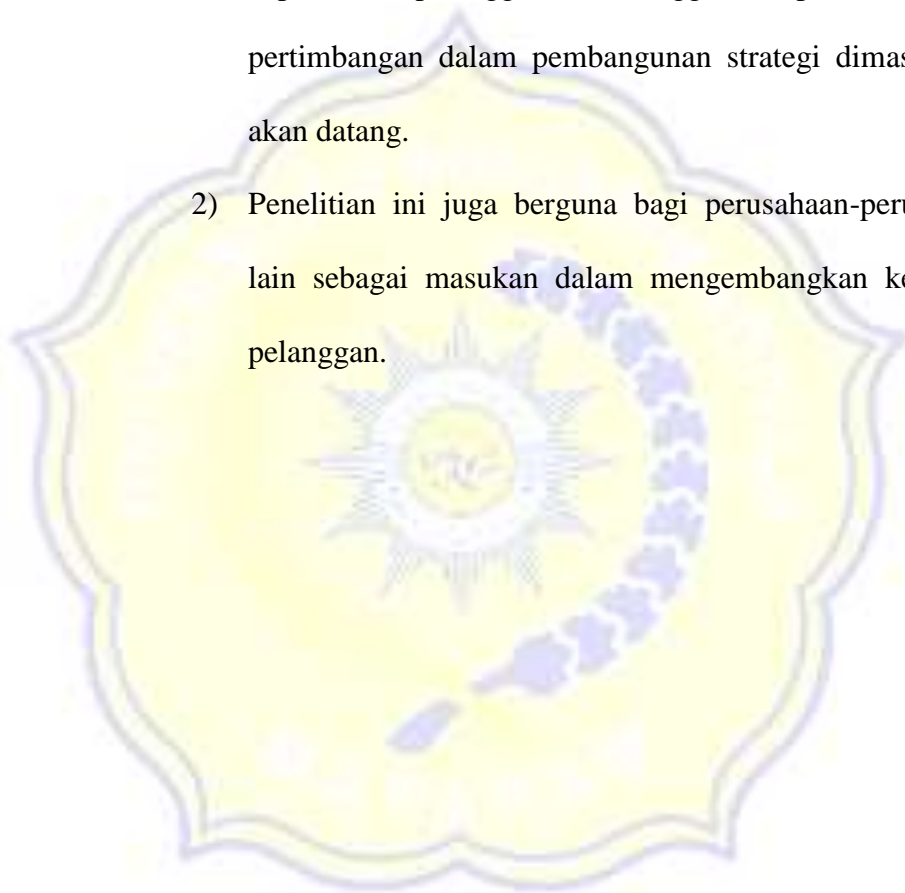
1.3.2.1 Manfaat Penelitian Secara Teoritis

Secara teoritis hendaknya penelitian ini dapat menambah khasanah pengetahuan serta wawasan keilmuan bagi peneliti khususnya dan para pembacanya.

1.3.2.2 Manfaat Penelitian Secara Empiris/Praktis

Secara empiris/praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai:

- 1) Sebagai masukan bagi CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pembangunan strategi dimasa yang akan datang.
- 2) Penelitian ini juga berguna bagi perusahaan-perusahaan lain sebagai masukan dalam mengembangkan kepuasan pelanggan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis yang digunakan dan pengolahan data yang dilakukan peneliti-peneliti tersebut adalah sebagai berikut:

1) Hasil penelitian Sa'adah (2004)

Penelitian Sa'adah (2004) berjudul "Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas dalam menggunakan warung Internet Dieng-Net Malang". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas dalam menggunakan jasa internet Dieng-Net Malang. Metode dalam penelitian Sa'adah (2004) adalah Kuantitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dimana dari hasil koefisien korelasi (R) pada tabel analisis regresi diperoleh nilai sebesar 0,914 mengandung arti bahwa kepuasan dan loyalitas mempunyai hubungan yang positif dan sangat kuat, maka jika kepuasan konsumen meningkat maka loyalitas terhadap kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan dalam menggunakan warung internet Dieng-Net Malang.

Berdasarkan hasil analisis, penulis memberikan beberapa saran yang mungkin dapat dipertimbangkan demi kemajuan warung Dieng-Net Malang, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan variabel kepuasan

yaitu, bukti langsung, variabel keandalan, variabel data tanggap. Variabel jaminan dan variabel empat, karena kelima variabel ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa warung internet Dieng-Net Malang.

2) Hasil penelitian Subaidi (2005)

Penelitian Subaidi (2005) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen pada usaha jasa internet Zaisya Net Malang”. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan penelitian survey. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kualitas kerjasama (*performance/kinerja*) dengan kemampuan pelayanan dan kualitas yang dipersepsikan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha Zaisya Net Malang.

3) Hasil penelitian Ferdiana (2006)

Penelitian Ferdiana (2006) berjudul “Pengaruh Kualitas Bus Malam Terhadap Kepuasan Penumpang (studi di CV.PO. harapan Jaya Jurusan Tulungagung-Jakarta)”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan alat Analisis Regresi linier Berganda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan (bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) bus malam CV.PO. Harapan Jaya secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang.

Setelah dilakukan penelitian dan analisis data yang diperoleh dari penelitian bus malam CV.PO. Harapan Jaya Tulungagung, baik secara

internal dan external, maka dapat disimpulkan secara parsial variabel bukti langsung, dan daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (penumpang) karena nilai Thitung nya lebih kecil dari Trabel ($0.168,0,24 < 1,98$), sedangkan variabel keandalan, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (penumpang) karena mempunyai nilai hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai Trabel ($2,114,2,765,4,400 > 1,98$). Selain itu, kelima variabel independen bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah variabel empati karena mempunyai nilai Thitung yang paling besar dibandingkan dengan nilai Thitung variabel yang lain.

Dari penelitian ini sarankan untuk CV.PO Harapan Jaya hendaknya memperhatikan variabel bukti langsung dan daya tanggap untuk meningkatkan kepuasan konsumen (penumpang)

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler (2016:266), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus dengan proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Tjiptono (2016:267), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Sehingga kepuasan pelanggan merupakan suatu

hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggan hal tersebut guna untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Menurut Gronroos (2016:21) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi manajemen pemasaran kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor dominan terhadap keberhasilan suatu usaha bisnis, perusahaan ataupun yang lainnya. Pengembangan kualitas pelayanan juga dipengaruhi oleh kondisi persaingan, antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan perkembangan sosial budaya masyarakat. Kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dilakukan oleh perusahaan agar dapat bertahan dan dapat kepercayaan dari pelanggan.

2.2.2 Manfaat Kualitas Pelayanan

Setiap pelanggan harus mendapatkan pelayanan yang baik, itu dilakukan agar lebih memberikan kepuasan yang maksimal, kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakan pelayanan adalah agar

pelanggan merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimal.

Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen atau pelanggan, maka konsumen atau pelanggan akan kecewa. Sebaliknya, layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen atau pelanggan, maka konsumen atau pelanggan akan senang. Harapan konsumen atau pelanggan dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.

2.2.3 Dimensi Kualitas pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan (servqual) oleh Parasuraman (dalam Tri Wibowo, 2015:5) dibagi menjadi lima dimensi servqual diantaranya adalah:

1) Tangibles (Bukti Fisik).

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang di pergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2) Reliability (Kehandalan).

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3) Responsiveness (Ketanggapan).

Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4) Assurance (Jaminan dan Kepastian).

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5) Emphaty (Empati).

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara

spesifik, serta memiliki eaktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.2.4 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012 : 182 – 189), terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas layanan:

1) Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan

Setiap penyedia layanan diwajibkan untuk menyampaikan layanan berkualitas terbaik kepada konsumen. Beberapa faktor yang menjadi penilaian konsumen seperti keamanan transaksi (pembayaran menggunakan kartu kredit atau debit), keamanan, ketepatan waktu, dan lain-lain. Upaya ini dilakukan untuk membangun pandangan konsumen terhadap kualitas layanan yang telah diterima. Apabila terjadi kekurangan dalam beberapa faktor tersebut, perlu diperhatikan dan ditingkatkan. Sehingga akan terjadi penilaian yang lebih baik di mata pelanggan.

2) Mengelola ekspektasi pelanggan

Banyak perusahaan yang berusaha menarik perhatian pelanggan dengan berbagai cara sebagai salah satunya adalah melebih-lebihkan janji sehingga itu menjadi ‘bumerang’ untuk perusahaan apabila tidak dapat memenuhi apa yang telah dijanjikan. Karena semakin banyak janji yang diberikan, semakin besar pula ekspektasi pelanggan. Ada baiknya untuk lebih bijak dalam memberikan ‘janji’ kepada pelanggan.

3) Mengelola bukti kualitas layanan

Pengelolaan ini bertujuan untuk memperkuat penilaian pelanggan selama dan sesudah layanan disampaikan. Berbeda dengan produk yang bersifat tangible, sedangkan layanan merupakan kinerja, maka pelanggan cenderung memperhatikan “seperti apa layanan yang akan diberikan” dan “seperti apa layanan yang telah diterima”. Sehingga dapat menciptakan persepsi tertentu terhadap penyedia layanan di mata konsumen.

4) Mendidik konsumen tentang layanan

Upaya mendidik layanan kepada konsumen bertujuan untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian layanan secara efektif dan efisien. Pelanggan akan dapat mengambil keputusan pembelian secara lebih baik dan memahami perannya dalam proses penyampaian layanan. Sebagai contoh :

- (1) Penyedia layanan memberikan informasi kepada konsumen dalam melakukan sendiri layanan tertentu. Seperti mengisi formulir pendaftaran, menggunakan fasilitas teknologi (ATM, Internet banking, dan sebagainya), mengisi bensin sendiri (self-service), dan lain-lain.
- (2) Penyedia layanan membantu konsumen dalam pemberitahuan kapan menggunakan suatu layanan secara lebih mudah dan murah, yaitu sebisa mungkin untuk menghindari periode waktu

sibuk dan memanfaatkan periode di mana layanan tidak terlalu sibuk.

(3) Penyedia layanan menginformasikan konsumen mengenai prosedur atau cara penggunaan layanan melalui iklan, brosur, atau staff secara langsung mendampingi konsumen saat penggunaan layanan.

(4) Penyedia layanan meningkatkan kualitas layanan dengan cara penjelasan kepada konsumen tentang beberapa hal kebijakan yang mungkin akan mengecewakan konsumen, misalkan kenaikan harga.

5) Menumbuhkan budaya kualitas

Budaya kualitas dapat dikembangkan dalam sebuah perusahaan dengan diadakannya komitmen menyeluruh dari semua anggota organisasi dari yang teratas hingga terendah. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang berkenaan dalam peningkatan kualitas. Beberapa faktor yang dapat menghambat namun dapat pula memperlancar pengembangan kualitas layanan, yaitu:

(1) Sumber daya manusia, sebagai contoh dalam hal penyeleksian karyawan, pelatihan karyawan, deskripsi job desk, dan sebagainya.

(2) Organisasi/ struktur, meliputi intergrasi atau koordinasi antar fungsi dan struktur pelaporan.

- (3) Pengukuran (measurement), yaitu melakukan evaluasi kinerja dan keluhan serta kepuasan konsumen.
- (4) Pendukung sistem, yaitu faktor teknologi seperti komputer, sistem, database, dan teknis.
- (5) Layanan, meliputi pengolahan keluhan konsumen, alat-alat manajemen, alat-alat promosi/ penjualan.
- (6) Komunikasi internal, terdiri dari prosedur dan kebijakan dalam operasional.
- (7) Komunikasi eksternal, yakni edukasi pelanggan, manajemen ekspektasi pelanggan, dan pembentukan citra positif perusahaan.

6) Menciptakan automating quality

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah dalam hal kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Namun dibutuhkan perhatian dalam aspek-aspek sentuhan manusia (high touch) dan elemen-elemen yang memerlukan otomatisasi (high tech). Keseimbangan antara kedua hal tersebut sangat dibutuhkan untuk menghasilkan kesuksesan penyampaian layanan secara efektif dan efisien. Contoh, internet banking, phone banking, dan sejenisnya.

7) Menindaklanjuti layanan

Penindaklanjutan layanan diperlukan untuk memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan dan

mempertahankan yang sudah baik. Dalam rangka ini, perusahaan perlu melakukan survey terhadap sebagian atau seluruh konsumen mengenai layanan yang telah diterima. Sehingga perusahaan dapat mengetahui tingkat kualitas layanan perusahaan di mata konsumen.

8) Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

Service quality information system adalah sistem yang digunakan oleh perusahaan dengan cara melakukan riset data. Data dapat berupa hasil dari masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan, pelanggan, dan pesaing. Bertujuan untuk memahami suara konsumen (consumer's voice) mengenai ekspektasi dan persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan berdasarkan sudut pandang konsumen.

2.2.5 Faktor Kurangnya Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2012 : 178 – 181), terdapat beberapa faktor yang dapat mengurangi kualitas layanan pada sebuah perusahaan. Sehingga perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut, yaitu:

1) Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Karakter dari jasa itu sendiri adalah inseparability, artinya jasa tersebut diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Sehingga terjadi interaksi antara penyedia jasa dan

konsumen yang memungkinkan terjadi hal-hal berdampak negatif di mata konsumen, seperti:

- (1) Tidak terampil dalam melayani pelanggan,
 - (2) Cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks,
 - (3) Tutur kata karyawan kurang sopan,
 - (4) Bau badan karyawan yang mengganggu kenyamanan konsumen,
- 2) Karyawan kurang senyum atau mimik muka yang tidak ramah.

Intensitas tenaga kerja yang tinggi Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan dampak negatif pada kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan. Seperti, pelatihan kurang memadai atau pelatihan tidak sesuai dengan kebutuhan, tingkat turnover karyawan yang tinggi, motivasi kerja karyawan kurang diperhatikan, dan lain-lain.

- 3) Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai.

Karyawan front-line adalah ujung tombak dalam sistem penyampaian layanan. Karyawan front-line dapat dikatakan sebagai citra perusahaan karena karyawan-karyawan tersebut memberikan kesan pertama kepada konsumen. Agar para karyawan front-line mampu memberikan pelayanan dengan efektif, diperlukan dukungan dari perusahaan seperti, dukungan informasi

(prosedur operasi), peralatan (pakaian seragam, material), maupun pelatihan keterampilan.

4) Gap komunikasi.

Komunikasi merupakan faktor penting dalam menjalin hubungan antara perusahaan dengan konsumen. Bila terjadi gap komunikasi, maka konsumen memberikan penilaian negatif terhadap kualitas pelayanan. Gap-gap komunikasi tersebut dapat berupa:

- (1) Penyedia layanan memberikan janji yang berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya.
 - (2) Penyedia layanan tidak selalu memberikan informasi terbaru kepada konsumen.
 - (3) Pesan komunikasi yang disampaikan penyedia layanan tidak dipahami konsumen.
 - (4) Penyedia layanan tidak memperhatikan atau menindaklanjuti keluhan atau saran konsumen.
- 5) Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama.

Setiap konsumen memiliki karakter, emosi, keinginan yang berbeda-beda. Penyedia layanan harus memahami keunikan dan perbedaan yang ada. 24 Sehingga tidak dapat memperlakukan semua konsumen dengan cara yang sama. Banyak kejadian di mana konsumen ingin diperlakukan secara personal dan berbeda dengan yang lain.

6) Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan.

Penambahan layanan dapat berdampak baik atau bahkan mengurangi service quality pada sebuah perusahaan. Dampak baiknya adalah untuk menyempurnakan service quality menjadi lebih baik. Tetapi di sisi lain, apabila layanan baru terlampaui banyak, hasil yang didapat belum tentu optimal.

7) Visi bisnis jangka pendek.

Visi jangka pendek (contohnya, penghematan biaya semaksimal mungkin) dapat merusak service quality yang sedang ditujukan untuk jangka panjang. Sebagai contoh, kebijakan sebuah restoran untuk menutup sebagian cabang akan mengurangi tingkat akses bagi para pelanggan restoran tersebut. Sehingga pelanggan akan datang ke restoran yang mungkin jaraknya tidak dekat dari tempat tinggal. Sehingga dapat menimbulkan keluhan akan jarak dan persepsi negatif terhadap kualitas layanan restoran tersebut.

2.3 Kepuasan pelanggan

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi eksistensi suatu perusahaan yaitu dengan berkurangnya jumlah pelanggan akan menyebabkan turunnya laba perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul dari membandingkan persepsi tentang kinerja (atau hasil) dari suatu produk dengan harapan yang dimiliki.

Jika kinerja gagal memenuhi harapan yang dimilikinya, maka pelanggan akan merasa kecewa, jika kinerja menyamai harapan maka pelanggan akan merasa puas atau terpukau (Phillip Kotler dkk, 2003:68). Sedangkan menurut (Sumarwan, 2003:13) kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya, diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Sedangkan kepuasan pelanggan (Oliver,2001) dalam (Supranto, 2011:233) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Dengan definisi diatas dapat dijabarkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan, dengan memenuhi harapan pelanggan akan berdampak dengan meningkatkannya loyalitas pelanggan dan secara tidak langsung omzet perusahaan tersebut akan semakin tinggi. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode dan tehnik (Philip Kotler, 1996:166) yaitu sebagai berikut :

- 1) Sistem keluhan dan saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para

pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dan tanggap dengan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggannya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggannya langsung.

2) Ghost shooping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (Ghost Sooper) untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu ghos sooper juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

3) Lost Customer Analysis (Analisis Pelanggan yang Berhenti)

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab kenapa pelanggan tersebut kabur. Dengan adanya

peningkatan customer lost rate maka menunjukkan adanya kegagalan dari pihak perusahaannya.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dalam mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung. Dengan dilakukannya survei kepada pelanggan oleh pihak perusahaan, maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feedback) secara langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan tanda bahwa perusahaan menaruh perhatian yang besar terhadap pelanggannya.

Persaingan yang sangat ketat, dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan harus mampu menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Karena kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui penyampaian produk berkualitas dengan harga bersaing.

Kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan melalui sikap pelanggan pada pembelian. Kepuasan menurut Kotler (2005) adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.

2.3.2 Faktor-faktor yang memengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kotler (1997) menjelaskan: “The company can increase customer satisfaction by lowering its price, or increasing its service, and improving product quality”. Maksudnya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan jalan menjual produk dengan harga memadai atau meningkatkan layanan, dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Secara implisit, pernyataan di atas menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah:

1) Harga

Harga merupakan keputusan yang paling mendasar diantara program-program pemasaran yang lain, karena dalam setiap produk dalam setiap produk maupun jasa mempunyai harga. Harga juga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk

2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan pelanggan, sehingga

mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas pelanggan yang baik.

3) Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki, serta atribut berniali lainnya.

2.3.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2001) kepuasan pelanggan saat ini sangat penting, karena daya persuasif Word of Mouth (Gethok Tular) Pelanggan merupakan strategi untuk menarik pelanggan baru, Reduksi Sensitivitas Harga Pelanggan yang merasa puas dan loyal terhadap suatu perusahaan cenderung lebih jarang memperhatikan harga untuk setiap pembelian individualnya. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan mengalihkan focus pada harga, pelayanan dan kualitas.

Kepuasan pelanggan sebagai indikator kesuksesan berbisnis di depan. Pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu yang cukup lama sebelum dapat memperlihatkan reputasi atas layanan prima.

2.3.4 Strategi Kepuasan Pelanggan

Menurut Suriyanto dan Aisyiah, (2009) ada dua point yang harus dipelajari dalam strategi kepuasan pelanggan, yaitu :

- 1) Kepuasan pelanggan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam bentuk shopperan yang lebih besar dan kemungkinan menjadi pelanggan dalam jangka panjang.
- 2) Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memusatkan perhatian pada memuaskan perhatian pada memuaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan pada tingkat yang lebih tinggi.

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa strategi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Tjiptono (2001):

- 1) Strategi pemasaran berupa Relationship Marketing

Strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, penjual menjalin kemitraan dengan pembeli secara terus menerus.

2) Strategi superior customer service

Strategi ini menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih agar tercipta suatu pelayanan yang superior.

3) Strategi unconditional guarantees atau extra ordinary guarantees

Strategi ini adalah komitmen untuk memberikan kepuasan pada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi atau jaminan dirancang untuk meringankan risiko/kerugian pelanggan, dalam hal pelanggan tidak puas terhadap barang atau jasa yang telah dibayarnya.

4) Strategi penanganan keluhan yang efisien

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas.

5) Strategi peningkatan kinerja perusahaan

Meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, salesmanship, memberikan pelatihan karyawan dan pihak manajemen.

6) Menerapkan Quality Function Development (QFD)

QFD merupakan praktik merancang suatu proses bagi tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan perusahaan. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam pengembangan produk sedini mungkin.

2.3.5 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Suriyanto dan Aisyiah, (2009) ada dua point yang harus dipelajari dalam strategi kepuasan pelanggan, yaitu :

- 1) Kepuasan pelanggan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam bentuk shopperan yang lebih besar dan kemungkinan menjadi pelanggan dalam jangka panjang.
- 2) Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memusatkan perhatian pada memuaskan perhatian pada memuaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan pada tingkat yang lebih tinggi.

Setelah melakukan pembelian, pelanggan akan mengalami tahap purna beli, dalam tahap ini pelanggan merasakan tingkat kepuasan atau tidak kepuasan tertentu yang akan berpengaruh pada perilaku pelanggan berikutnya. Jika pelanggan merasa puas maka akan memperlihatkan perilaku berikutnya yaitu dengan melakukan pembelian ulang. Menurut Kotler (2005) ada empat alat untuk melacak dan mengukur kepuasan pelanggan, adalah sebagai berikut:

- 1) Sistem keluhan dan saran
- 2) Survey kepuasan pelanggan
- 3) Belanja siluman
- 4) Analisis pelanggan yang hilang

Menurut Tjiptono (2000) pelanggan yang merasa tidak puas pun akan berinteraksi dengan tindakan yang berbeda, ada yang mendiamkan saja dan ada pula yang melakukan complain. Berkaitan dengan hal ini, ada tiga kategori tanggapan atau complain terhadap ketidakpuasan, yaitu:

- 1) Voice response

Usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan, maupun kepada distributornya.

- 2) Private response

Tindakan yang dilakukan antara lain memperingati atau memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan.

- 3) Third-party response

Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa, atau secara langsung mendatangi lembaga pelanggan, instansi hukum dan sebagainya. Terciptanya kepuasan pelanggan adalah salah satu upaya

dariperusahaan untuk dapat terus bertahan dan memenangkan persaingan dalam pasar yang ada. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan akan semakin mempererat hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.

2.3.6 Indikator Kepuasan Pelanggan

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :

1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

- (1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- (2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- (3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

- (1) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.

- (2) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- (3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3) Kesiapan merekomendasikan

Merupakan kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- (1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- (2) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- (3) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

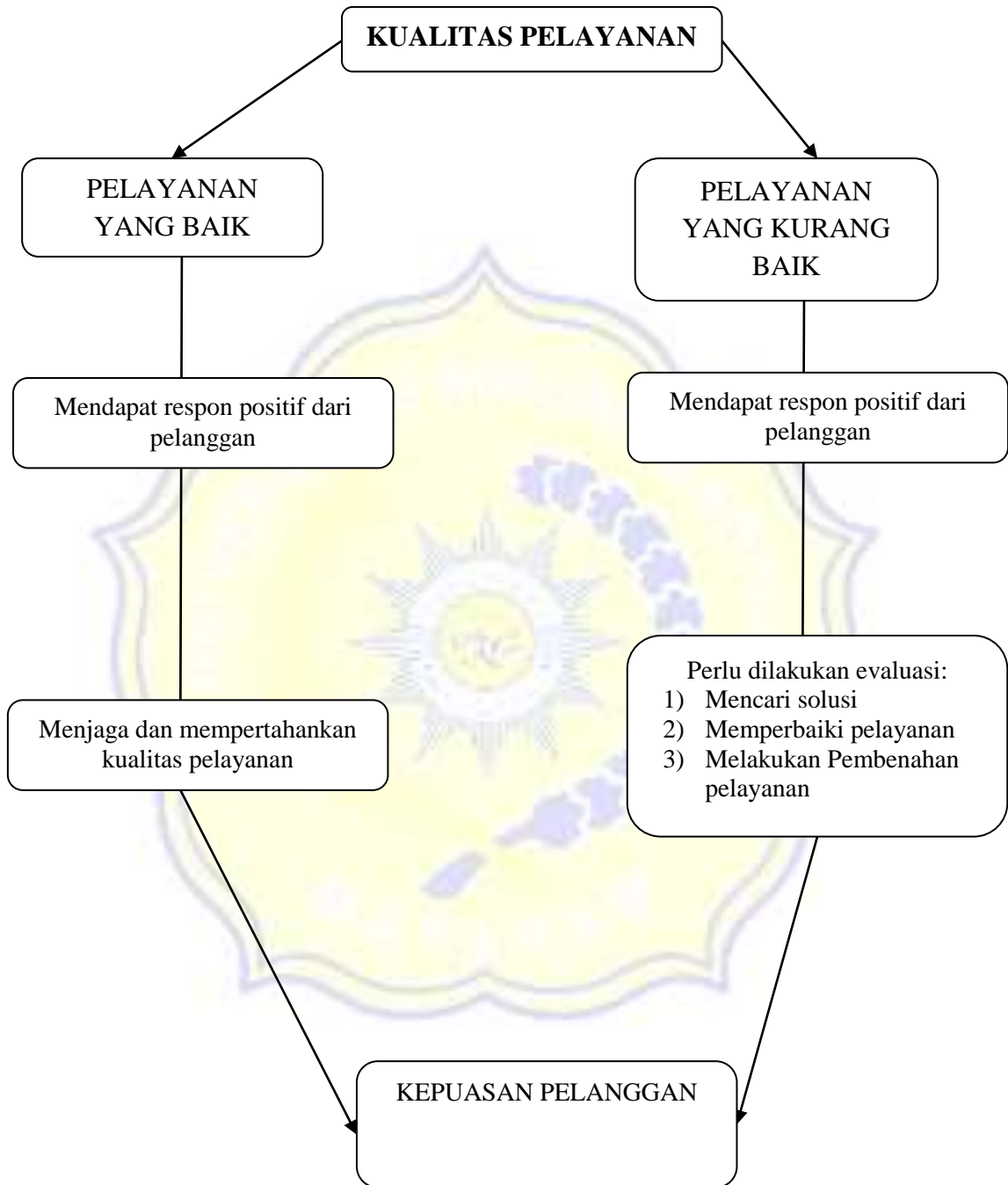
2.4 Kerangka Pemikiran

Peranan pelayanan pelanggan dalam usahanya untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan sangatlah penting. Upaya yang minimal adalah dapat memberikan citra yang baik kepada pelanggan. Kualitas yang disediakan oleh perusahaan jasa merupakan cerminan pelanggan yang akan menimbang apakah pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan kehendaknya.

Dalam hal ini evaluasi perlu dilakukan oleh perusahaan apakah mereka telah berhasil memberikan apa yang diharapkan pelanggan atau belum. Karna dengan adanya evaluasi tersebut perusahaan dapat mengetahui sejauh mana mereka telah berhasil memuaskan pelanggan dan hal ini merupakan suatu usaha yang penting demi kelangsungan hidup perusahaan dalam persaingan yang telah terjadi dalam bidang usaha ini.

Apabila kinerja perusahaan telah memenuhi persepsi yang ada pada pelanggan, maka tanggapan yang diberikan oleh pelanggan positif yang berarti bahwa pelanggan merasa puas atas kinerja perusahaan. Tetapi apabila kinerja perusahaan tidak atau belum memenuhi persepsi pelanggan, maka tanggapan yang diberikan oleh pelanggan adalah negatif yang berarti pelanggan tidak atau belum merasa puas atas kinerja perusahaan. Dengan kata lain, apabila tingkat pelayanan sesuai dengan tingkat kepentingan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka pelanggan akan merasa puas.

Gambar : 1 Kerangka Berfikir Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan proses meliputi langkah-langkah yang dilakukan secara berencana secara sistematis karena berguna untuk mendapatkan suatu pemecahan masalah dan jawaban atas pertanyaan dalam melakukan penelitian, metode diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2009:14).

Oleh karena itu di dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah analisa deskriptif kualitatif, yang menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel segala atau keadaan. Metode deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang dimaksud untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan (Arikunto, 2004:309). Metode penelitian deskriptif kualitatif dimaksudkan semata-mata untuk menuturkan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan bagaimana bentuk pelayanan pada CV. Karya Mitra Sejahtera di Cabang Mantang Lombok Tengah.

Sehubungan dengan penjelasan diatas, maka tujuan yang ingin diraih dalam pelaksanaan penelitian dengan rancangan wawancara adalah bentuk persepsi pelanggan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan pada CV. Karya Mitra Sejahtera di Cabang Mantang Lombok Tengah, sehingga peneliti mendapat data yang akurat.

3.1 Jenis Penelitian

Secara teoritis, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik berwujud pertanyaan atau berupa kata-kata. Dengan kata lain, data kualitatif adalah data yang tidak dapat dihitung (bukan berupa angka) dan diperoleh dalam bentuk informasi dari instansi maupun pihak-pihak lain yang ada kaitannya dengan masalah yang akan dibahas (Alkharni, 2011:12). Dalam penelitian ini data yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini meliputi latar belakang, serta bentuk pelayanan dan juga sejarah singkat berdirinya perusahaan CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang di Lombok Tengah.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jln. Raya Praya Mantang Desa Bujak
Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai bulan Juni.

3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data menurut sifatnya digolongkan menjadi 2 (dua) yaitu sumber data primer dan sekunder

3.3.1 Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2009:137). Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah para pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang.

3.3.2 Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, jurnal ilmiah, koran, buku-buku, serta dokumen perusahaan” (Sugiyono, 2009:139) Metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis, karena penelitian ini berkaitan dengan pendapat atau opini individu akan kinerja pegawai CV. Karya Mitra Sejahtera di Cabang Mantang, dimana pengambilan data dilakukan secara observasi langsung dan pelanggan yang menggunakan CV. Karya Mitra Sejahtera.

3.4 Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat, maka peneliti menggunakan metode-metode sebagai berikut:

3.4.1 Metode Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati setiap kejadian yang sedang berlangsung dan mencatatnya dengan alat observasi tentang hal-hal yang akan diamati atau teliti (Wina Sanjaya, 2009:86). Dalam hal ini observasi digunakan untuk mengumpulkan data tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang Desa Bujak Kec. Batukliang Kab. Lombok Tengah dengan menggunakan lembar observasi terstruktur, dimana peneliti terlebih dahulu menentukan kriteria yang diamati.

3.4.2 Metode wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan tatap muka secara langsung dengan pihak yang bersangkutan yakni dengan mengadakan tanya jawab sesuai dengan data-data yang diperlukan dalam memecahkan masalah yang akan dibahas. Wawancara dilakukan kepada para pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman CV. Karya Mitra Sejahtera dan bentuk pelayanan yang diberikan.

3.4.3 Metode dokumentasi

Dalam penelitian sangat diperlukan alat untuk mendokumentasikan peristiwa yang berlalu. Yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Adapun data yang dapat diperoleh dalam penelitian ini yaitu data primer.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya (Suharsimi, Arikunto, 2013:101). Dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti akan terjun kelapangan sendiri, baik pada *grand toun quistion*, tahap *focused and selection*, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2014:307).

Adapun data yang diambil dengan menggunakan tiga instrumen penelitian, yaitu :

1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati setiap kejadian yang sedang berlangsung dan mencatatnya dengan alat observasi tentang hal-hal yang akan diamati atau teliti (Wina Sanjaya, 2009:86). Dalam hal ini observasi digunakan untuk mengumpulkan data tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada CV. Karya Mitra Sejahtera Cabang Mantang Desa Bujak Kec. Batukliang Kab. Lombok Tengah dengan menggunakan lembar observasi terstruktur, dimana peneliti terlebih dahulu menentukan kriteria yang diamati.

2) Wawancara

Cara lain yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data tanpa melakukan tes adalah melalui wawancara. Sesuai tindakannya data yang diinginkan oleh sebuah penelitian sangat dipengaruhi oleh beberapa aspek wawancara, bahwa wawancara (dituangkan dalam daftar pertanyaan dan situasi wawancara). (Subana, 2001:142) Adapun teknik wawancara yang digunakan oleh pewawancara adalah teknik wawancara semiterstruktur, yang mana teknik ini merupakan perpaduan antara wawancara struktur dan wawancara tidak struktur.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2005:82). Metode ini peneliti gunakan untuk memperoleh data yang belum didapat melalui metode observasi dan wawancara.

3.6 Metode Analisis

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan unit-unit, melakukan sintesa. Menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting mana yang dipelajari, membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2009:428).

Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis, berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut selanjutnya dicari data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak.

Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu:

3.6.1 Reduksi data

Dalam melakukan penelitian diharapkan jumlah data akan semakin banyak diperlukan untuk mereduksi data, berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan hal-hal penting dicaritema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

3.6.2 Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori flowchart dan sejenisnya, dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.